

# STRÖER

## STRÖER SE & CO. KGAA, KÖLN

JAHRESABSCHLUSS UND BERICHT ÜBER DIE LAGE DER  
GESELLSCHAFT UND DES KONZERNS 2018

## Ströer SE & Co. KGaA, Köln

### Bilanz zum 31. Dezember 2018

AKTIVA	31.12.2018 EUR	31.12.2017 EUR
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>		
Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	20.598.499,50	7.679.403,23
Geleistete Anzahlungen	7.938.968,03	8.682.844,81
	<b>28.537.467,53</b>	<b>16.362.248,04</b>
Sachanlagen		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	8.872.765,32	7.981.556,75
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	91.164,76	813.720,06
	<b>8.963.930,08</b>	<b>8.795.276,81</b>
Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen	659.748.983,69	716.290.314,81
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	142.333.704,02	109.106.230,64
Beteiligungen	1.515.370,45	1.081.505,08
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0,00	1.600.000,00
Sonstige Ausleihungen	8.000.002,00	0,00
	<b>811.598.060,16</b>	<b>828.078.050,53</b>
	<b>849.099.457,77</b>	<b>853.235.575,38</b>
<b>UMLAUFVERMÖGEN</b>		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	945.614,70	8.341,86
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	1.311.974.041,28	637.212.534,29
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	64.611,69	2.540,78
Sonstige Vermögensgegenstände	11.661.556,96	8.619.825,21
	<b>1.324.645.824,63</b>	<b>645.843.242,14</b>
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	182.180,40	4.914.668,02
	<b>1.324.828.005,03</b>	<b>650.757.910,16</b>
<b>RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>	<b>5.103.794,50</b>	<b>5.871.902,57</b>
	<b>2.179.031.257,30</b>	<b>1.509.865.388,11</b>

PASSIVA	31.12.2018 EUR	31.12.2017 EUR
<b>EIGENKAPITAL</b>		
Gezeichnetes Kapital	56.171.871,00	55.557.985,00
- Bedingtes Kapital : EUR 15.179.059,00 (Vorjahr: EUR 15.454.545,00)		
Kapitalrücklage	638.101.212,92	633.227.066,86
Gewinnrücklagen		
Andere Gewinnrücklagen	55.039.275,39	55.039.275,39
Bilanzgewinn	653.459.790,74	81.996.375,55
	<b>1.402.772.150,05</b>	<b>825.820.702,80</b>
<b>RÜCKSTELLUNGEN</b>		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	0,00	7.302,00
Steuerrückstellungen	20.460.711,44	37.086.227,35
Sonstige Rückstellungen	12.299.334,06	12.518.851,18
	<b>32.760.045,50</b>	<b>49.612.380,53</b>
<b>VERBINDLICHKEITEN</b>		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	559.974.288,88	496.184.045,10
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 64.974.288,88 (Vorjahr: EUR 1.184.045,10)		
- davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: EUR 495.000.000,00 (Vorjahr: EUR 495.000.000,00)		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	17.728.704,52	6.403.448,09
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 13.568.456,90 (Vorjahr: EUR 6.403.448,09)		
- davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: EUR 4.160.247,62 (Vorjahr: EUR 0,00)		
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	164.289.653,12	125.631.800,71
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 164.289.653,12 (Vorjahr: EUR 125.631.800,71)		
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	280,17	56,98
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 280,17 (Vorjahr: EUR 56,98)		
Sonstige Verbindlichkeiten	1.506.135,06	6.212.953,90
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 610.473,71 (Vorjahr: EUR 6.212.953,90)		
- davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: EUR 895.661,35 (Vorjahr: EUR 0,00)		
- davon aus Steuern: EUR 489.685,62 (Vorjahr: EUR 6.154.827,01)		
- davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: EUR 0,00 (Vorjahr: EUR 2.469,15)		
	<b>743.499.061,75</b>	<b>634.432.304,78</b>
	<b>2.179.031.257,30</b>	<b>1.509.865.388,11</b>

## Ströer SE & Co. KGaA, Köln

### Gewinn- und Verlustrechnung für 2018

	2018 EUR	2017 EUR
Umsatzerlöse	25.524.027,25	22.967.694,70
Sonstige betriebliche Erträge	18.553.987,24	4.144.465,88
- davon Erträge aus der Währungsumrechnung EUR 11.492,50 (Vorjahr: EUR 10.634,44)		
Materialaufwand		
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-6.953.802,52	-1.875.396,37
Personalaufwand		
Löhne und Gehälter	-27.729.052,98	-25.544.497,85
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	-3.534.398,75	-3.177.938,74
- davon für Altersversorgung: EUR 91.948,15 (Vorjahr: EUR 89.612,61)		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-7.981.993,10	-5.620.123,88
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-73.698.046,25	-27.986.912,92
- davon Aufwendungen aus der Währungsumrechnung EUR 25.026,83 (Vorjahr: EUR 43.623,66)		
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	783.199.688,62	195.649.570,09
Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	3.721.694,02	3.054.394,27
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 3.695.614,05 (Vorjahr: EUR 3.012.468,48)		
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	16.587,94	345.009,58
Abschreibungen auf Finanzanlagen	-28.375.090,92	-69.062.000,00
Aufwendungen aus Verlustübernahme	-4.347.601,11	-22.626.337,58
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-8.704.655,47	-7.905.106,03
- davon an verbundene Unternehmen: EUR 176.071,17 (Vorjahr: EUR 115.536,02)		
- davon Aufwendungen aus der Aufzinsung: EUR 598,66 (Vorjahr: EUR 684,91)		
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-25.641.254,30	-26.003.104,90
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>644.050.089,67</b>	<b>36.359.716,25</b>
Sonstige Steuern	-41.194,98	-42.336,07
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>644.008.894,69</b>	<b>36.317.380,18</b>
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	9.450.896,05	5.678.995,37
Entnahmen aus anderen Gewinnrücklagen	0,00	40.000.000,00
<b>Bilanzgewinn</b>	<b>653.459.790,74</b>	<b>81.996.375,55</b>

## Ströer SE & Co. KGaA, Köln

### Anhang für 2018

---

#### A. Allgemeine Hinweise

Die Ströer SE & Co. KGaA, Köln (im Folgenden „Ströer KGaA“), ist entstanden durch Umwandlung im Wege des Formwechsels der Ströer SE, Köln (Amtsgericht Köln HRB 82548), nach Maßgabe des Beschlusses der außerordentlichen Hauptversammlung vom 25. September 2015. Ihre Satzung datiert auf den 23. Juni 2016. Die Eintragung in das Handelsregister B des Amtsgerichts Köln erfolgte am 1. März 2016 unter HRB 86922.

Der vorliegende Jahresabschluss wurde gemäß §§ 242 ff. und 264 ff. HGB sowie nach den einschlägigen Vorschriften des AktG aufgestellt. Es gelten die Vorschriften für große Kapitalgesellschaften.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren gegliedert.

#### B. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für die Aufstellung des Jahresabschlusses waren im Wesentlichen unverändert die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden maßgebend.

Die **immateriellen Vermögensgegenstände** und **Sachanlagen** des Anlagevermögens werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bilanziert und, sofern sie der Abnutzung unterliegen, entsprechend ihrer betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer linear abgeschrieben.

Den planmäßigen Abschreibungen liegen folgende Nutzungsdauern zugrunde:

- Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten 3 – 5 Jahre
- Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung 3 – 13 Jahre

Geringwertige Anlagegüter bis zu einem Netto-Einzelwert von EUR 150,00 sind im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben bzw. als Aufwand erfasst worden und wurden als sofort abgegangen unterstellt. Für Anlagegüter mit einem Netto-Einzelwert von mehr als EUR 150,00 bis EUR 1.000,00 wird aus Wirtschaftlichkeitsgründen ein Sammelposten gebildet, der pauschalierend jeweils mit 20 Prozent per annum im Zugangsjahr und in den vier darauf folgenden Jahren abgeschrieben wird. Die Abschreibungen auf Zugänge des Sachanlagevermögens werden im Übrigen zeitanteilig vorgenommen. Aus der Auflösung des Sammelpostens resultierten Abschreibungen in Höhe von TEUR 226 (Vj.: TEUR 221).

Bei den **Finanzanlagen** werden die Anteilsrechte zu Anschaffungskosten bzw. niedrigeren beizulegenden Werten und die Ausleihungen grundsätzlich zum Nennwert angesetzt. Unverzinsliche oder niedrig verzinsliche Ausleihungen wurden auf den Barwert abgezinst.

**Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände** werden zum Nennwert angesetzt. Risiko-behafteten Posten wurde durch die Bildung angemessener Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen, während das allgemeine Kreditrisiko durch pauschale Abschläge berücksichtigt worden ist. Unverzinsliche oder niedrig verzinsliche Forderungen mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr wurden abgezinst.

Als **Rechnungsabgrenzungsposten** werden auf der Aktivseite Ausgaben vor dem Abschlussstichtag ausgewiesen, soweit sie Aufwand für eine bestimmte Zeit danach darstellen.

Die **Steuerrückstellungen** und die **sonstigen Rückstellungen** berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohenden Verluste aus schwebenden Geschäften. Sie wurden in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags (das heißt einschließlich zukünftiger Kosten- und Preissteigerungen) angesetzt. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr wurden abgezinst.

**Verbindlichkeiten** werden zum Erfüllungsbetrag angesetzt.

Für die Ermittlung **latenter Steuern** aufgrund von temporären oder quasi-permanenten Differenzen zwischen den handelsrechtlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schulden und Rechnungsabgrenzungsposten und ihren steuerlichen Wertansätzen, oder aufgrund steuerlicher Verlustvorträge, werden die Beträge der sich ergebenden Steuerbe- und -entlastung mit dem unternehmensindividuellen Steuersatz in Höhe von 31,72 Prozent

im Zeitpunkt des Abbaus der Differenzen bewertet und nicht abgezinst. Aktive und passive Steuerlatenzen werden verrechnet ausgewiesen. Die Aktivierung latenter Steuern unterbleibt in Ausübung des dafür bestehenden Ansatzwahlrechts.

Auf **fremde Währung lautende Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten** werden grundsätzlich mit dem Devisenkassamittelkurs zum Abschlussstichtag umgerechnet. Bei einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr wurde dabei das Realisationsprinzip (§ 252 Abs. 1 Nr. 4 Halbsatz 2 HGB) und das Anschaffungskostenprinzip (§ 253 Abs. 1 Satz 1 HGB) beachtet.

Als **verbundene Unternehmen** werden alle Gesellschaften bezeichnet, die in den Konzernabschluss der Ströer KGaA im Wege der Vollkonsolidierung einbezogen werden.

## C. Erläuterungen zur Bilanz

### 1. Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist unter Angabe der Abschreibungen des Geschäftsjahres im Anlagenspiegel dargestellt.

#### ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS IM GESCHÄFTSJAHR 2018

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN					AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN				NETTOBUCHWERTE		
	1.1.2018 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Umbuchungen EUR	31.12.2018 EUR	1.1.2018 EUR	Zuführungen EUR	Auflösungen EUR	Umbuchungen EUR	31.12.2018 EUR	31.12.2018 EUR	31.12.2017 EUR
<b>IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE</b>												
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	18.051.374,04	11.938.272,80	10.163,24	6.184.772,76	36.164.256,36	10.371.970,81	5.198.020,73	4.234,68	0,00	15.565.756,86	20.598.499,50	7.679.403,23
Geleistete Anzahlungen	8.682.844,81	5.440.895,98	0,00	-6.184.772,76	7.938.968,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7.938.968,03	8.682.844,81
	<b>26.734.218,85</b>	<b>17.379.168,78</b>	<b>10.163,24</b>	<b>0,00</b>	<b>44.103.224,39</b>	<b>10.371.970,81</b>	<b>5.198.020,73</b>	<b>4.234,68</b>	<b>0,00</b>	<b>15.565.756,86</b>	<b>28.537.467,53</b>	<b>16.362.248,04</b>
<b>SACHANLAGEN</b>												
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	17.138.405,22	3.376.124,81	673.030,89	757.402,55	20.598.901,69	9.156.848,47	2.783.972,37	214.684,47	0,00	11.726.136,37	8.872.765,32	7.981.556,75
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	813.720,06	49.807,25	14.960,00	-757.402,55	91.164,76	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	91.164,76	813.720,06
	<b>17.952.125,28</b>	<b>3.425.932,06</b>	<b>687.990,89</b>	<b>0,00</b>	<b>20.690.066,45</b>	<b>9.156.848,47</b>	<b>2.783.972,37</b>	<b>214.684,47</b>	<b>0,00</b>	<b>11.726.136,37</b>	<b>8.963.930,08</b>	<b>8.795.276,81</b>
<b>FINANZANLAGEN</b>												
Anteile an verbundenen Unternehmen	810.511.314,81	25.000,00	135.287.237,20	0,00	675.249.077,61	94.221.000,00	15.500.093,92	94.221.000,00	0,00	15.500.093,92	659.748.983,69	716.290.314,81
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	125.996.230,64	88.537.458,38	44.034.986,00	-17.290.000,00	153.208.703,02	16.890.000,00	6.984.999,00	0,00	-13.000.000,00	10.874.999,00	142.333.704,02	109.106.230,64
Beteiligungen	1.081.505,08	433.865,37	0,00	0,00	1.515.370,45	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.515.370,45	1.081.505,08
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	1.600.000,00	0,00	0,00	-1.600.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.600.000,00
Sonstige Ausleihungen	0,00	0,00	0,00	18.890.000,00	18.890.000,00	0,00	5.889.998,00	8.000.000,00	13.000.000,00	10.889.998,00	8.000.002,00	0,00
	<b>939.189.050,53</b>	<b>88.996.323,75</b>	<b>179.322.223,20</b>	<b>0,00</b>	<b>848.863.151,08</b>	<b>111.111.000,00</b>	<b>28.375.090,92</b>	<b>102.221.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>37.265.090,92</b>	<b>811.598.060,16</b>	<b>828.078.050,53</b>
	<b>983.875.394,66</b>	<b>109.801.424,59</b>	<b>180.020.377,33</b>	<b>0,00</b>	<b>913.656.441,92</b>	<b>130.639.819,28</b>	<b>36.357.084,02</b>	<b>102.439.919,15</b>	<b>0,00</b>	<b>64.556.984,15</b>	<b>849.099.457,77</b>	<b>853.235.575,38</b>

### a) Immaterielle Vermögensgegenstände

Unter den Posten „Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten“ sowie „Geleistete Anzahlungen“ werden vor allem Ausgaben für den Erwerb von Software ausgewiesen.

### b) Finanzanlagen

Die Ströer KGaA hat ihre Beteiligung an der türkischen Tochtergesellschaft Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul/Türkei (im Folgenden kurz „SKV“), in Höhe von 90 Prozent mit Vertrag vom 4. Oktober 2018 vollumfänglich veräußert. Der Transaktionswert umfasst alle Anteile an der SKV, die die Ströer KGaA bisher gehalten hat, sowie ein Darlehen, welches von der Ströer KGaA an die SKV gegeben wurde. Des Weiteren hat die Ströer KGaA eine Abwertung in Höhe von TEUR 15.500 auf eine Beteiligung vorgenommen, die das osteuropäische Digitalgeschäft betrifft. Mit Blick auf die Ausleihungen an verbundene Unternehmen verzeichnete die Gesellschaft demgegenüber einen Zugang um TEUR 27.212. Hintergrund dieser erhöhten Ausleihungen war der zusätzliche Finanzbedarf einzelner Konzerngesellschaften im Zuge weiterer Investitionen in das Dialogmarketing.

Darüber hinaus wurden außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von TEUR 12.875 auf konzerninterne Darlehen und sonstige Ausleihungen vorgenommen.

## 2. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

	31.12.2018	31.12.2017
	TEUR	TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	946	8
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	1.311.974	637.212
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	65	3
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Sonstige Vermögensgegenstände	11.661	8.620
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	497	474
	1.324.646	645.843

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen resultieren in Höhe von TEUR 736.963 (Vj.: TEUR 141.650) aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der Ströer Media Deutschland GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „SMD“) sowie aus den Ergebnisabführungsverträgen mit der Ströer Digital Publishing GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „SDP“) in Höhe von TEUR 36.807 (Vj.: TEUR 17.312), mit der Ströer Sales Group GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „SSG“) in Höhe von TEUR 4.725 (Vj.: TEUR 6.550), mit der Ströer Digital Commerce GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „SDC“), in Höhe von TEUR 3.447 (Vj.: 14.311), mit der BlowUP Media GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „BUM“) in Höhe von TEUR 1.229

(Vj.: TEUR 2.240) und mit der Ströer Digital International GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „SDInt“) in Höhe von TEUR 30 (Vj.: Verbindlichkeit TEUR 6.014). Ebenso bestehen in Höhe von TEUR 7.296 (Vj.: TEUR 6.990) Forderungen aus dem Lieferungs- und Leistungsverkehr. Zudem bestehen Forderungen aus dem Cash-Pooling mit der SMD in Höhe von TEUR 201.070 (Vj.: TEUR 143.312) sowie mit der Ströer Venture GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „SVE“) in Höhe von TEUR 125.753 (Vj.: TEUR 122.223), mit der Ströer Content Group GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „SCG“) in Höhe von TEUR 59.999 (Vj.: TEUR 76.284), mit der BUM in Höhe von TEUR 888 (Vj.: TEUR 2.835) und mit der SSG in Höhe von TEUR 99.749 (Vj.: TEUR 88.232). Des Weiteren sind Forderungen aus dem im Geschäftsjahr neu geschlossenen Cash-Pooling-Vertrag mit der SDC in Höhe von TEUR 34.019 enthalten.

### 3. Eigenkapital

#### a) Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital der Gesellschaft hat sich im Geschäftsjahr 2018 im Rahmen der Ausübung von Aktienoptionen um 613.886 Aktien auf 56.171.871 Aktien erhöht. Damit ist das gezeichnete Kapital zum 31. Dezember 2018 in 56.171.871 voll eingezahlte auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien mit einem rechnerischen Nennwert von EUR 1 eingeteilt.

Die nachfolgenden Angaben sind im Wesentlichen der Satzung der Ströer SE & Co. KGaA entnommen.

#### Genehmigtes Kapital 2014

Das Genehmigte Kapital 2014 wurde mit Beschluss der Hauptversammlung vom 18. Juni 2014 in Höhe von EUR 18.938.495 geschaffen. Nachdem das Genehmigte Kapital 2014 am 2. November 2015 teilweise in Höhe von EUR 6.412.715 im Wege einer Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage ausgeübt wurde, beträgt das Genehmigte Kapital 2014 noch EUR 12.525.780.

Die persönlich haftende Gesellschafterin ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft in der Zeit bis zum 17. Juni 2019 einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu EUR 12.525.780,00 (in Worten: zwölf Millionen fünfhundertfünfundzwanzigtausendsiebenhundertachtzig Euro) durch Ausgabe von bis zu 12.525.780 (in Worten: zwölf Millionen fünfhundertfünfundzwanzigtausendsiebenhundertachtzig) neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien gegen Bareinlagen und/oder Sacheinlagen zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2014), jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer SE in eine Kommanditgesellschaft auf Aktien gemäß Umwandlungsbeschluss vom 25. September 2015 das genehmigte Kapital gemäß § 5 Abs. 1 der Satzung der Ströer SE noch vorhanden ist. 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. Die persönlich haftende Gesellschafterin ist jedoch ermächtigt, das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre mit Zustimmung des Aufsichtsrats für eine oder mehrere Kapitalerhöhungen im Rahmen des Genehmigten Kapitals 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 % 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 18. Juni 2014 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 18. Juni 2014 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 Aktienausgabe entscheidet die persönlich haftende Gesellschafterin mit Zustimmung des Aufsichtsrats.

Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, Änderungen der Satzung, die nur die Fassung betreffen, nach vollständiger oder teilweiser Durchführung der Erhöhung des Grundkapitals aus dem Genehmigten Kapital oder nach Ablauf der Ermächtigungsfrist vorzunehmen.

### **Bedingtes Kapital 2013**

Das Grundkapital ist um bis zu EUR 1.999.214,00 durch Ausgabe von bis zu 1.999.214 auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2013). Diese bedingte Kapitalerhöhung gilt jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer SE in eine Kommanditgesellschaft auf Aktien gemäß Umwandlungsbeschluss vom 25. September 2015 die bedingte Kapitalerhöhung gemäß § 6A Abs. 1 der Satzung der Ströer SE noch nicht durchgeführt ist. 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 und unter Berücksichtigung des Umwandlungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 25. September 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.

Die persönlich haftende Gesellschafterin ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der be-

dingten Kapitalerhöhung festzulegen, es sei denn, es sollen Aktienoptionsrechte und Aktien an Mitglieder des Vorstands der persönlich haftenden Gesellschafterin ausgegeben werden; in diesem Fall legt der Aufsichtsrat die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung fest. Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, die Fassung der Satzung entsprechend dem Umfang der Kapitalerhöhung aus dem Bedingten Kapital 2013 zu ändern.

### **Bedingtes Kapital 2015**

Das Grundkapital ist um bis zu EUR 2.123.445,00 durch Ausgabe von bis zu Stück 2.123.445 auf den Inhaber lautende Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2015). Diese bedingte Kapitalerhöhung gilt jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer SE in eine Kommanditgesellschaft auf Aktien gemäß Umwandlungsbeschluss vom 25. September 2015 die bedingte Kapitalerhöhung gemäß § 6B Abs. 1 der Satzung der Ströer SE noch nicht durchgeführt ist. Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Rechten an die Inhaber von Aktienoptionsrechten aus dem Aktienoptionsprogramm 2015, zu deren Ausgabe der Vorstand mit Beschluss der Hauptversammlung vom 25. September 2015 ermächtigt wurde. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Aktienoptionsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 25. September 2015 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.

Die persönlich haftende Gesellschafterin 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 persönlich haftenden Gesellschafterin 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 2015 zu ändern.

#### **Bedingtes Kapital 2016**

Durch Beschlussfassung der Hauptversammlung vom 14. Juni 2017 wurde das Bedingte Kapital 2016 in Höhe von EUR 11.056.400,00 mit Wirkung auf die Eintragung des neuen Bedingten Kapitals 2017 in das Handelsregister der Gesellschaft aufgehoben. Die entsprechende Handlungseintragung erfolgte am 10. August 2017.

#### **Bedingtes Kapital 2017**

Das Grundkapital der Gesellschaft ist um bis zu EUR 11.056.400,00 durch Ausgabe von bis zu 11.056.400 neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2017). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von auf den Inhaber lautenden Stückaktien an die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen und/oder Optionschuldverschreibungen, die aufgrund der von der Hauptversammlung vom 14. Juni 2017 unter Tagesordnungspunkt 9 beschlossenen Ermächtigung von der Gesellschaft oder von einem Beteiligungsunternehmen begeben werden. Die Ausgabe der neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien erfolgt zu dem nach Maßgabe des vorstehend bezeichneten Ermächtigungsbeschlusses jeweils zu bestimmenden Wandlungs- oder Optionspreis. 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 Nutzung 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. Die persönlich haftende Gesellschafterin ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen.

## b) Kapitalrücklage

Die Gesellschaft verfügt zum Bilanzstichtag über eine Kapitalrücklage in Höhe von TEUR 638.101 (davon TEUR 603.650 gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 1 HGB und TEUR 34.451 gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 2 HGB), die 10 Prozent des gezeichneten Kapitals übersteigt.

Im Geschäftsjahr 2018 hat sich die Kapitalrücklage der Gesellschaft im Rahmen der Ausübung von Aktienoptionen um TEUR 4.874 erhöht.

## c) Bilanzgewinn

Gemäß Hauptversammlungsbeschluss vom 30. Mai 2018 wurden TEUR 72.545 (EUR 1,30 je dividendenberechtigter Stückaktie) als Dividende ausgeschüttet und TEUR 9.451 aus dem Bilanzgewinn 2017 auf neue Rechnung vorgetragen.

## 4. Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	TEUR
Personalrückstellungen	8.845
Ausstehende Rechnungen	2.999
Abschluss- und Prüfungskosten	432
Drohverluste	22
Übrige	1
<b>Summe</b>	<b>12.299</b>

## 5. Verbindlichkeiten

Die Aufgliederung der Verbindlichkeiten nach ihren Restlaufzeiten ergibt sich aus dem folgenden Verbindlichkeitspiegel:

	Gesamt- betrag TEUR	davon mit einer Restlaufzeit		
		bis zu einem Jahr TEUR	von ein bis fünf Jahren TEUR	über fünf Jahre TEUR
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	559.974 (Vj.: 496.184)	64.974 (Vj.: 1.184)	382.000 (Vj.: 364.000)	113.000 (Vj.: 131.000)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	17.729 (Vj.: 6.403)	13.569 (Vj.: 6.403)	4.160 (Vj.: 0)	0 (Vj.: 0)
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	164.290 (Vj.: 125.632)	164.290 (Vj.: 125.632)	0 (Vj.: 0)	0 (Vj.: 0)
Sonstige Verbindlichkeiten	1.506 (Vj.: 6.213)	610 (Vj.: 6.213)	896 (Vj.: 0)	0 (Vj.: 0)
	743.499 (Vj.: 634.432)	243.443 (Vj.: 139.432)	387.056 (Vj.: 364.000)	113.000 (Vj.: 131.000)

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten in Höhe von TEUR 64.202 sind in der Form besichert, dass Gesellschaften des Ströer KGaA-Konzerns (sog. Garantors) im Sinne eines selbständigen Garantieversprechens gesamtschuldnerisch dafür haften.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen resultieren in Höhe von TEUR 119.326 (Vj.: TEUR 75.784) aus dem Cash-Pooling mit Gesellschaften des Ströer Konzerns. Außerdem wurden im Geschäftsjahr wieder kurzfristige Darlehen von der Permodo GmbH, München, in Höhe von TEUR 10.658 (Vj.: TEUR 8.827), von der StayFriends GmbH, Erlangen, in Höhe von TEUR 5.007 (Vj.: TEUR 6.000), von der Statista

GmbH, Hamburg, in Höhe von TEUR 5.000 (Vj.: TEUR 3.390), von der Business Advertising GmbH, Düsseldorf, in Höhe von TEUR 4.000 (Vj.: TEUR 2.500), von der Yieldlove GmbH, Hamburg, in Höhe von TEUR 3.700 (Vj.: TEUR 1.300) sowie von der Ströer Netherlands C.V., Amsterdam/Niederlande, in Höhe von TEUR 2.200 (Vj.: TEUR 2.000) gewährt. Erstmalig hat des Weiteren die Seeding Alliance GmbH, Köln, TEUR 2.600 (Vj.: TEUR 0) ein kurzfristiges Darlehen bereit gestellt. Darüber hinaus beinhalten sie Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 7.450 (Vj.: TEUR 3.204). Zudem enthalten sie Verbindlichkeiten aus den Ergebnisabführungsverträgen mit der SCG in Höhe von TEUR 3.137 (Vj.: TEUR 16.612), mit der SVE in Höhe von TEUR 1.209 (Vj.: Forderung TEUR 13.587) sowie mit dem seit dem 1. Januar 2018 bestehenden Ergebnisabführungsvertrag mit der Ströer Performance Group GmbH, (im Folgenden kurz „SPG“) Höhe von TEUR 2 (Vj. TEUR 0).

## 6. Latente Steuern

Latente Steuern auf Ebene der Ströer SE & Co. KGaA (steuerlicher Organträger) werden mit einem Steuersatz von 31,72 Prozent (Vj.: 32 Prozent) berechnet. Dieser setzt sich zusammen aus dem Körperschaftsteuersatz von 15 Prozent, dem Solidaritätszuschlag auf die Körperschaftsteuer von 5,5 Prozent (insgesamt 15,825 Prozent) und einem durchschnittlichen Gewerbesteuersatz von 15,895 Prozent.

Die latenten Steuern resultieren unverändert aus der steuerlichen Zusammenfassung der Besteuerungsgrundlagen der Organgesellschaften auf Ebene des Organträgers Ströer SE & Co. KGaA.

Im Jahr 2018 ergibt sich insgesamt ein Überhang an aktiven latenten Steuern in Höhe von TEUR 8.356. Das Aktivierungswahlrecht nach § 274 des Handelsgesetzbuches wird nicht ausgeübt.

Die aktiven latenten Steuern resultieren im Wesentlichen aus der abweichenden Behandlung eines Geschäfts- und Firmenwertes, der Wertberichtigung von Darlehensforderungen sowie aus der steuerlich abweichenden Bilanzierung von Rückstellungen zum 31. Dezember 2018.

Die passiven latenten Steuern ergeben sich im Wesentlichen aus den temporären Differenzen in Bezug auf Beteiligungen.

Die Passiven latenten Steuern werden mit aktiven latenten Steuern insoweit saldiert. Einzelheiten zu

den latenten Steuern und zur Saldierung derer ergeben sich aus der folgenden Tabelle:

In TEUR	31.12.2018		31.12.2017		Veränderung	
	Aktiv	Passiv	Aktiv	Passiv	Aktiv	Passiv
Immaterielle Vermögensgegenstände	9.811	2.047	10.203	1.102	-392	945
Sachanlagen	0	0	10	0	-10	0
Finanzanlagen	0	6.222	0	6.280	0	-58
Forderungen	2.222	258	219	260	2.003	-2
Pensionsrückstellungen	3.160	144	2.148	0	1.012	144
Sonstige Rückstellungen	2.787	1.564	3.620	1.724	-833	-160
Verbindlichkeiten	611	0	656	0	-45	0
<b>Latente Steuern</b>	<b>18.591</b>	<b>10.235</b>	<b>16.856</b>	<b>9.366</b>	<b>1.735</b>	<b>869</b>
Zinsvorträge	0	0	0	0	0	0
Verlustvorträge	0	0	0	0	0	0
<b>Gesamt</b>	<b>18.591</b>	<b>10.235</b>	<b>16.856</b>	<b>9.366</b>	<b>1.735</b>	<b>869</b>
Saldierung	10.235	10.235	-9.366	-9.366	-869	-869
<b>Nichtausübung des Aktivierungswahlrechts</b>	<b>-8.356</b>	<b>0</b>	<b>-7.490</b>	<b>0</b>	<b>-866</b>	<b>0</b>
<b>Bilanzansatz</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

## D. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

### 1. Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse im Geschäftsjahr 2018 belaufen sich auf TEUR 25.524 und werden im Inland erzielt. Sie resultieren im Wesentlichen aus kaufmännischen und IT-technischen Serviceleistungen

für Tochtergesellschaften im Ströer Konzern (TEUR 18.547) sowie aus Mieterträgen (TEUR 6.972).

## 2. Sonstige betriebliche Erträge

In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind periodenfremde Erträge in Höhe von TEUR 1.679 enthalten, welche im Wesentlichen aus der Ausbuchung einer Verbindlichkeit im Rahmen eines Vergleichsverfahrens sowie aus Kostenerstattungen für Vorjahre resultieren.

Weiterhin wurde ein in Vorjahren auf einen Erinnerungswert abgeschriebenes Darlehen in Höhe von TEUR 13.000 aufgrund der Verbesserung der wirtschaftlichen Aussichten der Darlehensnehmerin auf TEUR 8.000 zugeschrieben.

Zudem wurde in 2018 eine Abschlusszahlung im Zusammenhang mit dem Kauf einer Tochtergesellschaft in 2015 vereinnahmt. Daraus resultiert ein sonstiger betrieblicher Ertrag in Höhe von TEUR 687.

## 3. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten periodenfremde Aufwendungen in Höhe von TEUR 2.260 für in 2018 abgerechnete und in Vorjahren erhaltene Leistungen. Diese korrespondieren inhaltlich in weiten Teilen mit den periodenfremden Erträgen.

Des Weiteren sind Aufwendungen in Höhe von TEUR 1.500 für Kompensationszahlungen an eine Tochtergesellschaft im Zusammenhang mit der Erfüllung des Geschäftsbesorgungsvertrages enthalten.

Im Geschäftsjahr sind zudem außergewöhnliche Aufwendungen für Rechts- und Beratungskosten im Rahmen von Akquisitionen in Höhe von TEUR 1.209 sowie im Rahmen der Umsetzung neuer datenschutz- und bilanzrechtlicher Vorschriften in Höhe von TEUR 811 angefallen. Weiterhin sind Ausbuchungen von Forderungen in Höhe von TEUR 3.699 sowie Aufwendungen für Leerstände angemieteter Räumlichkeiten in Höhe von TEUR 607 angefallen. Darüber hinaus ist in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ein Verlust aus dem Abgang der SKV in Höhe von TEUR 41.066 erfasst.

## 4. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Aufgrund der Eigenschaft der Gesellschaft als Organträger werden alle Besteuerungsgrundlagen der Organgesellschaften auf sie übertragen. Dabei entsteht durch gewerbesteuerliche Hinzurechnungen, Abzugsbeschränkungen für Zinsaufwendungen sowie die Regelungen über die Mindestbesteuerung ein zu versteuerndes Einkommen/Gewerbeertrag.

In den Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind Beträge in Höhe von TEUR 34 für Körperschaftsteuer/Solidaritätszuschlag enthalten, die Vorjahre betreffen.

## E. Sonstige Angaben

### 1. Kapitalflussrechnung

Aufgrund der in einem Darlehensvertrag enthaltenen Vorschriften wird die Kapitalflussrechnung freiwillig und nicht in Übereinstimmung mit DRS 21 erstellt.

	2018 TEUR	2017 TEUR
<b>1. Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>		
Periodenergebnis und vor		
Ergebnisabführung/Ergebnisübernahme	644.009	36.317
Abschreibungen (+)/Zuschreibungen (-) auf Gegenstände des Anlagevermögens	28.357	74.682
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Rückstellungen	-16.201	18.099
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+)/Erträge (-)	-775.868	-170.533
Gewinn (-)/Verlust (+) aus Anlageabgängen	40.856	97
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	188.341	158.271
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-16.798	-25.588
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>92.696</b>	<b>91.345</b>
<b>2. Cashflow aus der Investitionstätigkeit</b>		
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens	684	28
Auszahlungen (-) für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-3.426	-5.273
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des immateriellen Anlagevermögens	6	0
Auszahlungen (-) für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-13.219	-6.909
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Finanzanlagevermögens	11.685	36.410
Auszahlungen (-) für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-88.846	-74.323
<b>Cashflow aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-93.116</b>	<b>-50.067</b>
<b>3. Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit</b>		
Dividenden (-)	-72.545	-60.811
Einzahlungen (+) aus Eigenkapitalzuführungen	5.488	1.865
Ein- (+) / Auszahlungen (-) aus Cash-Pool Finanzierung	-11.085	-118.263
Einzahlungen (+) aus der Begebung von Anleihen und der Aufnahme von (Finanz-) Krediten	158.176	397.434
Auszahlungen (-) aus der Tilgung von Anleihen und (Finanz-) Krediten	-84.347	-258.401
<b>Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-4.313</b>	<b>-38.176</b>
<b>4. Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>		
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds (Zwischensummen 1 - 3)	-4.733	3.102
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	4.915	1.813
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>182</b>	<b>4.915</b>
<b>5. Zusammensetzung des Finanzmittelfonds</b>		
Liquide Mittel	182	4.915
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>182</b>	<b>4.915</b>



## 2. Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen

### a) Haftungsverhältnisse

Im Zusammenhang mit dem Erwerb der Ströer DERG Media GmbH, Kassel, hat die Ströer KGaA gegenüber der Deutsche Bahn AG eine unbefristete Bürgschaft für die Verpflichtungen der Ströer DERG Media GmbH aus dem Werbeflächenvertrag abgegeben. Insbesondere sind davon Aufwendungen für Werbeträger betroffen, die für die Einführung und den Betrieb von elektronischen Echtzeitsystemen zur Information und Unterhaltung sowie der Aufwertung von bestehenden Werbeträgern vorgesehen sind. Das sich hieraus ableitende Investitionsvolumen beläuft sich über die langfristige Vertragslaufzeit auf etwa 20 Millionen Euro zuzüglich laufender Kosten für Betrieb, Wartung und Gemeinkosten. Die Höhe der laufenden Kosten wird einerseits abhängig sein von Umfang und Dauer der Implementierung, andererseits aber auch von der Nutzung bereits bestehender Strukturen der elektronischen Medien innerhalb der Ströer Gruppe.

Im Rahmen des am 18. Dezember 2015 zwischen der Telekom Deutschland GmbH, Bonn, und der DSM Deutsche Städte Medien GmbH, Frankfurt am Main, (im Folgenden „DSM“) geschlossenen Geschäftsbesorgungsvertrags zum Stadtvertrag Bremen hat die Ströer KGaA eine selbstschuldnerische Bürgschaft in Höhe von TEUR 5.850 übernommen, welche befristet ist bis zum 31. Dezember 2025. Zu dem Geschäftsbesorgungsvertrag wurde in 2018 eine Aufhebungsvereinbarung mit Wirkung zum 31. Dezember 2018 geschlossen.

Für den mit der Deka Immobilien Investment GmbH, Frankfurt am Main, geschlossenen Mietvertrag zum 1. Juli 2015 für das Gebäude in der Torstraße 49 in Berlin hat die Ströer KGaA eine unbefristete Bürgschaft für die Mieterin STRÖER media brands AG, Berlin, in Höhe von TEUR 107 übernommen.

Im Zuge des zwischen der Stadt Ravensburg und der DSM am 23. Mai 2015 geschlossenen Vertrags über die Ausübung von Werberechten auf öffentlichen Flächen der Stadt Ravensburg hat die Ströer KGaA eine Bürgschaft in Höhe von TEUR 300 übernommen, welche befristet ist bis zum 31. Dezember 2024.

Im Hinblick auf eine zwischen der SEM Internet Reklam Hiz. Ve Dan. A.S., Istanbul/Türkei, und der Facebook Ireland Ltd., Dublin/Irland, im Januar 2014 geschlossenen Vereinbarung hat die Ströer KGaA am 19. August 2015 eine unbefristete Bürgschaft in Höhe von TUSD 500 übernommen.

Im Zuge des zwischen der Stadt Ulm und der DSM am 21. Juli 2017 geschlossenen Vertrags über die Ausübung von Werberechten auf öffentlichen Flächen der Stadt Ulm hat die Ströer KGaA eine Bürgschaft in Höhe von TEUR 1.500 übernommen, welche befristet ist bis zum 31. Dezember 2033.

Mit Datum vom 23. August 2017 übernimmt die Ströer KGaA für die Foodist GmbH, Hamburg, gegenüber der Commerzbank AG eine selbstschuldnerische Bürgschaft in Höhe von TEUR 100. Diese Bürgschaft ist unbefristet.

Für den mit der FAKT RUHRTURM GmbH, Essen, geschlossenen Mietvertrag für das Gebäude Huttropstraße 60 in Essen vom 14. Januar 2014 hat die Ströer KGaA mit Datum vom 22. November 2017 eine unbefristete Bürgschaft für die Mieterin Avedo Essen GmbH (vormals: vocando GmbH), Essen, in Höhe von TEUR 55 übernommen.

Im Rahmen des Mietvertrags vom 1. Dezember 2017 zwischen der MS Immobilien Fonds-Objekt Leipzig GmbH & Co. KG, Stuttgart, und der Avedo Leipzig West GmbH, Leipzig, übernimmt die Ströer KGaA eine unbefristete Bürgschaft in Höhe von TEUR 79.

Für einen zwischen der Statista GmbH, Hamburg, und der Max Planck Digital Library, München, im Dezember 2017 geschlossenen Vertrag über einen Corporate Account hat die Ströer KGaA am 2. Januar 2018 eine bis zum 31. Dezember 2020 befristete Bürgschaft in Höhe von TEUR 71 übernommen.

Im Rahmen des Mietvertrags zwischen der Blue Building Grundstücks GbR, Bonn, und der Avedo Köln GmbH, Köln, aus 2012 mit Nachtrag aus 2016 übernimmt die Ströer KGaA eine unbefristete Bürgschaft in Höhe von TEUR 114.

Mit Datum vom 5. Juni 2018 übernimmt die Ströer KGaA für die Omnea GmbH, Berlin, gegenüber der Deutschen Bank AG eine selbstschuldnerische Bürgschaft in Höhe von TEUR 300. Diese Bürgschaft ist unbefristet.

Für einen zwischen der Ranger Marketing & Vertriebs GmbH, Düsseldorf, und der Telekom Deutsch-

land GmbH, Bonn, geschlossenen Vertrag über eine kampagnengesteuerte Direktvermarktung hat die Ströer KGaA eine unbefristete selbstschuldnerische Bürgschaft für alle bestehenden und künftigen Ansprüche übernommen, die der Telekom aus den Datenschutzvereinbarungen zustehen.

Die Ströer KGaA hat Patronatserklärungen zugunsten der Statista GmbH, Hamburg, (20. September 2017), der Foodist GmbH, Hamburg, (13. März 2017) sowie der Ströer SSP GmbH, München, (19. Dezember 2017) abgegeben. Die Patronatserklärung zugunsten der Statista GmbH ist befristet bis zum Ablauf des 31. Dezember 2019 und beschränkt auf EUR 25 Mio.; die anderen beiden Patronatserklärungen sind unbefristet und der Höhe nach nicht beschränkt.

Aus den vorgenannten Bürgschaften und Patronatserklärungen schätzen wir das Risiko einer Inanspruchnahme derzeit als gering ein.

## b) Gesamtbetrag der sonstigen finanziellen Verpflichtungen, die nicht in der Bilanz erscheinen

Neben den Haftungsverhältnissen bestehen in Höhe von TEUR 92.199 sonstige finanzielle Verpflichtungen. Im Einzelnen betreffen diese Verpflichtungen folgende Sachverhalte:

Die Gesellschaft hat sonstige finanzielle Verpflichtungen aus Miete und Leasing von Verwaltungs- und Lagergebäuden an verschiedenen Standorten, insbesondere Köln, Hamburg und München. Die Laufzeiten teilen sich wie folgt auf:

- bis zu einem Jahr: TEUR 11.965
- 1 – 5 Jahre: TEUR 39.999
- größer 5 Jahre: TEUR 39.506

Der Zweck der Geschäfte liegt in der Vermeidung eines Mittelabflusses und einer Finanzierung, die im Falle eines Gebäudeerwerbs angefallen wären. Diesem Vorteil stehen fest vereinbarte Zahlungsverpflichtungen über die Vertragslaufzeit gegenüber.

Des Weiteren bestehen sonstige finanzielle Verpflichtungen im Zusammenhang mit Pkw-Leasing.

Leasingraten:

- bis zu einem Jahr: TEUR 260
- 1 – 5 Jahre: TEUR 469

## 3. Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen

Es wurden folgende wesentliche Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen durchgeführt:

Art der Beziehung	Tochterunternehmen	sonstige nahestehende Unternehmen und Personen
Art des Geschäfts	TEUR	TEUR
Erbringung von Dienstleistungen	4.142	1.294
Erbringung von sonstigen Leistungen	4.853	1
Bezug von sonstigen Leistungen	338	2.140
Gewährung Darlehen	82.537	0
Rückzahlung gewährter Darlehen	2.200	0
Erhaltene Darlehen	29.278	0
Rückzahlung erhaltener Darlehen	19.337	0

Bei den Tochterunternehmen handelt es sich um Unternehmen, die zu 100% in den Konzernabschluss der Ströer KGaA einbezogen werden, jedoch mittel- oder unmittelbar nicht in 100%-igem Anteilsbesitz stehen.

Die sonstigen nahe stehenden Unternehmen und Personen umfassen Unternehmen, die nicht zu 100 Prozent in den Konzernabschluss der Ströer KGaA einbezogen werden, und Gesellschaften, an denen Personen mit einer Ströer KGaA-Organfunktion beteiligt sind. Des Weiteren sind darin Unternehmen enthalten, die einen maßgeblichen Einfluss auf

die Ströer KGaA ausüben, sowie Mitglieder des Managements in Schlüsselpositionen.

Die Gesellschaft erbringt Dienstleistungen aus Produktentwicklungen für Werbeträger, EDV-Leistungen, zentralem Einkauf und Personaldienstleistungen.

Darüber hinaus erbringt die Gesellschaft sonstige Leistungen durch Ausleihungen an Tochterunternehmen, wofür Zinsen vereinnahmt werden (TEUR 2.899), sowie aus Untervermietung

Bei dem Bezug von sonstigen Leistungen handelt es sich im Wesentlichen um Aufwendungen für Weiterberechnungen von Tochtergesellschaften.

Hinsichtlich der weiteren Geschäfte mit Vorstand und Aufsichtsrat verweisen wir auf unsere Erläuterungen unter E.5.

#### 4. Prüfungs- und Beratungsgebühren

Das von dem Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr berechnete Gesamthonorar im Sinne des § 285 Nr. 17 HGB ist in der entsprechenden Anhangangabe des Konzernabschlusses enthalten.

#### 5. Vorstand und Aufsichtsrat

Die Zusammensetzung des Vorstands der persönlich haftenden Gesellschafterin Ströer Management SE, Düsseldorf, (im Folgenden „Vorstand“) und des Aufsichtsrats der Ströer KGaA und die Mitgliedschaft dieser Organe in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten sowie in anderen, Aufsichtsräten vergleichbaren Kontrollgremien, ergeben sich aus der nachfolgenden Tabelle:

Name	Mitgliedschaft in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten	Mitgliedschaft in anderen, einem Aufsichtsrat vergleichbaren Kontrollgremien
<b>Vorstand</b>		
Udo Müller (Co-CEO)		
Christian Schmalzl (Co-CEO)		Internet Billboard a.s., Ostrau (Tschechien)
Dr. Bernd Metzner	Döhler GmbH, Darmstadt STRÖER Dialog Verwaltung Hamburg GmbH, Hamburg Sixt Leasing SE, Pullach (seit 16. Februar 2018)	Anavex Life Sciences Corp., New York (USA) (bis 28. Februar 2018) Conexus AS, Drammen (Norwegen)

---

**Aufsichtsrat**


---

Christoph Vilanek Vorstandsvorsitzender der freenet AG, Büdelsdorf (Vorsitzender)	eXaring AG, München MEDIA BROADCAST GmbH, Köln (bis 31.12.2018) mobilcom-debitel GmbH, Büdelsdorf (bis 31.12.2018) gamigo AG, Hamburg (bis 31.01.2018) Ströer Management SE, Düsseldorf	Sunrise Communications Group AG, Zürich (Schweiz)
Dirk Ströer Geschäftsführer der Ströer Außenwerbung GmbH & Co. KG, Köln (Stellvertretender Vorsitzender)	Ströer Management SE, Düsseldorf	
Ulrich Voigt Mitglied des Vorstands der Sparkasse KölnBonn	Ströer Management SE, Düsseldorf	Finanz Informatik GmbH & Co. KG, Frankfurt modernes Köln GmbH, Köln
Anette Bronder Geschäftsführerin der T-Systems International GmbH, Frankfurt/Main (bis 31. Dezember 2018)	Deutsche Telekom IT GmbH, Bonn T-Systems Multimedia Solutions GmbH, Dresden	Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz GmbH, Kaiserslautern
Martin Diederichs Rechtsanwalt (seit 9. August 2018)	Pison Montage AG, Dillingen Ströer Management SE, Düsseldorf	DSD Steel Group GmbH, Saarlouis
Julia Flemmerer Geschäftsführerin der Famosa Real Estate S.L., Ibiza (Spanien)		
Christian Sardina Gellesch Leiter Bestandsmanagement der Ströer Deutsche Städte Medien GmbH, Köln		
Rachel Marquardt Gewerkschaftssekretärin ver.di Bundesverwaltung, Berlin		
Tobias Meuser Gebietsmanager Bahn der Ströer Deutsche Städte Medien GmbH, Köln		
Dr. Thomas Müller Gewerkschaftssekretär ver.di Hessen, Frankfurt/Main		

---

---

Michael Noth  
 Direktor Innendienst der Ströer Sales & Services  
 GmbH, Köln

---

Sabine Hüttinger  
 Mitarbeiterin Public Affairs der Ströer Deutsche  
 Städte Medien GmbH, Köln

---

<p>Andreas Huster          Betriebsratvorsitzender Avedo Gera GmbH, Gera          (seit 30. August 2018)</p>	<p>STRÖER Dialog Verwaltung Hamburg          GmbH, Hamburg</p>
--	--

---

Nadine Reichel  
 Kfm. Leiterin Rechnungswesen / Controlling bei  
 Infoscreen GmbH, Köln  
 (seit 30. August 2018)

---

Petra Sontheimer  
 Management Coach und Organisationsberaterin  
 bei cidpartners GmbH, Bonn  
 (seit 9. August 2018)

---

<p>Vicente Vento Bosch          Geschäftsführer u. CEO der Deutsche Telekom          Capital Partners Management GmbH, Hamburg</p>	<p>Ströer Management SE, Düsseldorf</p>	<p>Cellwize Wireless Technologies Pte. Ltd.,          (Singapur)          Cloudreach Europe Ltd, London (England)          Deutsche Telekom Strategic Investments          GmbH, Bonn          Deutsche Telekom Venture Funds GmbH, Bonn          eValue 2nd Fund GmbH, Berlin          Telekom Innovation Pool GmbH, Bonn          Swiss Towers AG, Zug (Schweiz)          Keeper Data Tech. S.L., Madrid (Spanien)</p>
--	---	--

---

Die Herren Müller, Dr. Metzner und Schmalzl übten ihre Vorstandstätigkeit hauptberuflich aus.

Die Leistungen aus Vergütungsvereinbarungen des Vorstands und des Aufsichtsrats (ohne aktienbasierte Vergütung) für die Jahre 2018 und 2017 betragen:

	2018	2017
<b>Vorstand</b>	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
Kurzfristig fällige Leistungen	3.686	3.723
Andere langfristig fällige Leistungen	2.010	1.895
	<b>5.696</b>	<b>5.618</b>

	2018	2017
<b>Aufsichtsrat</b>	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
Kurzfristig fällige Leistungen	281	264
	<b>281</b>	<b>264</b>

Kurzfristig fällige Leistungen umfassen insbesondere Gehälter, Sachbezüge sowie erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile, die erst in dem auf das abgelaufene Geschäftsjahr folgende Geschäftsjahr zur Auszahlung gelangen. Langfristig fällige Leistungen umfassen dem Vorstand gewährte erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile – ohne aktienbasierte Vergütungsbestandteile –, die erst in späteren Jahren zur Auszahlung gelangen. Für die dem Vorstand gewährte aktienbasierte Vergütung (ohne Aktienoptionsprogramm) wird zum Ende jeden Geschäftsjahres ein Referenzkurs der Aktie der Ströer KGaA 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.

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 2018 eine Volatilität von 29 Prozent und eine Dividend-Yield von 2,5 Prozent eingeflossen sind. Die für das Modell verwendeten Zinssätze betragen -0,30 Prozent.

Für die auf das Jahr 2018 entfallende aktienbasierte Vergütung gehen wir derzeit davon aus, dass der Aktienkurs nach Ende des Erdienungszeitraums 100 Prozent des Referenzkurses entspricht. Die in 2018 gewährten 4.588 virtuellen Aktienoptionen haben jeweils einen beizulegenden Zeitwert von EUR 40,32.

Von allen langfristig fälligen Leistungen (sogenannte LTI) werden TEUR 2.001 in 2019 zur Auszahlung fällig.

#### **Aktienoptionsprogramm:**

Im Rahmen des in 2013 von der Hauptversammlung beschlossenen Aktienoptionsprogramms (AOP 2013) hat der Vorstand insgesamt 1.954.700 Optionen gewährt bekommen. In 2015 wurde ein weiteres Aktienoptionsprogramm (AOP 2015) beschlossen; hieraus hat der Vorstand in 2018 199.460 Optionen und insgesamt 698.920 Optionen gewährt bekommen.

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 ein operatives Mindest-EBITDA im Konzern von EUR 150 Millionen (AOP 2013) bzw. EUR 250 Millionen (AOP 2015) 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.

Der gewichtete durchschnittliche beizulegende Zeitwert aller gewährten Optionen aus dem AOP 2015 beträgt EUR 11,23. Der gewichtete durchschnittliche beizulegende Zeitwert aller im Rahmen des „Aktienoptionsprogramms 2013“ gewährten Optionen beträgt EUR 2,14.

Zum 31. Dezember 2018 sind für alle ggf. zukünftig fällig werdenden Bonusansprüche des Vorstands kurz- wie langfristiger Natur insgesamt TEUR 6.872 (Vj.: TEUR 7.681) als Rückstellungen erfasst, von denen TEUR 1.431 (Vj.: TEUR 1.948) auf derzeitige Ansprüche aus aktienbasierten Vergütungen entfallen.

Für weitere Informationen verweisen wir auf den Vergütungsbericht, der Bestandteil des Konzernlageberichts ist.

## 6. Mitarbeiter

Im Geschäftsjahr 2018 wurden im Durchschnitt 339 (Vj.: 313) Angestellte beschäftigt.

## 7. Aufstellung des Anteilsbesitzes

Die folgende Aufstellung enthält die Angaben gemäß § 285 Nr. 11 HGB zu Unternehmen, an denen die Gesellschaft mit mindestens 20 Prozent beteiligt ist, sowie die Angaben gemäß § 285 Nr. 11b HGB zu Beteiligungen an großen Kapitalgesellschaften, die fünf Prozent der Stimmrechte überschreiten:



	Anteile am Kapital 31.12.2018 vH	Eigenkapital am 31.12.2018 TEUR	Jahres- ergebnis 2018 TEUR
<b>Direkte Beteiligungen</b>			
BlowUP Media GmbH, Köln	100,0	1.105	*1.229
eValue 2nd Fund GmbH, Berlin (i.L.)	33,3	3.216	-105
Ströer Content Group GmbH, Köln	100,0	25	*-3.137
Ströer Digital Commerce GmbH, Köln	100,0	25	*3447
Ströer Digital International GmbH, Köln	100,0	10.343	*30
Ströer Digital Publishing GmbH, Köln	100,0	111.982	*41.260
Ströer Media Deutschland GmbH, Köln	100,0	121.245	*732.510
Ströer Polska Sp. z.o.o., Warschau, Polen	100,0	17.716	-4.541
Ströer Sales Group GmbH, Köln	100,0	25	*4.725
Ströer Venture GmbH, Köln	100,0	25	1.209
<b>Indirekte Beteiligungen</b>			
4EVER YOUNG GmbH, Unterföhring	75,0	735	710
Adscale Laboratories Ltd., Christchurch, Neuseeland	100,0	500	119
ahuhu GmbH, Unterföhring	70,0	217	192
Ambient-TV Sales & Services GmbH, Hamburg	70,0	203	97
andré media Nord GmbH, München	100,0	76	472
ARGE Außenwerbung Schönefeld GbR, Berlin	50,0	73	103
Asam Betriebs-GmbH, Beilngries (vormals: Asam GmbH & Co. Betriebs-KG, Beilngries)	100,0	8.510	0
Asam GmbH, Beilngries	51,0	81	1
ASAMBEAUTY GmbH, Unterföhring	100,0	450	0
Avedo Augsburg GmbH, Augsburg (vormals: D+S communication center Augsburg GmbH, Augsburg)	100,0	1.173	774
Avedo Bremerhaven GmbH, Bremerhaven (vormals: D+S communication center Bremerhaven GmbH, Bre	100,0	406	846
AVEDO Essen GmbH, Essen (vormals: vocando GmbH, Essen)	100,0	982	24
Avedo Frankfurt Oder GmbH, Frankfurt/Oder (vormals: D+S communication center Frankfurt/Oder GmbI	100,0	561	137
AVEDO Gelsenkirchen GmbH, Gelsenkirchen (vormals: vocando Gelsenkirchen GmbH, Gelsenkirchen)	100,0	-379	-1.371
Avedo Gera GmbH, Gera (vormals: D+S communication center Gera GmbH, Gera)	100,0	25	1.533
Avedo Hamburg GmbH, Hamburg (vormals: D+S communication center Hamburg GmbH, Hamburg)	100,0	179	66
Avedo Hof GmbH, Hof (vormals: D+S communication center Hof GmbH, Hof)	100,0	1.255	403
Avedo II GmbH, Pforzheim (vormals: DV-COM GmbH, Pforzheim)	100,0	622	-610
Avedo Itzehoe GmbH, Itzehoe (vormals: D+S communication center Itzehoe GmbH, Itzehoe)	100,0	428	-47
Avedo Jena GmbH, Jena (vormals: D+S communication center Jena GmbH, Jena)	100,0	-1.736	-632
Avedo Köln GmbH, Köln	100,0	515	55
Avedo Leipzig GmbH, Leipzig	100,0	965	13
AVEDO Leipzig West GmbH, Leipzig (vormals: Avedo Leipzig II GmbH, Leipzig)	100,0	25	-60
Avedo München GmbH, München	100,0	55	-296
Avedo Münster GmbH, Münster (vormals: D+S communication center Münster GmbH, Münster)	100,0	389	-200
Avedo Neubrandenburg GmbH, Neubrandenburg (vormals: D+S communication center Neubrandenbur	100,0	-588	-48
Avedo Rostock GmbH, Rostock	100,0	2.989	*1.194
Avedo Rügen GmbH, Rügen (vormals: D+S communication center Rügen GmbH, Rügen)	100,0	101	156
B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH, Hamburg	100,0	2.922	*465
BHI Beauty & Health Investment Group Management GmbH, Unterföhring	51,0	36.841	*13.429
BIG Poster GmbH, Stuttgart	100,0	81	5
blowUP Media Belgium BVBA, Antwerpen, Belgien	80,0	582	16
blowUP Media Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande	100,0	3.179	863
blowUP Media Espana S.A., Madrid, Spanien	100,0	-1.500	-428
blowUP Media U.K. Ltd., London, Großbritannien	100,0	6.078	2.126
Boojum Kft., Budapest, Ungarn	60,0	248	239
Business Advertising GmbH, Düsseldorf	65,7	1.765	1.025
Business Power GmbH, Düsseldorf	100,0	22	-106
C2E Est S.A.S.U., Metz, Frankreich	100,0	174	2
C2E Ile de France S.A.S.U., Metz, Frankreich	100,0	7	-2
C2E Nord S.A.S.U., Metz, Frankreich	100,0	87	-49
C2E Ouest S.A.S.U., Metz, Frankreich	100,0	189	-32
C2E Pas-de-Calais S.A.S.U., Metz, Frankreich	100,0	68	-31
C2E Sud-Ouest S.A.S.U., Metz, Frankreich	100,0	-66	-15
Conexus AS, Drammen, Norwegen	54,8	5.309	94
Conexus Norge AS, Drammen, Norwegen	100,0	1.140	67
Conexus Vietnam Company Limited, Ho Chi Minh, Vietnam	100,0	-11	-28
Content Fleet GmbH, Hamburg	100,0	-3.173	-276
Courtier en Economie d'Energie S.A.S.U., Metz, Frankreich	100,0	1.203	628
D+S 360° Webservice GmbH, Hamburg	100,0	-37	-1

Delta Concept S.a.r.l., Sassenage, Frankreich	55,0	-202	-123
DERG Vertriebs GmbH, Köln	100,0	50	*862
DSA Schuldisplay GmbH, Hamburg	51,0	104	52
DSMDecaux GmbH, München	50,0	12.447	10.888
DSM Deutsche Städte Medien GmbH, Frankfurt am Main	100,0	607.512	*32.882
DSM Krefeld Außenwerbung GmbH, Krefeld	51,0	1.671	202
DSM Rechtsgesellschaft mbH, Köln	100,0	25	*91.545
DSM Werbeträger GmbH & Co. KG, Köln	100,0	30.826	405
DSM Zeit und Werbung GmbH, Köln	100,0	1.453	*1.447
AVEDO PALMA S.A, Palma de Mallorca, Spanien	100,0	512	214
ECE flatmedia GmbH, Hamburg	75,1	3.565	*3.292
Erdbeerlounge GmbH, Köln	100,0	-105	448
FA Business Solutions GmbH, Würzburg	50,0	31	389
Fahrgastfernsehen Hamburg GmbH, Hamburg	100,0	740	144
Foodist GmbH, Hamburg	100,0	-3.708	-2.194
grapevine marketing GmbH, München	50,2	393	347
Hamburger Verkehrsmittel-Werbung GmbH, Hamburg	75,1	1.427	1.222
iBillBoard Internet Reklam Hizmetleri ve Bilisim Teknolojileri A.S., Istanbul, Türkei	96,0	-26	-15
iBillBoard Poland Sp. z.o.o., Warschau, Polen	100,0	75	-45
Indoor Media Deutschland GmbH, Hamburg	100,0	51	13
INFOSCREEN GmbH, Köln	100,0	8.227	*51.567
InnoBeauty GmbH, Unterföhring	100,0	200	*192
Instytut Badań Outdooru IBO Sp. z.o.o., Warschau, Polen	50,0	19	-60
Interactive Media CCSP GmbH, Köln	94,2	100.334	*-1.878
Internet BillBoard a.s., Ostrau, Tschechien	100,0	2.304	48
INTREN Informatikai Tanácsadó és Szolgáltató Kft., Budapest, Ungarn	50,9	1.111	632
kajomi GmbH, Planegg	51,0	25	*379
Klassenfreunde.ch GmbH, Alpnach, Schweiz	100,0	1.090	114
Klassträffen Sweden AB, Stockholm, Schweden	100,0	709	101
Kultur-Medien Hamburg GmbH Gesellschaft für Kulturinformationsanlagen, Hamburg	100,0	368	293
Linkz Internet Reklam Hizmetleri ve Bilisim Teknolojileri A.S., Istanbul, Türkei	100,0	-253	-83
Lunenburg und Partner Media-Service GmbH, Berlin	100,0	235	123
MBR Targeting GmbH, Berlin	100,0	-6.438	-1.733
M.Asam GmbH, Unterföhring	100,0	5.764	5.739
Media-Direktservice GmbH, Köln	25,1	-3.079	-576
MediaSelect Media-Agentur GmbH, Baden-Baden	75,1	133	43
mediateam Werbeagentur GmbH / Ströer Media Deutschland GmbH - GbR, Köln	50,0	94	94
Mercury Beteiligungs GmbH, Leipzig	75,0	643	5.572
MT Mobile Ticketing j.d.o.o., Zagreb, Kroatien	100,0	97	57
mYouTime AS, Drammen, Norwegen	64,3	-181	2
Nachsendeauftrag DE Online GmbH, Köln	60,0	-105	-59
Neo Advertising GmbH, Hamburg	79,9	645	619
Omnea GmbH, Berlin	80,0	-4.634	-534
optimise-it GmbH, Hamburg	100,0	514	172
OSD Holding Pte. Ltd., Singapur, Singapur	36,5	**756	**11
Outsite Media GmbH, Mönchengladbach	51,0	497	455
P.O.S. MEDIA GmbH Gesellschaft für Außenwerbung und Plakatservice, Baden-Baden	100,0	117	91
Permodo GmbH, München	76,0	1.833	*15.179
Plakativ Media GmbH, München	100,0	100	196
PosterSelect Media-Agentur für Außenwerbung GmbH, Baden-Baden	75,1	1.689	861
STRÖER SALES France S.A.S.U., Bagneux/Frankreich	100,0	10.528	361
Ranger Marketing & Vertriebs GmbH, Düsseldorf	100,0	24.781	12.921
Ranger Marketing France S.A.S.U., Bagneux, Frankreich	100,0	7.492	2.654
RegioHelden GmbH, Stuttgart	100,0	-21.833	-5.599
Retail Media GmbH, Köln	100,0	25	*553
RZV Digital Medya ve Reklam Hizmetleri A.S., Istanbul, Türkei	100,0	-9.820	-2.883
Sales Holding GmbH, Düsseldorf	100,0	26.607	9.304
Seeding Alliance GmbH, Köln	70,0	876	425
SEM Internet Reklam Hizmetleri ve Danismanlik A.S., Istanbul, Türkei	100,0	1.599	601
Service Planet GmbH, Düsseldorf	100,0	985	-63
SF Beteiligungs GmbH, Köln	87,7	1.846	-177
SIGN YOU mediascreen GmbH, Oberhausen	100,0	293	73
Smartplace GmbH, Düsseldorf	100,0	23	-2
SMD Rechtsgesellschaft mbH, Köln	100,0	25	*51.665
SMD Werbeträger GmbH & Co. KG, Köln	100,0	18.425	177
SRG Rechtsgesellschaft mbH, Köln	100,0	25	*47.857

SRG Werbeträger GmbH & Co. KG, Köln	100,0	14.331	135
Statista GmbH, Hamburg	81,3	4.036	1.144
Statista Inc., New York, USA	100,0	-534	24
Statista Ltd., London, Großbritannien	100,0	-984	-354
Statista S.a.r.l., Paris, Frankreich	100,0	-110	-111
StayFriends GmbH, Erlangen	100,0	4.550	3.526
Ströer DERG Media GmbH, Kassel	100,0	5.492	*16.631
Ströer Deutsche Städte Medien GmbH, Köln	100,0	500	*11.959
Ströer Dialog Group GmbH, Leipzig (vormals: Avedo GmbH, Leipzig)	100,0	2.580	6.022
STRÖER Dialog Solutions GmbH, Hamburg (vormals: D+S 360° media world GmbH, Hamburg)	100,0	586	101
STRÖER Dialog Verwaltung Hamburg GmbH, Hamburg (vormals: D+S communication center manager)	100,0	779	-620
Ströer Digital Group GmbH, Köln	100,0	93.692	*-4.353
Ströer Digital Media GmbH, Hamburg	100,0	12.692	*-4.739
Ströer Digital Operations Sp. z.o.o., Warschau, Polen	100,0	796	-519
Ströer Digital Services Sp. z.o.o., Warschau, Polen	100,0	-326	28
Ströer Kulturmedien GmbH, Köln	100,0	180	*195
Ströer media brands GmbH, Berlin (vormals: Ströer media brands AG, Berlin)	100,0	1.228	*3.398
Ströer Media Sp. z.o.o., Warschau, Polen	100,0	4.536	276
Ströer Media Sp. z.o.o., Warschau, Polen	100,0	1	-4
Ströer Mobile Performance GmbH, Köln	100,0	-696	-513
Ströer Netherlands B.V., Amsterdam, Niederlande	100,0	-10	-8
Ströer Netherlands C.V., Amsterdam, Niederlande	100,0	2.171	573
Ströer News Publishing GmbH, Köln (vormals: Kinolo GmbH, München)	100,0	305	*891
Ströer Next Publishing GmbH, Köln	100,0	25	0
Ströer Performance Group GmbH, Köln	100,0	25	-2
Ströer Products GmbH, Berlin	75,0	1.120	-1.929
Ströer Sales & Services GmbH, Köln	100,0	272	*10.297
Ströer Social Publishing GmbH, Berlin (vormals: FaceAdNet GmbH, Berlin)	72,0	25	*1.656
Ströer SSP GmbH, München	100,0	7.371	-613
Ströer Werbeträgerverwaltungs GmbH, Köln	100,0	25	*4
stylefruits GmbH, München	100,0	-1.313	102
SuperM&N UG, Köln	51,0	70	67
T&E Net Services GmbH, Berlin	60,0	1.152	*2.776
Trierer Gesellschaft für Stadtmöblierung mbH, Trier	50,0	1.430	162
Trombi Acquisition SARL, Paris, Frankreich	100,0	-1.265	125
TUBE ONE Networks GmbH, Köln	75,0	1.100	300
Tubevertise GmbH, Köln (vormals: Tubevertise UG (haftungsbeschränkt), Düsseldorf)	100,0	43	-250
UAM Digital GmbH, Hamburg	100,0	-7	-2
UAM Experience GmbH, Hamburg	100,0	56	79
UAM Media Group GmbH, Hamburg	87,0	2.897	-549
Vendi S.A.S.U., Paris, Frankreich	100,0	107	97
X-City Marketing Hannover GmbH, Hannover	50,0	8.373	1.398
Yieldlove GmbH, Hamburg	51,0	25	6.392
*Ergebnis vor Ergebnisabführung			
**Vorjahreszahlen			

## 8. Konzernabschluss

Die Gesellschaft stellt den Konzernabschluss für den größten und kleinsten Kreis von Unternehmen auf. Der Konzernabschluss wird im Bundesanzeiger veröffentlicht.

## 9. Persönlich haftende Gesellschafter

Die Ströer Management SE, Düsseldorf, die persönlich haftende Gesellschafterin ist, weist zum 31. Dezember 2018 ein gezeichnetes Kapital in Höhe von TEUR 120 aus.

## 10. Angaben gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

Zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Anhangs am 13. März 2019 hielt Dirk Ströer 21,46 Prozent, Udo Müller 21,55 Prozent und Christian Schmalzl 0,05 Prozent der Aktien an der Gesellschaft. Laut den der Gesellschaft vorliegenden Mitteilungen zu diesem Zeitpunkt sind uns die folgenden weiteren Stimmrechtsanteile an der Gesellschaft von über 3 Prozent bekannt: Deutsche Telekom AG 11,42 Prozent, Allianz Global Investors Europe 6,05 Prozent und Credit Suisse 3,47 Prozent.

## 11. Gewinnverwendungsvorschlag

Die persönlich haftende Gesellschafterin schlägt unter Vorbehalt der Abstimmungen und Erörterungen mit dem Aufsichtsrat vor, den im Jahresabschluss zum 31. Dezember 2018 ausgewiesenen Bilanzgewinn in Höhe von EUR 653.459.790,74 wie folgt zu verwenden:

- Ausschüttung einer Dividende in Höhe von EUR 1,30 je dividendenberechtigte Stückaktie und damit insgesamt EUR 73.023.432,30 (bei 56.171.871 Stückaktien)
- Einstellung eines Betrags in Höhe von EUR 326.729.895,37 in die Gewinnrücklage
- Vortrag des Restbetrages in Höhe von EUR 253.706.463,07 auf neue Rechnung.

## 12. Nachtragsbericht

Nach Abschluss des Geschäftsjahres sind keine Vorgänge von besonderer Bedeutung eingetreten, die wesentliche finanzielle Auswirkungen haben.

## 13. Erklärung gem. § 161 AktG zum Corporate Governance Kodex

Der Vorstand der persönlich haftenden Gesellschafterin der Ströer SE & Co. KGaA, der Ströer Management SE, Düsseldorf, und Aufsichtsrat der Ströer SE & Co. KGaA haben am 13. Dezember 2018 die jährliche Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex gem. § 161 AktG abgegeben und öffentlich auf der Internetseite der Gesellschaft ([www.stroeer.com/investor-relations](http://www.stroeer.com/investor-relations)) dauerhaft den Aktionären zugänglich gemacht.

#### 14. Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Jahresabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt und im Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns der Geschäftsverlauf, einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage der Gesellschaft so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung der Gesellschaft beschrieben sind.

Köln, den 13. März 2019

Ströer SE & Co. KGaA

vertreten durch: Ströer Management SE (persönlich haftende Gesellschafterin)

Udo Müller

Christian Schmalzl

Dr. Bernd Metzner

## BERICHT ÜBER DIE LAGE DER GESELLSCHAFT UND DES KONZERNS

Die in diesem Bericht über die Lage der Ströer SE & Co. KGaA, Köln, im Folgenden „Ströer KGaA“, und des Konzerns vorgenommenen Verweise auf Seitenzahlen beziehen sich auf die Nummerierung im Geschäftsbericht.

## GRUNDLAGEN UND STRATEGIE DES STRÖER KONZERNS

### Management Statement

Die strategische Leitlinie der Ströer SE & Co. KGaA (im Folgenden „Ströer“, „Ströer Gruppe“ oder „Ströer Konzern“) ist weiterhin geprägt durch „Customer Centricity“ – die konsequente Ausrichtung des gesamten Angebotes auf die Anforderungen und Bedürfnisse der Werbekunden. Dabei deckt Ströer die gesamte Kunden-Bandbreite ab, vom großen nationalen Werbetreibenden bis zum kleinen lokalen Werbetreibenden.

Die Ergebnisse des Jahres 2018 zeigen zum wiederholten Male, dass Ströer erfolgreich

- die richtige **Strategie**
- mit dem Fokus auf die **richtigen Marktsegmente** und
- der optimalen und **verlässlichen Exekution** nachhaltig verbindet.

Ströer arbeitet ferner konsequent daran, das am stärksten kundenfokussierte Media-Unternehmen am deutschen Werbemarkt zu werden, welches in verschiedenen Medienkanälen operiert und dabei konsequent für alle Kundensegmente das passende Angebot zur Verfügung stellt und dieses verlässlich operativ umsetzt. Mit dem umfassendsten lokalen Angebot kann Ströer zielgenau die Konsumenten der Werbekunden in allen Phasen ihres Kaufentscheidungsprozesses und im Nachkaufprozess nahezu überall in Deutschland auf unterschiedlichen Kommunikationskanälen effizient ansprechen.

Das Ziel von Ströer ist, dass jeder Werbetreibende, der in Deutschland eine Marketing- und Vertriebsmaßnahme plant, immer vorrangig an die Angebote und Möglichkeiten denkt, die Ströer bietet.

Mit dieser ambitionierten Zielsetzung hat Ströer in den vergangenen Jahren bereits viel erreicht und wird sich darauf auch zukünftig konsequent im deutschen Werbemarkt fokussieren.

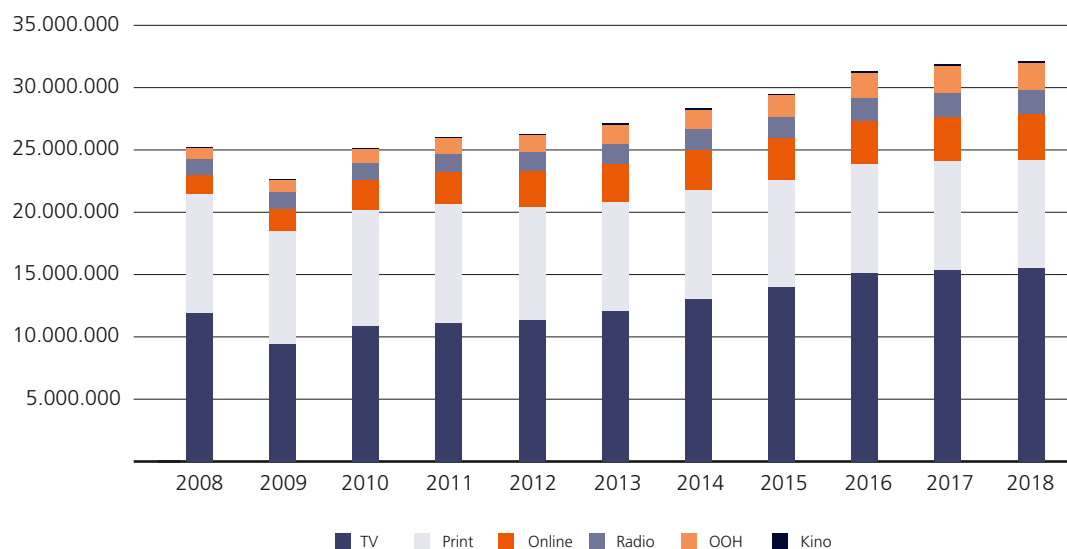
### Kontext

Der deutsche Werbemarkt ist seit rund zehn Jahren von großen Veränderungen geprägt.

Die Marktanteile des Kernsegmentes Außenwerbung („Out-of-Home-Media“ oder OOH) sind dabei insbesondere in den vergangenen zehn Jahren nachhaltig, auf mittlerweile knapp unter 7 Prozent, gestiegen. Das ist eine Verdoppelung des Marktanteils in einem strukturell nicht mehr wachsenden Markt.

Das Segment Print, bestehend aus Publikumszeitschriften und Zeitungen, hat in den vergangenen Jahren deutlich an Marktanteil verloren. Die tägliche Nutzungsdauer, vor allem der jüngeren und für die Werbewirtschaft besonders wichtigen Alterssegmente, hat sich kontinuierlich verringert. Entsprechend hat sich auch das Angebot reduziert. Die Leserschaft verlagert ihre Aufmerksamkeit auf Online und mobile Medien.

### Entwicklung Werbemarkt 2008 – 2018



Radio hält sich auf stabilen Werbemarktniveaus. Ebenso ist die Nutzerreichweite relativ stabil, jedoch nimmt die Nutzungsintensität gerade in jüngeren Zielgruppen zugunsten von Streaming-Portalen wie Spotify, Apple Music, Amazon Music etc. immer mehr ab.

Die Werbemarktanteile von TV sind in Deutschland im internationalen Vergleich betrachtet noch immer relativ hoch. Eine deutliche Erosion ist bislang noch nicht auszumachen auch wenn das Nutzerverhalten zunehmend eine andere Sprache spricht. Statt lineares Werbefernsehen zu konsumieren, neigen immer mehr Nutzer dazu, wie beim Radio, Streamingdienste wie Amazon Prime oder Netflix zu nutzen. Es ist anzunehmen, dass das von der Fernsehforschung nachgewiesene, sehr hohe Niveau von über 220 Minuten durchschnittlicher Fernsehdauer durch alle Zielgruppen, in Zukunft in erster Linie von traditionellen Zielgruppen als von jungen, mobilen Zielgruppen erreicht werden wird.

Die einzigen strukturell wachsenden Werbesegmente im deutschen Werbemarkt sind Out-of-Home sowie Online Werbung – die Segmente, in denen Ströer stetig eine starke Marktposition ausgebaut hat.

Das Segment Online ist in seinen Dimensionen nur näherungsweise abzubilden. Hintergrund ist, dass Google, Facebook und Amazon ihre deutschen Werbemarktumsätze nicht in die Werbestatistik melden und daher geschätzt werden müssen. Diesen Markt unterteilt Ströer in Segmente, die primär von Google und Facebook dominiert werden und bei denen es um nicht redaktionell bearbeiteten Content geht, der technologiegetrieben für die Vermarktung nur anders organisiert wird. Kuratierter Content und Services haben eine andere Relevanz für den Nutzer. Auf dieses Segment hat sich Ströer fokussiert. Mit der ausgewogenen Kombination von eigenen Webseiten und Portalen, wie beispielsweise t-online.de oder Watson sowie der exklusiven, langfristigen Vermarktung einer Vielzahl von Premium-Inhalten anderer Partner, wie des Portfolios der Webseiten von Bauer, OMS, Kicker oder Motorpresse, insgesamt mehr als 350 der Top 700 deutschsprachigen Webseiten, sieht sich Ströer auch zukünftig in einer strategisch guten Ausgangsposition, um von einer weiteren Marktkonsolidierung dank leistungsfähiger Technologie- und Vermarktungskompetenz profitieren zu können.

Durch die Digitalisierung ist ein Überangebot an Möglichkeiten entstanden. Verbraucher haben heute in allen Bereichen des digitalen Lebens enorme Auswahlmöglichkeiten. Plattformen und Preisvergleiche finden das preiswerteste Angebot. In der Vergangenheit mussten Verbraucher oft die Verfügbarkeit eines Produktes an ihrem Kaufort berücksichtigen. Auch im Werbemarkt

überstieg vor allem im Bereich Online die Nachfrage oft das Angebot. Heute verschmelzen mediale Angebote zunehmend auf der digitalen Plattform „Internet“, welche große Verfügbarkeit und optimalen Preisvergleich vorgibt und somit die Nachfrage durch Marktplätze zunehmend kontrolliert. Diese Marktplätze sind in der Regel unter Kontrolle angloamerikanischer Technologieunternehmen wie Google, Amazon oder Facebook, die sowohl die Preise kontrollieren als auch eine dezidierte Kenntnis der Produkt-Wirk-Mechanismen erlangen und diese für eigene Zwecke nutzen können (z.B. Amazon Basics Produkte). Möchte ein Anbieter sein Produkt jenseits dieser Plattformen beim Verbraucher vermarkten, so muss er neue skalierbare Wege finden, dies zu tun. Ströer bietet direkte Kommunikations- und Vertriebswege zwischen Anbieter und Verbraucher in allen Phasen des Kaufprozesses: Von der Anbahnung über den direkten Abschluss bis hin zum Nachkauf-Service.

Für Ströer ist es daher von entscheidender Bedeutung, sich auf die für den nationalen und regionalen sowie lokalen Werbekunden optimalen und effizienten Lösungen zu fokussieren, anstatt international skalierbares Plattform-Geschäft aufbauen zu wollen.

### Geschäftsmodell

Ströer ist einer der führenden Anbieter der Vermarktung von Außen- und Online-Werbeflächen sowie aller Facetten des Dialog Marketings in Deutschland und bietet den werbetreibenden Unternehmen individualisierte, skalierbare und ganzheitliche Kommunikationslösungen entlang der gesamten medialen Wertschöpfungskette an.

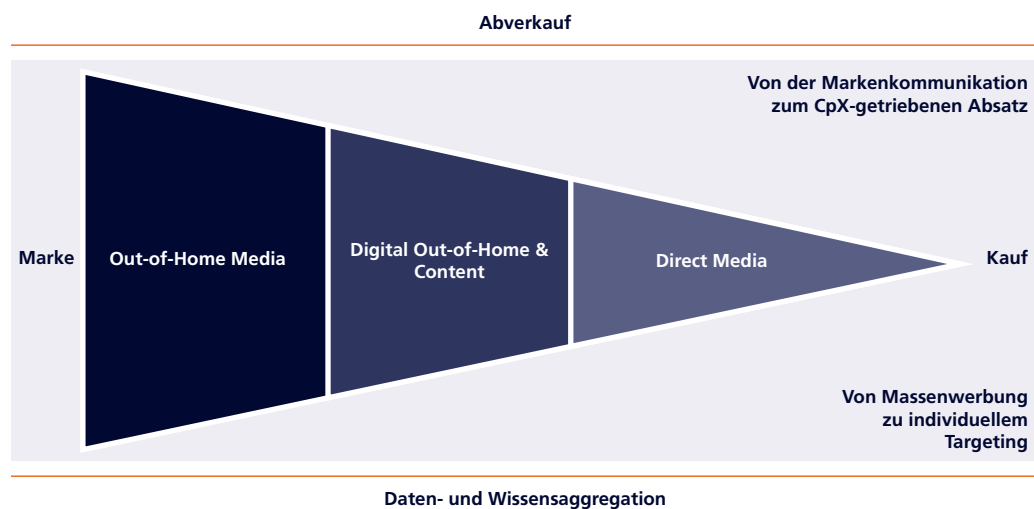
Im Fokus stehen dabei sowohl Kunden aus dem Segment großer nationaler Werbetreibender und ihrer Agenturen, denen der Ströer Konzern die relevante Reichweite und Breite an Werbemöglichkeiten anbieten kann, als auch das Segment mittlerer und kleiner regionaler, lokaler und sogar hyperlokaler Werbetreibender bis hin zum einzelnen Händler vor Ort. Diesen kann die Ströer Gruppe die Produkt- und auch Service-Infrastruktur anbieten, um vor Ort jeweils das optimale, individualisierte Angebot zusammenstellen und effizient abwickeln zu können. Ströer ist das einzige Werbeunternehmen in Deutschland mit der hierfür notwendigen Vertriebs-Infrastruktur mit Niederlassungen an mehr als 100 Orten und mehr als 13.000 Mitarbeitern in der entsprechenden Organisation.

Diese Segmentierung ist konsequent ausgerichtet auf die idealtypische Sequenz in der Gestaltung werblicher Beziehung zwischen den Werbekunden und ihren Zielgruppen:

Bekanntheit → Qualifizierung des Kontaktes → Abschluss

Die Ströer Gruppe nutzt dabei Skaleneffekte auf der Kostenseite, die unter anderem bei Strategie & Innovation, Forschung & Entwicklung, Finanzen, Einkauf, Design, Recht, Kommunikation und Personalwesen zur Geltung kommen, ebenso wie die vielen Synergien, die sich aus dem Zusammenwirken der einzelnen Segmente und Gesellschaften ergeben.

### Abdeckung des gesamten Werbe-Wertschöpfungsprozesses



### Segmente und Organisationsstruktur

Die Reporting-Segmente der Ströer Gruppe bestehen aus dem Segment Out-of-Home Media, Digital OOH & Content und Direct Media. Um die enge Verzahnung unserer Segmente im Rahmen unserer OOH+ Strategie zu betonen, wurde das Segment Content Media in Digital OOH & Content umbenannt.

Die Segmente sind in enger Abstimmung mit der Konzern-Holdinggesellschaft Ströer SE & Co. KGaA operativ eigenständig am Markt tätig. Die Abstimmung bezieht sich insbesondere auf die strategische Ausrichtung im Rahmen der Gesamtsteuerung des Ströer Konzerns. Hierdurch ist ein gezielter Know-how-Transfer zwischen den einzelnen Segmenten möglich.

→ Nähere Informationen zur Strategie und zur unternehmensinternen Steuerung finden Sie auf Seite 18.

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

Vertrieblich werden die drei Segmente durch einen nationalen Vertrieb, einen regionalen/lokalen Vertrieb und durch eigene Spezialvertriebe monetarisiert. Die Vertriebe sind über ein zentrales System („Salesforce“) verbunden. Salesforce wurde in 2018 erfolgreich neu eingeführt und löste das historische proprietäre Vertriebssystem ab.

Der nationale Vertrieb betreut in erster Linie Kunden, welche meist in Form von Kampagnen national werben und hierbei durch Media- und Kreativagenturnetzwerke unterstützt werden.



Daneben hat der nationale Vertrieb zu allen großen Werbetreibenden und ihren Agenturen direkten Zugang und betreut diese integriert in den Bereichen Out-of-Home Media und Digital OOH & Content, entwickelt für einen spezifischen Kampagnenzweck geeignete Lösungen und greift auf das gesamte Inventar aus Out-of-Home Media und Digital OOH & Content zu. Über Standorte und eigene Berater in Köln, Düsseldorf, Berlin, Hamburg, München und Frankfurt/Main werden die 1.000 größten deutschen Werbetreibenden vom nationalen Vertrieb direkt betreut.

Der regionale Vertrieb betreut vor allem Kunden mit einem jährlichen Werbevolumen von zumeist unter 500.000 Euro und einer stark regional oder lokal fokussierten werblichen Zielsetzung, insgesamt mehr als 78.000 Kunden aus einer Grundgesamtheit von mehr als 2,5 Millionen KMUs. Der regionale Vertrieb ist in der Lage in jeder deutschen Großstadt alle Kunden direkt vor Ort durch eigene Spezialisten ganzheitlich zu betreuen und die optimale Strategie für einen Kunden strategisch, also vor allem langfristig, zu entwickeln und umzusetzen. Damit werden auch Kunden sukzessive entwickelt und binden sich in dieser Entwicklung an Ströer.

Darüber hinaus stellt Ströer auch den Infrastrukturpartnern vor Ort, Kommunen, Gesellschaften und privaten Verpächtern von Flächen für Werbeanlagen direkte Ansprechpartner zur Verfügung und kann schnell auf die jeweiligen Erfordernisse reagieren.

Der Bereich Dialog Media wird vertrieblich sowohl vom nationalen als auch vom regionalen Vertrieb unterstützt, besitzt aber auch eigene Spezialisten für das Dialoggeschäft an jedem zentralen Standort und bahnt dadurch Aufträge an.

### Out-of-Home Media

Basis des Außenwerbegeschäfts ist ein attraktives Portfolio an Verträgen mit privaten und öffentlichen Grundstücks- und Gebäudeeigentümern, von denen Ströer Werberechtskonzessionen für reichweitenstarke Standorte erlangt. Von besonderer Bedeutung sind dabei Verträge mit Kommunen, für die Ströer als Systemanbieter intelligente und passgenaue Infrastrukturlösungen entwickelt, welche das Stadtbild aufwerten oder zusätzliche Dienste ermöglichen. Daneben sind die Verträge mit der Deutschen Bahn und der ECE-Gruppe sowie mit Anbietern im öffentlichen Personennahverkehr von hervorgehobener Bedeutung. Dabei erstreckt sich das

Produktportfolio auf alle Werbeformen, die außer Haus zum Einsatz kommen – von klassischen Plakatmedien (Großformate) über die Werbung an Wartehallen (Street Furniture) und Transportmitteln bis hin zu digitalen und interaktiven Angeboten. Das digitale Außenwerbegeschäft, welches auf Public Video beruht, ist aufgrund der Geschäftsnähe und der Technologie im Digital OOH & Content Segment subsumiert.

Das Portfolio besteht derzeit aus fast 300.000 vermarkt-baren Werbeflächen in Europa, vorwiegend in Deutschland. Die Verträge mit privaten Grund- und Gebäudeeigentümern sehen im Allgemeinen die Zahlung einer festen Pacht vor, während die kommunalen Konzessionsverträge überwiegend umsatzabhängige Pachtzahlungen enthalten.

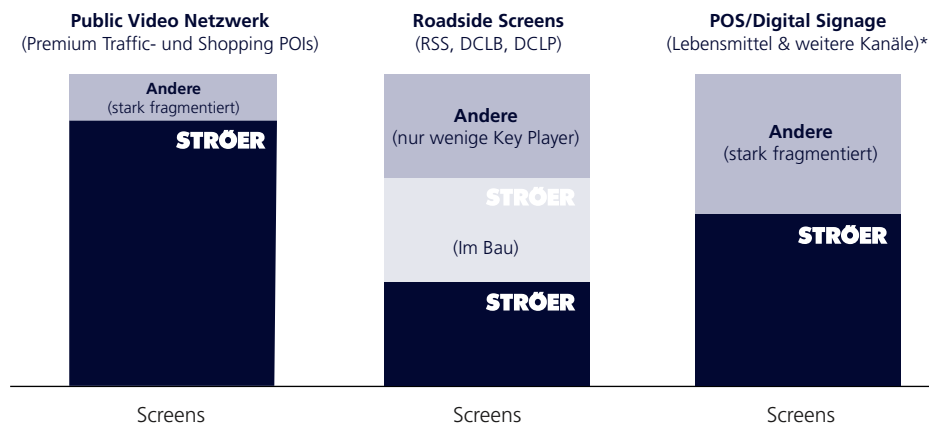
In 2018 konnten die kommunalen und privaten Werberechtskonzessionen weiter ausgebaut werden. Insbesondere die Digitalisierung bestehender und neuer Werbestandorte stand bei den alten und neuen Werberechtskonzessionen im Mittelpunkt.

Hierbei ist ein besonderer Trend die zunehmende Digitalisierung von Werbeanlagen aller Formate. Digitalisierte Werbeanlagen bieten eine Reihe von Vorteilen und sind daher von großer strategischer Bedeutung für die Konzessionsgeber und Ströer.

Durch die digitale und damit flexible Bespielung der Flächen ist es möglich, diese über alle Vertriebskanäle hinweg zu vermarkten und zudem aufgrund der vollständig digitalisierten Logistik sehr flexibel und granular anzubieten – von Paketen und Netzen bis hin zu einzelnen Flächen, von Kampagnen über längere Zeiträume hinweg bis hin zu spezifischen zeitpunktabhängigen Aktionen. Gleichzeitig lassen sich noch verfügbare Inventare („Yields“) sehr kurzfristig über direkte Anbindungen der Nachfragesysteme von Kunden (Demand Side Platforms „DSP“) an die Systeme von Ströer (Supply Side Platform „SSP“) vermarkten. Die hierfür nötigen umfassenden technischen Grundlagen auf allen Vertriebssebenen wurden in 2018 erfolgreich umgesetzt. Digitales OOH verfügt damit über eine enorme Flexibilität und Geschwindigkeit gepaart mit der Fähigkeit, sehr schnell an zentralen Orten viele Zielpersonen zu erreichen und Werbekampagnen schnell in den Köpfen zu verankern.

Ströer ist der mit Abstand größte Anbieter von digitaler Außenwerbung in Deutschland durch eine Vielzahl von unterschiedlichen Produkten, wie Roadside Screens, Megavision, Public Video, Digital CLP, Edgar Art Net, POS Media oder Fahrgastfernsehen.

### Digital OOH Portfolio Strategie



Quelle: Intern, DMI – Digital Out of Home Standorte Screens 2018-02-15.1.pdf; \*ohne Promotion

Wichtige Partner im Außenwerbebusiness sind die Städte und Kommunen in Deutschland. Von diesen erhält Ströer Werberechte und bewirtschaftet in enger Abstimmung mit ihnen die Infrastruktur. Um die „smarte“ Digitalisierung der Städte weiter voran zu treiben, engagiert sich Ströer u. a. in der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland sowie als einziges Werbeunternehmen als Mitglied der „Morgenstadt-Initiative“ des Fraunhofer IAO Instituts. Die Zielsetzung ist, Infrastruktur und Möglichkeiten von Ströer dazu zu nutzen, das Management von Städten zu vereinfachen und Bürgern die Bewältigung ihres Alltages durch smarte Dienste zu erleichtern. Die von Ströer aufgebaute Infrastruktur kann für diesen Zweck um zusätzliche Elemente erweitert werden, wie z. B. Umwelt-Sensorik oder Parkleitsysteme. Die digitalen Anlagen werden mittlerweile auch durch den Bevölkerungsschutz und die Polizei als digitale Stadtinformationsanlagen verwendet. Das bedeutet, dass neben Inhalten und Werbung auch kommunale Dienste und Informationen über die Anlagen ausgestrahlt werden.

Das laufende Programm kann unterbrochen werden und für Warnhinweise und Ad-hoc-Meldungen im Zusammenhang mit sicherheitsrelevanten Umständen in bestimmten Regionen einer Stadt genutzt werden. Hieraus ergibt sich ein bedeutender Mehrwert für Kommunen und Bürger. Die Systeme von Ströer können somit direkt an alle gängigen Systeme (Katwarn, Fraunhofer und Nina/MoWas, Bundesamt für Bevölkerungsschutz und BiVAPP, Smartphone-App zur Warnung und Information der Bevölkerung) angeschlossen werden sowie an die meisten lokalen Systeme und Lagezentren der Polizei und Feuerwehr.

Die Stadtinformationsanlagen von Ströer wurden 2018 auf der anerkannten Fachmesse Nordic Edge in Stavanger/Norwegen mit einem europäischen Innovationspreis ausgezeichnet.

Ströer steht mit vielen deutschen Kommunen in einem intensiven Austausch über die Zukunft und Entwicklung deutscher Städte. In diesem Zusammenhang werden

Grundlagenpräsentationen, Schriftenreihen und ein stets aktualisierter Internetauftritt betreut, Teilnahmen an Messen geplant und eine Fülle gemeinnütziger Projekte, oft in enger Zusammenarbeit mit Hochschulen und der Fraunhofer-Gesellschaft, vorangetrieben.

Ströer verfügt über eine eigene Forschung & Entwicklungsabteilung mit Niederlassungen in Köln und Shanghai. Hier werden Produktlinien gewartet und weiterentwickelt sowie Innovationen konzipiert. So konnten in 2018 beispielweise erhebliche Fortschritte in der Nutzung von Werbeträgern mit Solarzellen erreicht werden, die dadurch zumindest einen Teil ihres Strombedarfes decken können.

Dem Außenwerbebusiness sind zudem eine Reihe von Beteiligungen zugeordnet, die das kundenzentrierte Angebot optimal abrunden. Hier sei beispielsweise die United Ambient Media Group GmbH (UAM) oder die BlowUp Media genannt.

- UAM wurde im Jahr 2017 durch Ströer mehrheitlich übernommen. In 2018 wurden die Produkte der UAM in den nationalen und regionalen Vertrieb integriert. Der Umsatz konnte durch die zusätzliche Vertriebsleistung nachhaltig gesteigert werden und bereichert das Angebotsportfolio von Ströer in allen Facetten des Ambient Media. Besondere Produktinnovationen sind hierbei das UAM Lokal Kino Netzwerk, Ambient TV durch die Edgar Art Screens (mehr als 1.000 Anlagen bis Ende 2019 geplant) in der Gastronomie und die Angebote von Andre Media Nord (Werbung in Supermärkten).
- BlowUP Media ist ein marktstarker westeuropäischer Anbieter von Riesenpostern mit Formaten bis über 1.000 Quadratmeter, die auf Gebäudefassaden platziert werden. Die Gesellschaft vermarktet aktuell mehr als 300, zum Teil 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 Außenwerbebusiness andere Herausforderungen an das Portfoliomanagement. BlowUP Media ist in Europa mit Betriebsstätten in Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden, Spanien und Belgien präsent. Rund 50 Prozent des Riesenposter-Geschäftsvolumens wird in Deutschland erzielt.

## Digital OOH & Content<sup>1</sup>

Als Multi-Channel-Medienhaus bietet Ströer skalierbare Produkte von Branding & Storytelling bis hin zu Performance, Native Advertising<sup>2</sup> und Social Media an.

## Display- und Mobile-Vermarktung

Mit einer Reichweite von über 50,35 Millionen Unique Usern pro Monat nimmt die Ströer Digital Media GmbH (im Folgenden „Ströer Digital Media“) Platz 1 im Vermarkter-Ranking der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) ein und zählt damit zu den bedeutendsten Display- und Mobile-Vermarktern im deutschen Werbemarkt.<sup>3</sup>

Im Bereich Display- und Mobile-Vermarktung verfügt Ströer Digital Media über eine Vielzahl an Direktmandaten, eigenen Webseiten und über eine automatisierte Technologieplattform (sowohl für die Demand- als auch für die Supply-Side). Zu den eigenen Webseiten gehören zum Beispiel t-online.de sowie führende Special Interest Portale wie Giga.de oder Kino.de. Im Bereich der Direktmandate hat Ströer im letzten Jahr seine Vermarktungskapazität gebündelt und verfügt nun über exklusive Vermarktungsrechte für mehr als 1.000 Webseiten.

Ströer hat die Möglichkeit, Rich Media<sup>4</sup> und Native Advertising mit klassischen Display-Werbeformaten und neuen Bewegtbild-Produkten intelligent zu verknüpfen und entwickelt parallel innovative Werbeformate für den automatisierten Handel. Für umfeldorientierte Werbung stellt Ströer seinen Kunden ein einzigartiges Vermarktungsportfolio an renommierten Medienmarken und Apps sowie thematisch orientierte Verticals zur Verfügung.

<sup>1</sup> Ehemals Content Media

<sup>2</sup> Native Advertising ist eine Methode, bei der verschiedene Werbeformen in einem redaktionellen Umfeld platziert werden.

<sup>3</sup> Quelle: Hochrechnung des Vermarkter-Rankings nach Zusammenführung der Angebote von Ströer Digital, InteractiveMedia und OMS auf Basis des AGOF digital facts 09/2016.

<sup>4</sup> Rich Media bezeichnet Online-Inhalte, die optisch und akustisch durch bspw. Video, Audio und Animation angereichert sind.

Dabei sind alle Werbeformen und Produkte an den „Better Ads Standard“ gemäß der „Coalition for Better Ads“ angepasst und genügen daher modernsten Qualitätsansprüchen.

Die Möglichkeiten programmatischer Vermarktung wurden deutlich ausgebaut, sowohl durch die Bereitstellung von Schnittstellen gängiger Buchungsplattformen zu dem Ströer Public Video Inventar, als auch durch den Rollout eines integrierten Header-Bidding Setup mit der Ströer Akquisition Yieldlove sowie der Ströer eigenen Supply Side Plattform („Ströer SSP“). Ferner wurden der neue IAB Standard Flexible Ads umgesetzt und die Möglichkeiten zum Targeting deutlich ausgebaut. Damit kann wesentlich mehr Inventar programmatisch zur Verfügung gestellt und somit extrem kurzfristig zum optimalen Preis vermarktet werden.

In diesem Zusammenhang konnten wichtige neue Mandate gewonnen (z.B. ariva.de, Computec/Gamesworld, Computec/Golem, DER-Touristik) oder, wie die Vermarktungsmandate der Bauer Media Gruppe und der Motor-Presse, verlängert werden.

### **Owned Content**

t-online.de hat es binnen eines Jahres geschafft ein führendes politisches Medium zu werden und wird weiterhin konsequent zu einer der führenden journalistischen Medienmarken Deutschlands ausgebaut. Angela Merkel, Annegret Kramp-Karrenbauer, Christian Lindner und Anton Hofreiter gaben t-online.de exklusive Interviews. Dies hat sich positiv auf die Reichweite ausgewirkt, welche auf Basis Visits um rund 7 % gewachsen ist. t-online.de wurde in 2018 mehr als 500-mal in anderen Medien zitiert. Der seit 16 Monaten laufende „Tagesanbruch“ ist das erste echte Multi-Channel-Plattformprodukt (Internet, App, Newsletter, Voice/Alexa, Public Video, Podcast) mit täglich bis zu 120.000 Nutzern, darunter viele Spitzenpolitiker und Wirtschaftslenker. Die investigative Recherche zur russischen Propagandazentrale in Berlin hat im November 2018 international für Schlagzeilen gesorgt. Die t-online.de Redaktion gestaltet aus dem zentralen Newsroom in Berlin ein abwechslungsreiches Programm. Neben Nachrichten aus Politik und

Sport stellen sich Prominente wie Moritz Bleibtreu, Howard Carpendale oder Otto Waalkes im t-online.de Newsroom den Fragen. Das t-online.de Kolumnisten-Programm findet bundesweit Beachtung. Im August wurde zudem die t-online.de App relaunched und seit Oktober verstärkt ein eigenes Spezialvermarktungsteam die Affiliate- und Ratgeber-Vermarktung.

Anfang 2018 wurde die in Deutschland neue Medienmarke Watson als Portal für die Generation Y/Z mit einer breit angelegten Werbekampagne auf allen Medien der Ströer Gruppe eingeführt. Bereits im August 2018 erregte Watson die Aufmerksamkeit durch Live-Berichterstattung der Demonstrationen in Chemnitz. Watson lebt von einem hohen Maß an Authentizität und redaktioneller Unabhängigkeit.

Unmittelbar nach dem Launch von Watson wurde das dritte Portal, desired.de, relaunched. Desired richtet sich vor allem an jüngere Frauen mit dem Interessenschwerpunkt Lifestyle und Mode. Desired wird betrieben von der Ströer Media Brands („SMB“), deren Führungsteam in 2018 durch namhafte Personalien aufgestockt werden konnte. Im Juli wurden die Kompetenzen durch den Kauf des Portals familie.de zusätzlich verstärkt. Bei der SMB werden Facebook Portale zu einer Vielzahl von Themen betrieben und mehr als 70 Millionen eigene Facebook Fans und Follower in Deutschland mit Nachrichten und Unterhaltung versorgt.

Die TUBE ONE Networks ist eine Social Media Agentur, spezialisiert auf Influencer-Marketing der Ströer Gruppe. Hier werden Konzepte für und mit Social-Media-Influencern und führenden Markenunternehmen entwickelt und umgesetzt. Ein weiteres wichtiges Augenmerk von TUBE ONE liegt in der Kuration neuer Trends und der Entwicklung von Nachwuchs im Bereich der Social-Influencer. Im September wurde daher die Tube-vertise Influencer-Marketing-Plattform neu gelauncht, die eine noch zielgruppengenaue, datengestützte und automatisierte Planung und Abwicklung von Influencer Marketing Kampagnen ermöglicht. Das im August gemeinsam mit der Influencerin Mrs. Bella entwickelte Buch „Contour & Confidence“ war lange Zeit Bestseller #1 bei Amazon.

Die Statista GmbH konnte ihren in den Vorjahren eingeschlagenen Wachstumskurs weiterhin fortsetzen. Das Wachstum reüssiert vor allem aus der dynamischen Entwicklung internationaler Aktivitäten mit der Eröffnung neuer Verkaufsbüros in Paris und Singapur. Außerdem wurde die Entwicklung eigener Inhalte und der Kernmarke Statista weiter forciert: In 2018 wurde der weltweit vorliegende Statista Consumer Survey ausgerollt, der European Football Benchmark, der vielbeachtete Mobility Outlook sowie weitere Spezial-Reports im Bereich Luxusgüter. Mit LePoint und der Times konnten zwei weitere renommierte Partner für Projekte gewonnen werden.

Die Mehrheitsbeteiligung an Bodychange wurde im Kontext der Fokussierung auf das Kerngeschäft verkauft.

### Direct Media

Bereits in 2017 wurden die Avedo Gruppe und die Ranger GmbH von Ströer übernommen.

Die neu erworbene Avedo Gruppe fokussiert sich derzeit auf Telesales und Dialog Marketing und bietet ihre Leistungen vorrangig auf CPO-Basis (Cost per Order) an. Die Avedo Gruppe verfügt über 30 Millionen Kundenkontakte jährlich und Expertise in zwölf Branchen, insbesondere in den Bereichen Telekommunikation, Energie, IT, Tourismus, Multimedia und E-Commerce.

Mit der Akquisition der Ranger Gruppe im Bereich des performanceorientierten Direktvertriebs wird das Performance-Marketing-Geschäft der Avedo Gruppe um einen zusätzlichen Kanal ergänzt. Die Ranger Gruppe ist ein Außendienst-Spezialist und übernimmt für seine Auftraggeber den hocheffizienten, performance-gesteuerten Direktvertrieb. Das Unternehmen verkauft Produkte für Auftraggeber unter anderem in den Branchen Telekommunikation, Energie, Handel, Finanzen und Medien an Privat- und Geschäftskunden.

Diese Akquisition wurde in 2018 durch Zukäufe ergänzt: Die DV-COM und die STRÖER Dialog Verwaltung Hamburg GmbH (vormals: D+S communication center management GmbH) (im Folgenden: D+S 360). Damit ist die daraus entstandene Ströer Dialog Group, die im Geschäftsbericht in das Segment Direct Media eingeht, zu einer der Top-3 Anbieter von Callcenter Kapazitäten in Deutschland aufgestiegen und zu einem führenden Player in Europa. Die starke Stellung der Ranger im Markt Frankreich, bedingt durch den Kunden Envie, wurde durch den Kauf der C2E im Juni 2018 gestärkt.

Um nicht nur das günstigste, sondern auch das technologisch fortschrittlichste Produkt anzubieten, hat Ströer eine bedeutsame Technologieinvestition getätigt und im Juli 2018 das Hamburger Unternehmen optimise-it GmbH („optimise-it“) übernommen. Optimise-it ist Spezialist für Online Chat-Service-Dienste und verwendet u. a. eine proprietäre Technologie zur Automatisierung bestimmter Elemente dieser Dienste durch künstliche Intelligenz. Hierbei handelt es sich um eine Technologie, die im operativen Betrieb noch nicht anstelle menschlicher Intelligenz eingesetzt wird, sondern diese zu unterstützen weiß und dadurch das Leistungsniveau zu verbessern vermag.

Im Dezember 2018 ging die Vodafone Online Filiale in Betrieb, ein Produkt welches Ströer gemeinsam mit Vodafone entwickelt und implementiert hat und bei dem unterschiedliche Dialogdienste und -technologien smart miteinander verzahnt werden.

## Strategie und Steuerung

Ströer fokussiert sich auf folgende strategische Themen:

Die Kernzielsetzung ist, dass jeder Werbetreibende in Deutschland bei Planung seiner Marketing- und Vertriebsmaßnahmen immer und vorrangig an die auf ihn maßgeschneiderten Möglichkeiten und Lösungen des Ströer Portfolios denkt.

Ströer konzentriert sich auf solche Business-Segmente, die aktiv und aus eigener Kraft in der Customer-Centricity-Aufstellung entwickelt werden können und die nachhaltige Wachstumschancen bieten.

Sie zeichnen sich dadurch aus, dass

- das Inventar ein sehr diversifiziertes Rechte-Portfolio aufweist,
- die Anforderungen an lokale operative Exzellenz besonders hoch sind,
- die Segmente für Management und Produktentwicklung ein hohes lokales Markt-Know-how erfordern und
- sie nicht global skalierbar sind, da es länderübergreifend zu große Unterschiede bezüglich Marktstruktur, sprachliche oder kulturelle als auch regulative Rahmenbedingungen gibt.

Daher sind solche Business-Segmente durch einen starken und integrierten lokalen Anbieter wie Ströer optimal zu gestalten. Vor allem das traditionelle Kernsegment von Ströer „Out-of-Home-Media“ erfährt durch die Entwicklung des Digitalgeschäftes rund um deutschen Content (Digital OOH & Content) und zusätzliche Dienste des Segmentes „Direct Media“ nachhaltige Wachstumsimpulse. Dadurch bietet Ströer Kunden auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene eine einzigartige Angebotsvielfalt. Das Geschäft ist somit langfristig strukturell wachsend aufgestellt.

Die für dieses Geschäft notwendige hohe Qualität in der lokalen Exekution ist in der DNA von Ströer fest verankert. Historisch war der Bereich Out-of-Home stets auch aufgrund der föderal diversifizierten Struktur der deutschen Städtelandschaft durch eine begrenzte Standardisierung gekennzeichnet. Das bedeutet, dass jeder Rechtevertrag individuell zu entwickeln und zu betreuen ist und gleichzeitig internationale Skaleneffekte etwa in der Produktentwicklung und -beschaffung keine große Rolle einnehmen.

Der Erfolg in Ströers Kernsegmenten beruht im Wesentlichen auf:

- „Proprietäres Detailwissen in Breite und Tiefe“, also das tiefe Wissen um die lokal sehr unterschiedlichen Rahmenbedingungen z.B. jedes einzelnen Werbestandortes, jeder einzelnen Website oder jedes einzelnen Callcenters.
- „Individuelle Qualität in Management und Ausführung“ bzw. dem Willen, auch im regionalen und lokalen Raum maximale Präzision sicherzustellen und nicht mit zu unspezifischen Standardlösungen zu arbeiten. Deswegen betreibt Ströer alleine im Out-of-Home Media Bereich mehr als 200 unterschiedliche Produktvarianten.
- „Proprietäre auf den Kunden zugeschnittene Lösungen“ mit dem Ziel, maximale Kundenzufriedenheit auch in kleinsten Segmenten sicherzustellen, statt Kunden auf global skalierte Plattformen zu zwingen.
- „Direkter Zugang zu allen Kunden auf allen Ebenen“ bzw. der kontinuierliche Ausbau aller Vertriebsressourcen, um Kundenkontakte in der maximal möglichen Breite und Tiefe im Markt sicherzustellen, gerade auch im Segment der mittleren und kleinen Gewerbe, die von anderen Anbietern nicht flächendeckend ganzheitlich beraten werden können.

Damit kann das Portfolio sowohl im realen Raum (Out-of-Home Werbeflächenstellen) als auch im digitalen Raum (Digital OOH & Content) oder im unmittelbaren Kundenkontakt (Direct Media) individuell, entsprechend den Anforderungen der unterschiedlichsten Partner, maßgeschneidert zusammengestellt werden, um eine kundenoptimale Lösung aufzuzeigen, anzubieten und umzusetzen.

Im Sinne der Optimierung der Investitionen von Ströer in das eigene Portfolio kann die Auslastung sowie die Wertschöpfung des Portfolios fortlaufend optimiert werden. Temporal noch nicht monetarisierte Werbeflächen oder bereits bestehende Marketing-Infrastrukturen steigern den Wert der in den Vorjahren gezielt ergänzten und profitablen Beteiligungen und Zusatzgeschäfte.

Organisatorisch bedeutet dies eine erhebliche Elastizität und Spannbreite, welche durch neu eingeführte CRM- und ERP-Systeme zentral unterstützt werden

- von Bedürfnissen großer nationaler Werbetreibender und ihrer Agenturpartner, die zunehmend nach automatisierten, programmatischen, datengetriebenen Lösungen mit hoher Flexibilität verlangen,
- bis hin zu den Bedürfnissen im Segment der kleinen und mittleren regionalen Kunden, die Ströer durch den schnell wachsenden Lokalvertrieb optimal direkt vor Ort in allen Facetten des Angebotes aus einer Hand beraten kann und deren Lösungen eher organisatorisch, als technisch skaliert werden können.

Damit ist Ströer optimal aufgestellt, um im deutschen Werbemarkt nachhaltig erfolgreich zu sein.

### Datengetriebene Produktentwicklung

Die Digital-Strategie basiert auf einer fortlaufend weiterentwickelten Technologieposition, die lokale und regionale Performance ebenso wie Direkt Marketing ermöglicht. Erfolgsentscheidend sind dabei Technologien für die zielgenaue Aussteuerung von Kampagnen und das professionelle Management anonymisierter Datenmengen. Hierdurch ist die reibungslose Verzahnung von Branding- und Performance-Marketing im Rahmen von Multi-Screen-Strategien möglich.

### Wertorientierte Steuerung

Wir steuern den Konzern nach Maßgabe intern definierter finanzieller und nichtfinanzieller Kennzahlen im Sinne der nachhaltigen Wertentwicklung. Dabei folgen wichtige finanzielle Steuerungsgrößen der internen Berichtsstruktur. Hierbei handelt es sich um Steuerungsgrößen, die das Geschäftsmodell sowie die Steuerung entsprechend abbilden, jedoch nicht Bestandteil der internationalen

Rechnungslegungsstandards sind. Dazu gehören das organische Umsatzwachstum und das Operational EBITDA, als Hauptsteuerungsgrößen. Zu den weiteren Kennzahlen gehört das bereinigte Konzernergebnis, der ROCE (Return on Capital Employed), der dynamische Verschuldungsgrad und der Free Cash-Flow (vor M&A Transaktionen).

Die Umsatzentwicklung ist eine 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, deren Einhaltung unterjährig laufend überwacht wird. Dabei wird sowohl das → organische Umsatzwachstum als auch das nominale Umsatzwachstum betrachtet. Bei der Berechnung des organischen Umsatzwachstums geht die Geschäftsentwicklung von akquirierten Unternehmen – positiv wie negativ – direkt ab dem Zeitpunkt der Erstkonsolidierung in die Berechnung mit ein.

Das Operational EBITDA (Konzernergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen, vor Wertminderungen sowie korrigiert um Bereinigungseffekte) stellt die nachhaltige Ertragsentwicklung des Konzerns dar. Außerdem ist das → Operational EBITDA eine wesentliche Input-Größe zur Bestimmung des Verschuldungsfaktors, der den kreditgebenden Banken quartalsweise mitzuteilen ist. Darüber hinaus wird das nachhaltige Operational EBITDA am Kapitalmarkt im Rahmen des Multiplikatorverfahrens vereinfachend zur Bestimmung des Unternehmenswerts herangezogen.

Das bereinigte Konzernergebnis ist eine Kennzahl zur Bestimmung unserer Dividendenauszahlung. Grundsätzlich planen wir innerhalb einer bestimmten Bandbreite einen prozentualen Anteil unseres bereinigten Konzernergebnisses als Dividende auszuzahlen, soweit dies nach handelsrechtlichen Vorschriften zulässig ist.

← Weitere Details zur Berechnung des organischen Umsatzwachstums auf Seite 20.

← Weitere Details zur Berechnung des Operational EBITDA und des bereinigten Konzernergebnisses auf Seite 21.

→ Weitere Details zur Berechnung des Free Cash-Flows vor M&A auf Seite 33.

Der Free Cash-Flow  $\leftarrow$  (vor M&A-Transaktionen) ist ein wesentliches Steuerungselement des Vorstands und wird berechnet aus dem Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich der Netto-Investitionen, also der Summe aus Einzahlungen und Auszahlungen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen. Der Free Cash-Flow (vor M&A-Transaktionen) stellt somit die cashwirksame Ertragskraft unseres Unternehmens dar und ist eine bedeutende Determinante für unsere Investitions-, Finanzierungs- und Dividendenpolitik.

→ Das Kapitel Mitarbeiter befindet sich auf Seite 47.

Unser Ziel ist es außerdem, die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) nachhaltig zu steigern. Um dieses Ziel zu erreichen, entwickeln wir unsere Steuerungs- und Controllingsysteme stetig weiter. Der ROCE errechnet sich aus dem Quotienten des bereinigten EBIT und dem Capital Employed. Das bereinigte EBIT wird wie folgt definiert: Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern, Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen, vor Wertminderungen und angepasst um Bereinigungseffekte. Das Capital Employed setzt sich aus der Summe der immateriellen Vermögenswerte, der Sachanlagen und kurzfristigen Vermögenswerte abzüglich der nicht zinstragenden Verbindlichkeiten (Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige nicht zinstragende Verbindlichkeiten) zusammen. Es errechnet sich aus dem arithmetischen Mittel dieser Werte zum jeweiligen Jahresanfang und Jahresende. Anhand des ROCE verfügen wir über ein Instrumentarium, das eine wertorientierte Steuerung des Konzerns und der Unternehmensbereiche erlaubt. Ein positiver Wertbeitrag und damit eine Steigerung des Unternehmenswerts wird erreicht, wenn der ROCE den jeweiligen Kapitalkostensatz der Cash Generating Units (CGUs) überschreitet.

→ Weitere Details zur Nettoverschuldung auf Seite 35.

Die Nettoverschuldung  $\leftarrow$  bzw. der dynamische Verschuldungsgrad (Leverage Ratio) ist eine weitere Steuerungsgröße des Konzerns. An die Nettoverschuldung sind unter anderem unsere Fremdfinanzierungskosten im Rahmen des Facility Agreements und der Schuldscheindarlehen geknüpft. Außerdem ist der dynamische Verschuldungsgrad ein wichtiger Faktor für den Kapitalmarkt, um die

Qualität unserer Finanzlage einzuschätzen. Der dynamische Verschuldungsgrad wird gemessen am Verhältnis der Nettoverschuldung zum Operational EBITDA (Leverage Ratio). Die Nettoverschuldung wird errechnet aus der Summe der Verbindlichkeiten aus dem Facility Agreement, aus den Schuldscheindarlehen sowie aus sonstigen Finanzverbindlichkeiten abzüglich liquider Mittel.

Als nichtfinanzielle Indikatoren berücksichtigen wir Kennzahlen zur Beschäftigungssituation wie z. B. die Mitarbeiteranzahl auf Konzernebene  $\leftarrow$  zu einem bestimmten Stichtag.

### Überleitung: organisches Umsatzwachstum

Die nachfolgende Tabelle enthält die Überleitung zum organischen Umsatzwachstum. Für das Jahr 2018 ergibt sich daraus bei einem Anstieg des Umsatzes (ohne Fremdwährungseffekte) von 112,2 Millionen Euro und einem angepassten Vorjahres-Umsatz von 1.476,7 Millionen Euro ein organisches Wachstum in Höhe von 7,6 Prozent.

in TEUR	2018	2017
<b>Umsatzerlöse Vorjahr (berichtet)</b>	<b>1.283.047</b>	<b>1.049.189</b>
IFRS 11 (Überleitung at-Equity)	0	11.891
<b>Umsatzerlöse Vorjahr (Management Approach)</b>	<b>1.283.047</b>	<b>1.061.080</b>
Abgegangene bzw. stillgelegte Einheiten	-61.115	-1.373
Akquisitionen	254.767	131.155
<b>Umsatzerlöse Vorjahr (Management Approach) (angepasst)</b>	<b>1.476.699</b>	<b>1.190.861</b>
Fremdwährungseffekte	-6.441	-3.652
Organisches Umsatzwachstum	112.200	109.859
<b>Umsatzerlöse aktuelles Jahr (Management Approach)</b>	<b>1.582.459</b>	<b>1.297.068</b>
IFRS 11 (Überleitung at-Equity)	0	-14.021
<b>Umsatzerlöse aktuelles Jahr (berichtet)</b>	<b>1.582.459</b>	<b>1.283.047</b>



### Überleitung: Operational EBITDA

Die Segmentergebnisgröße Operational EBITDA wird um bestimmte Bereinigungseffekte korrigiert. Als Bereinigungseffekte hat der Konzern Aufwendungen und Erträge aus Änderungen des Beteiligungsportfolios (unter anderem Transaktionskosten für Due Diligence, Rechtsberatung, Beurkundung, Kaufpreisallokationen), Reorganisations- und Restrukturierungsmaßnahmen (unter anderem Kosten für Integration von Gesellschaften und Geschäftsbereichen, Bereinigung um Sondereffekte aus materiellen Neuausrichtungen und Performance Improvement Programmen), Kapitalstrukturmaßnahmen (unter anderem materielle Gebühren für Amendments bzw. Anpassungen von Kreditverträgen inklusive externer Beratungskosten) und sonstige Bereinigungseffekte (unter anderem Kosten für mögliche Rechtsstreitigkeiten, Währungseinflüsse) definiert.

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

in TEUR	2018	2017
Aufwendungen und Erträge aus Änderungen des Beteiligungsportfolios	898	-4.691
Aufwendungen und Erträge aus Kapitalstrukturmaßnahmen	-5	25
Reorganisations- und Restrukturierungsaufwendungen	15.564	18.747
Sonstige Bereinigungseffekte	12.467	1.054
<b>Summe</b>	<b>28.923</b>	<b>15.135</b>

In den Aufwendungen und Erträgen aus Änderungen des Beteiligungsportfolios sind Erträge aus Auflösungen von Earn-Out-Verbindlichkeiten in Höhe von TEUR 6.715 (Vj.: TEUR 5.341) sowie gegenläufige Aufwendungen aus M&A-Aktivitäten von TEUR 3.613 enthalten. Der

Rückgang der Erträge aus Änderungen des Beteiligungsportfolios resultiert im Wesentlichen aus den im Vorjahr ausgewiesenen Erträgen aus dem Verkauf der ApDG Handels- und Dienstleistungsgesellschaft mbH (Vitalsana) in Höhe von TEUR 12.046. Im Rahmen der Wachstumsstrategie liegen die Reorganisationsaufwendungen in den verschiedenen Bereichen in etwa auf Vorjahresniveau.

In der Überleitungsrechnung von den Segmentwerten auf die Konzernwerte werden Informationen ausgewiesen, die Konzerneinheiten zugeordnet sind, die nicht die Definition eines Segments erfüllen (zentrale Posten). Im Wesentlichen handelt es sich um sämtliche Kosten zentraler Funktionen wie Vorstand, Unternehmenskommunikation, Rechnungswesen und Controlling abzüglich entsprechender Einnahmen aus Serviceleistungen.

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

in TEUR	2018	2017
<b>Summe Segmentergebnisse (Operational EBITDA)</b>	<b>559.063</b>	<b>350.118</b>
Zentrale Posten	-15.697	-23.382
<b>Operational EBITDA Konzern</b>	<b>543.366</b>	<b>326.737</b>
Bereinigung (Exceptionals)	-28.923	-15.135
Bereinigung (IFRS 11)	-	-5.096
<b>EBITDA</b>	<b>514.442</b>	<b>306.506</b>
Planmäßige Abschreibungen (Nutzungsrechte aus Leasingverhältnissen (IFRS 16))	-170.903	-
Planmäßige Abschreibungen (Sonstige Vermögenswerte des Anlagevermögens)	-165.565	-156.614
Wertminderungen (einschließlich Abschreibungen auf Goodwill)	-7.680	-6.157
Finanzergebnis	-34.126	-7.897
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>136.170</b>	<b>135.837</b>

## Überleitung der Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung zu den Management Kennzahlen

In Mio. EUR	Gewinn- und Verlustrechnung lt. IFRS 2018	Umgliederung von Abschrei- bungen und Wertminderungs- aufwendungen	Umgliederung von Bereinigungen	Gewinn- und Verlust- rechnung nach Management Accounting
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.582,5</b>			<b>1.582,5</b>
Umsatzkosten	-1.032,9	297,5	0,9	-734,5
Vertriebskosten	-224,7			
Verwaltungskosten	-186,0			
Summe Vertriebs- und Verwaltungskosten	-410,7	46,6	27,8	-336,2
Sonstige betriebliche Erträge	43,3			
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-16,9			
Summe sonstige betriebliche Erträge und sonstige betriebliche Aufwendungen	26,3	0,0	0,1	26,5
Anteil am Ergebnis at-Equity-bilanzierter Unternehmen	5,1			5,1
<b>Operational EBITDA</b>				<b>543,4</b>
Planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen		-344,1		-344,1
<b>Bereinigtes EBIT</b>				<b>199,3</b>
Bereinigungen <sup>1</sup>			-28,9	-28,9
Finanzergebnis	-34,1			-34,1
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-22,0			-22,0
<b>Konzernergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>114,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>114,2</b>

<sup>1</sup> Für weitere Details zu Bereinigungen verweisen wir auf den Abschnitt „Überleitung: Operational EBITDA“ auf Seite 21.

Aus Kauf- preisallokationen resultierende Abschreibungen	Währungseffekte aus innerkonzernlichen Finanzierungen	Steuernormalisierung	Eliminierung aus Bereinigungen und Wertminderungen	Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung 2018	Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung 2017
				<b>1.582,5</b>	<b>1.297,1</b>
				-734,5	-695,7
				-336,2	-287,8
				26,5	13,2
				5,1	-0,1
				<b>543,4</b>	<b>326,7</b>
61,1			7,7	-275,4	-99,2
<b>61,1</b>			<b>7,7</b>	<b>268,0</b>	<b>227,5</b>
			28,9	0,0	0,0
	0,2		3,0	-30,9	-6,9
		-15,6		-37,5	-34,9
<b>61,1</b>	<b>0,2</b>	<b>-15,6</b>	<b>39,6</b>	<b>199,6</b>	<b>185,7</b>

## Leitung und Kontrolle

Der Vorstand der persönlich haftenden Gesellschafterin, der Ströer Management SE, Düsseldorf, besteht zum 31. Dezember 2018 aus drei Mitgliedern. Ihm gehören Herr Udo Müller (Co-CEO), Herr Christian Schmalzl (Co-CEO) und Herr Dr. Bernd Metzner (CFO) an. Die folgende Übersicht stellt die Verantwortlichkeiten der einzelnen Vorstandsmitglieder im Konzern dar:

Name	Mitglied seit	Bestellung bis	Verantwortlichkeiten
Udo Müller	Juli 2002	Dezember 2020	Co-Vorstandsvorsitzender Strategie
Dr. Bernd Metzner	Juni 2014	Juni 2019	Finanzvorstand Konzern – Finanzen und Steuern Konzern – Personalwesen Konzern – IT Konzern – Recht Konzern – M&A/Corporate Finance Konzern – Revision Konzern – Investor – Relations Konzern – Einkauf Konzern – Risikomanagement Konzern – Accounting Konzern – Controlling
Christian Schmalzl	November 2012	Dezember 2020	Co-Vorstandsvorsitzender Leitung und Steuerung von Landes- und Digitalgesellschaften Konzern – Business-Development Konzern – Unternehmenskommunikation

Die Mitglieder des Vorstands tragen gemeinsam die Verantwortung für die Geschäftsführung. Zum Ende des zweiten Quartals 2019 verlässt Dr. Bernd Metzner, Finanzvorstand der Ströer SE & Co. KGaA, auf eigenen Wunsch das Unternehmen.

Zur Professionalisierung der Führung und Verankerung der Schwerpunktthemen innerhalb des Ströer Konzerns besteht neben dem Vorstand ein Executive Committee als erweitertes Führungsgremium. Bei regelmäßigen Präsenzterminen werden grundlegende Themen entschieden und eine einheitliche Ausrichtung der gesamten Gruppe wird sichergestellt.

Der Aufsichtsrat der Ströer SE & Co. KGaA bestand bis zum 8. August 2018 aus den sechs Anteilseignervertretern Herrn Christoph Vilanek als Vorsitzendem, Herrn Dirk Ströer als stellvertretendem Vorsitzenden, Frau Anette Bronder, Frau Julia Flemmerer, Herrn Ulrich Voigt und

Herrn Vicente Vento Bosch, sowie den sechs Arbeitnehmervertretern Frau Sabine Hüttlinger, Frau Rachel Marquardt, Herrn Tobias Meuser, Herrn Dr. Thomas Müller, Herrn Michael Noth, und Christian Sardiña Gellesch. Infolge der durchgeführten Unternehmensakquisitionen hat sich die Mitarbeiterzahl im Ströer Konzern erhöht und beträgt mehr als 10.000, jedoch weniger als 20.000. Der Aufsichtsrat war daher gemäß §§ 278 Abs. 3, 97 ff. AktG i.V.m. § 7 Abs. 1 Nr. 2 MitbestG von bisher zwölf auf insgesamt sechzehn Mitglieder zu vergrößern. Im Rahmen der Hauptversammlung vom 30. Mai 2018 wurden daher die acht Anteilseignervertreter neu gewählt, wobei zusätzlich zu den sechs bisher amtierenden Aufsichtsratsmitgliedern Herr Martin Diederichs und Frau Petra Sontheimer als Anteilseignervertreter gewählt wurden. Die neuen Aufsichtsratsmitglieder traten ihr Amt mit Wirkung zum 9. August 2018 an. Durch gerichtliche Bestellung wurden mit Wirkung zum 30. August 2018 die acht Arbeitnehmervertreter zu neuen Aufsichtsratsmitgliedern bestellt, wobei zusätzlich

zu den sechs bisher amtierenden Aufsichtsratsmitgliedern Herr Andreas Huster und Frau Nadine Reichel als Arbeitnehmervertreter bestellt wurden.

Seither bestand der Aufsichtsrat aus den sechzehn Aufsichtsratsmitgliedern Herrn Christoph Vilanek als Vorsitzendem, Herrn Dirk Ströer als stellvertretendem Vorsitzenden, Frau Anette Bronder, Herrn Martin Diederichs, Frau Julia Flemmerer, Herrn Andreas Huster, Frau Sabine Hüttinger, Frau Rachel Marquardt, Herrn Tobias Meuser, Frau Petra Sontheimer, Herrn Dr. Thomas Müller, Herrn Michael Noth, Frau Nadine Reichel, Herrn Christian Sardiña Gellesch, Herrn Ulrich Voigt und Herrn Vicente Vento Bosch. Frau Anette Bronder hat ihr Aufsichtsratsamt mit Wirkung zum 31. Dezember 2018 niedergelegt.

Nähere Ausführungen zum Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat und zu weiteren Standards von Unternehmensführung und -kontrolle finden sich in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289f HGB, die auch die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) enthält. Daneben geben der Vorstand der Ströer Management SE und der Aufsichtsrat der Ströer SE & Co. KGaA gemäß Ziffer 3.10 DCGK jährlich einen gemeinsamen Corporate-Governance-Bericht heraus. Alle Dokumente werden auf der Homepage von Ströer ([www.stroeer.com/investor-relations](http://www.stroeer.com/investor-relations)) veröffentlicht.

Für das Geschäftsjahr 2018 erstellt die Ströer SE & Co. KGaA wieder einen nichtfinanziellen Konzernbericht gemäß § 315b HGB, der ab dem 26. April 2019 auf unserer Homepage abrufbar ist unter ([http://ir.stroeer.com/download/companies/stroeer/Annual%20Reports/stroeer\\_NFGreport\\_2018\\_de.pdf](http://ir.stroeer.com/download/companies/stroeer/Annual%20Reports/stroeer_NFGreport_2018_de.pdf)).

### **Märkte und Einflussfaktoren**

Mit ihrem Geschäftsmodell agiert die Ströer Gruppe auf den Märkten für Außenwerbung sowie für Online- und Mobile-Vermarktung und im Segment des Direkt-Marketings. Die wirtschaftliche Lage wird naturgemäß durch die bearbeiteten Werbemärkte beeinflusst, die ihrerseits stark auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung sowie auf das Verhalten von Konsumenten und Werbungtreibenden reagieren. Hierbei ist zu differenzieren zwischen dem Verhalten nationaler, oft auch internationaler Werbungtreibender und dem Verhalten regionaler oder lokaler. Die international agierenden Werbenden reagieren mit ihren Werbeinvestitionen oft im Rahmen der Weltkonjunkturschwankungen.

Durch kurzfristige Kürzung der Werbeausgaben werden gelegentlich Ergebnisse optimiert. Nationale, regionale und lokale Werbungtreibende orientieren sich primär an der Binnenkonjunktur, sodass die Werbebudgets dieser Kunden wesentlich weniger volatil sind. Die Produkt- und Vertriebsstrategie von Ströer ist es, den Anteil nationaler, regionaler und lokaler Kunden zu erhöhen. Dies ist in den letzten Jahren auch stets gelungen.

Spezielle Einflussfaktoren für die Außenwerbung sind die Rahmenbedingungen hinsichtlich der durch Kommunen eingeräumten Werberechtskonzessionen. Einflussfaktoren für die Onlinewerbung und das Direktmarketing sind regulatorische Rahmenbedingungen, insbesondere die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO).

In der Außenwerbebranche buchen Kunden ihre Aufträge weiterhin in zunehmendem Maße mit kürzeren Vorausbuchungsfristen. Durch die zunehmende Digitalisierung des Außenwerbeinventars ist Ströer immer besser in der Lage, Inventare granularer und sehr viel kurzfristiger anzubieten. Analog zu den saisonalen Schwankungen des übrigen Medienmarktes entwickelt sich der Auftragsbestand. Schwerpunkte der Außenwerbeaktivitäten liegen generell im zweiten und vierten Quartal, rund um Ostern und Weihnachten. Sportereignisse, wie 2018 die Fußball-Weltmeisterschaft, haben jedoch selten einen stimulierenden, oft sogar einen negativen Einfluss auf die Außenwerbung. Auf der Kostenseite ist die Entwicklung der Miet- und Pachtzahlungen sowie der Personal- und sonstigen Gemeinkosten (u. a. auch Strom-, Bau-, Wartungskosten) ein wesentlicher Einflussfaktor.

Im Online-Bereich sind die Vorausbuchungsfristen der Kunden bedingt durch den hohen Automatisierungsgrad im Vergleich zur Außenwerbung noch einmal deutlich kürzer, oft sogar im Bereich weniger Minuten vor einer Ausstrahlung. Die höchste Umsatzaktivität wird in der Online-Branche mit Abstand im vierten Quartal beobachtet. Ein wichtiger Einflussfaktor für die Online-Vermarktung ist die weitere Durchdringung des Marktes mit automatisierten programmatischen Plattformen, auf denen Ströer das digitale Inventar auch der Außenwerbung in Online-Mechaniken zur Verfügung stellt. Wesentliche Kostentreiber sind neben den an die Webseitenbetreiber abzuführenden Kommissionen insbesondere die Aufwendungen für das Personal und den IT-Betrieb (u. a. Rechenzentren, Sicherheitssysteme etc.).

Im Bereich des Direktmarketings ist die Saisonalität weniger stark ausgeprägt, jedoch mit einem etwas stärkeren Verlauf im zweiten Halbjahr des Geschäftsjahres. Aufgrund der langfristigen Beziehung und hohen Kundentreue sowie den vergleichsweise langfristigen Vorlaufzeiten ist das Dienstleistungsgeschäft im Dialog Marketing durch eine vergleichsweise geringe Volatilität geprägt. Die Einflussfaktoren für die Umsatzentwicklung liegen hier in der Produktivität der Mitarbeiter und dem Personalaufbau (Rekrutierung, Training, Entwicklung). Die Produktivität ist im Dienstleistungsgeschäft immer abhängig von den effektiv vorhandenen Arbeitstagen pro Monat. Saisonale Schwankungen sind daher auf den Dezember durch eine generell niedrigere Produktivitätszeit aufgrund der Feiertage/Urlaubszeit begrenzt. Im Bereich Field Sales ermöglicht der Zugewinn neuer Einsatzgebiete antizyklische Umsatzeffekte.

Darüber hinaus wirkt sich das regulatorische Umfeld auf die wirtschaftliche Lage der Ströer Gruppe aus. Sollte es zu einer regulatorischen Anpassung im Bereich der Tabak- und Alkoholwerbung kommen, wird Ströer aufgrund der üblichen Vorlaufzeiten bei Gesetzesänderungen mit entsprechenden Marketing- und Vertriebsaktivitäten die Auswirkungen auf das Geschäftsvolumen aber 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. Im kommenden Jahr ist hier vor dem Hintergrund der neuen e-Privacy Regulierungen der EU (Regulation of the European Parliament and of the Council concerning the respect for private life and the protection of personal data in electronic communications) mit erheblichen Veränderungen zu rechnen, die sich bereits im Jahre 2018 durch eine Verunsicherung im Umgang mit Daten bemerkbar, sich jedoch nicht auf das Geschäft niedergeschlagen haben.

Der Einsatz sogenannter Ad-Blocker hat wieder an Bedeutung abgenommen. Hierbei können Anwender verhindern, dass Werbung auf Webseiten angezeigt wird. Gleichzeitig werden in ähnlichem Maße technische Möglichkeiten entwickelt, diese Ad-Blocker zu umgehen.

Insgesamt ist die Ströer Gruppe mit ihrem integrierten Portfolio sehr gut positioniert, um von den mittel- bis langfristigen Markttrends der zunehmenden Mobilität und Urbanisierung zu profitieren. Erwartungsgemäß wird sich der Markt immer unmittelbarer am Mediennutzer und an dessen Nutzungsverhalten orientieren. Dieses ist stärker auf den Medienkonsum über mobile Endgeräte im privaten, beruflichen und öffentlichen Umfeld ausgerichtet.

Nach wie vor besteht ein erhebliches Potenzial für regionale Online-Werbekampagnen und die zunehmende Digitalisierung des Außenwerbeinventars.

## WIRTSCHAFTSBERICHT

### Wirtschaftliches Umfeld

#### Gesamtwirtschaftliche Entwicklungen 2018

Gemessen am Umsatzbeitrag von über 90 Prozent ist Deutschland für uns der zentrale Markt und das internationale Geschäft lediglich von untergeordneter Bedeutung. Das starke Wachstum im deutschen Markt sowie die abnehmende Bedeutung des internationalen Geschäftes, insbesondere durch den Verkauf des Türkei-geschäfts im Geschäftsjahr 2018, haben zu einer deutlich abnehmenden Relevanz des internationalen Geschäftes für den Konzern geführt, welches anhand der Entwicklung der Türkei beschrieben wird. Die beiden Märkte Deutschland und Türkei entwickelten sich im Berichtsjahr abermals uneinheitlich. Unter anderem aufgrund von hohen Auslandsverbindlichkeiten und der allgemeinen politischen Situation konnte die türkische Wirtschaft in 2018 prozentual lediglich etwas mehr als die Hälfte des Vorjahreswachstums aufweisen. Des Weiteren verlor die türkische Lira im Jahresverlauf erneut signifikant an Wert gegenüber dem Euro. Die deutsche Wirtschaft konnte hingegen wie in den Vorjahren von einer dynamischen Binnenkonjunktur profitieren und dadurch leicht wachsen.

#### Deutschland

Die deutsche Wirtschaft hat auch im Jahr 2018 die positive Entwicklung der vergangenen Jahre fortgesetzt. Trotz einiger Schwächesignale in den vergangenen Monaten blieb die Stimmung bei den deutschen Unternehmen laut dem Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) auch zum Jahresausklang gut. Die konjunkturelle Lage entwickelte sich laut DIW-Einschätzung, trotz geringerem als zunächst zu Jahresbeginn erwartetem Wachstum, günstig, da dies als Normalisierung des seit Jahren andauernden überdurchschnittlichen Wachstums zu werten sei.<sup>1</sup>

Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) verzeichnete nach Angaben des Statistischen Bundesamts im abgelaufenen Jahr ein geringeres als zu Jahresbeginn erwartetes Wachstum und lag bei 1,5 Prozent.<sup>2</sup> Damit wuchs die deutsche Wirtschaft bereits im neunten Jahr in Folge. Längerfristig betrachtet lag das BIP leicht über dem Durchschnitt der letzten zehn Jahre (1,2 Prozent).<sup>3</sup> Während die privaten Konsumausgaben preisbereinigt lediglich um 1,0 Prozent stiegen, legten die staatlichen Konsumausgaben mit 1,1 Prozent ebenfalls nur unterdurchschnittlich zu. Zusätzlich trug das Wachstum der Bruttoinvestitionen von 4,8 Prozent zum Gesamtwachstum des BIP bei.<sup>4</sup>

Quellen:

<sup>1</sup> Quelle: DIW Berlin – Konjunkturbarometer, Dezember 2018

<sup>2</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt – Bruttoinlandsprodukt 2018, Januar 2019

<sup>3</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt – Bruttoinlandsprodukt 2018, Januar 2019

<sup>4</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt – Bruttoinlandsprodukt 2018, Januar 2019

<sup>5</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt – Bruttoinlandsprodukt 2018, Januar 2019

<sup>6</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt – Bruttoinlandsprodukt 2018, Januar 2019

<sup>7</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt – Bruttoinlandsprodukt 2018, Januar 2019

<sup>8</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt – Inlandsproduktberechnung, Januar 2019

<sup>9</sup> Quelle: Global Rates – Inflation

Die Zahl der Erwerbstätigen erreichte im Jahr 2018 mit 44,8 Millionen<sup>5</sup> abermals einen neuen Höchststand seit der deutschen Wiedervereinigung und liegt damit knapp über dem Vorjahreshoch von 44,3 Millionen. Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte stieg um 3,2 Prozent.<sup>6</sup> Deutlich darunter liegen die in jeweiligen Preisen berechneten Konsumausgaben der privaten Haushalte mit einem Wachstum von 1,0 Prozent.<sup>7</sup> Die Sparquote der privaten Haushalte lag im Jahr 2018 bei 10,3 Prozent und damit leicht über dem Vorjahreswert von 9,9 Prozent.<sup>8</sup> Die Inflationsrate (harmonisierter Verbraucherpreisindex) lag 2018 über dem Vorjahreswert und betrug etwa 1,7 Prozent.<sup>9</sup>

#### Türkei

Nachdem die türkische Wirtschaft im Jahr 2017 mit 7,4 Prozent<sup>10</sup> deutlich gewachsen ist, waren dabei vor allem öffentliche Investitionen und Exporte wachstumstreibend. In 2018 hingegen stiegen die Inlandsnachfrage, die Inflation und das Leistungsbilanzdefizit insbesondere aufgrund politischer Impulse bis Mitte des Jahres weiter an. Der starke Rückgang der Inlandsnachfrage in der zweiten Jahreshälfte wurde nur teilweise durch einen Anstieg der Exporte ausgeglichen. Im Vergleich zum Vorjahr lag das Wachstum lediglich bei 3,3 Prozent.<sup>11</sup> Die Inflationsrate (harmonisierter Verbraucherpreisindex) lag bei hohen 20,3 Prozent im Vergleich zu 11,2 Prozent in 2017.<sup>12</sup>

#### Entwicklung der Außen- und Online-Werbebranche 2018

Der westeuropäische Werbemarkt befindet sich nach wie vor in einer seit 2014 andauernden Erholungsphase. Für 2018 schätzt Zenith einen Anstieg der preisbereinigten Nettowerbeausgaben von 3,4 Prozent.<sup>13</sup> Erneut konnte dabei insbesondere der Onlinebereich mit 11,3<sup>14</sup> Prozent ein deutliches Wachstum vorweisen, wohingegen Printmedien weiterhin mit wachsenden Verlusten zu kämpfen hatten (-7,1 Prozent).<sup>15</sup> Die Werbeausgaben im Bereich TV hingegen stiegen um 0,5 Prozent.<sup>16</sup> Der Bereich Außenwerbung konnte im westeuropäischen Raum um 2,4 Prozent zulegen.<sup>17</sup>

#### Deutschland

Laut der von Nielsen erhobenen Daten zu den Bruttowerbeausgaben, wuchs der Werbemarkt im Jahr 2018 um lediglich 0,03 Prozent<sup>18</sup> im Vergleich zum Vorjahr. Die von Nielsen verwendeten Bruttowerbedaten stellen für uns nur Trendaussagen dar und erlauben aufgrund

<sup>10</sup> Quelle: OECD Economic Outlook, Volume 2018 Issue 2 Prelim. Version

<sup>11</sup> Quelle: OECD Economic Outlook, Volume 2018 Issue 2 Prelim. Version

<sup>12</sup> Quelle: Global Rates – Inflation

<sup>13</sup> Quelle: Zenith Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2018

<sup>14</sup> Quelle: Zenith Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2018

<sup>15</sup> Quelle: Zenith Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2018

<sup>16</sup> Quelle: Zenith Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2018

<sup>17</sup> Quelle: Zenith Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2018

<sup>18</sup> Quelle: Nielsen Brutto Werbemarkt, Dezember 2017

unterschiedlicher Definitionen und Marktabgrenzungen nur begrenzt Rückschlüsse auf die relevanten Nettogrößen. Etwas höher liegt die Prognose von Zenith. Die derzeitige Schätzung der Agentur für 2018 zeigt ein im Vergleich zum Vorjahr etwas gestiegenes Wachstum der Nettowerbeausgaben in Höhe von 2,0 Prozent.<sup>19</sup>

Der Bereich Digital bildet dabei laut Zenith mit einem Wachstum der Nettowerbeausgaben von 8,8 Prozent<sup>20</sup> den Wachstumstreiber. Als erneut größter Verlierer verzeichnete das Segment Print einen Verlust von -5,5 Prozent<sup>21</sup> im zurückliegenden Jahr. Verlässliche Aussagen hinsichtlich etwaiger Marktanteilsverschiebungen können erst nach Erscheinen der finalen Nettomarktzahlen getroffen werden. Wir gehen aber davon aus, dass insbesondere der Online-Bereich, aber auch die Außenwerbung weitere Marktanteile hinzugewinnen konnten.

#### Türkei

Das Wachstum der Nettowerbeausgaben im türkischen Markt schätzt Zenith auf 6,2 Prozent.<sup>22</sup> Der Bereich Out-of-Home wuchs dabei nach Einschätzung der Agentur um 2,0 Prozent.<sup>23</sup>

#### **Wechselkursentwicklungen 2018<sup>24</sup>**

Für unsere Geschäfte waren im Jahr 2018 primär die Wechselkursentwicklungen des Euro zur türkischen Lira und zum britischen Pfund relevant. Die türkische Lira startete im Januar 2018 bei einem Wert von 4,55 türkische Lira zu 1,00 Euro. Die Wechselkursentwicklung setzte den Trend der Vorjahre fort und die Währung verlor weiter massiv an Boden. Nachdem die türkische Lira im August ein Allzeittief von 7,87 türkische Lira zu 1,00 Euro erreicht hatte, konnte sie sich zwar leicht erholen, notierte zum Ende des Jahres jedoch erneut deutlich schwächer als zu Jahresbeginn bei 6,07 türkische Lira zu 1,00 Euro. Im Jahresdurchschnitt verlor sie damit insgesamt rund 28 Prozent im Vergleich zum Vorjahresdurchschnitt. Hintergrund war neben der hohen Inflationsrate und Defiziten in der türkischen Leistungsbilanz auch der geringe Leitzins, welchen die türkische Regierung trotz hoher Inflationsrate lange Zeit unverändert ließ.

Das britische Pfund liegt zum Ende des Jahres 2018 nahezu unverändert auf demselben Niveau wie zu Beginn des Jahres. Nachdem die Währung zum Jahresanfang mit

0,89 britische Pfund zu 1,00 Euro notierte, notiert diese nach einigen Kurschwankungen zum Jahresende bei 0,90 britische Pfund zu 1,00 Euro. Das Jahresmittel lag bei 0,88 britische Pfund zu 1,00 Euro. Dabei stützen die Fundamentaldaten zur britischen Wirtschaftsentwicklung den Kurs des britischen Pfundes, obwohl die unklaren Auswirkungen des Brexit-Votums zumindest für ein wenig Volatilität sorgten.

#### **Ertragslage Gruppe**

##### **Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage durch den Vorstand**

Die Ströer Gruppe konnte das Geschäftsjahr 2018 insgesamt sehr erfolgreich gestalten und damit an die überaus gute Entwicklung der vergangenen Jahre anknüpfen, wobei alle drei Ströer-Segmente zu diesem erfreulichen Ergebnis beigetragen haben. Im Zuge der deutlich gestiegenen operativen Geschäftstätigkeit reflektieren sowohl die für uns wichtigen Erfolgskennzahlen Umsatz und Operational EBITDA als auch die übrigen Leistungsindikatoren diese kontinuierlich positive Entwicklung sehr eindrucksvoll. Zudem hat Ströer sich im abgelaufenen Geschäftsjahr von seinem türkischen OOH-Geschäft getrennt und damit seinen Fokus noch stärker auf das Kerngeschäft ausgerichtet.

Gleichzeitig ist die Vermögens- und Finanzlage unverändert als äußerst stabil und solide einzustufen. So liegt der dynamische Verschuldungsgrad (Leverage Ratio) trotz umfangreicher M&A-Aktivitäten und erheblicher sonstiger Wachstumsinvestitionen auf einem anhaltend niedrigen Niveau. Auch der Free Cash-Flow (vor M&A-Transaktionen) lässt trotz erheblicher Einmalauszahlungen im abgelaufenen Geschäftsjahr einen weiteren Anstieg der operativen Geschäftstätigkeit erkennen und unterstreicht damit einmal mehr die zahlungswirksame Ertragskraft der gesamten Gruppe. Flankiert von einer weiterhin robusten Eigenkapitalquote ergibt sich daraus insgesamt ein sehr ausgewogenes und komfortables Bilanzbild.

Alles in allem sehen wir die Ströer Gruppe daher sowohl operativ wie auch finanziell sehr gut aufgestellt, sodass künftige Chancen im strukturellen Wandel des Medienmarktes flexibel genutzt werden können.

<sup>19</sup> Quelle: Zenith Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2018

<sup>20</sup> Quelle: Zenith Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2018

<sup>21</sup> Quelle: Zenith Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2018

<sup>22</sup> Quelle: Zenith Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2018

<sup>23</sup> Quelle: Zenith Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2018

<sup>24</sup> Quelle: Europäische Zentralbank (EZB), Bloomberg



### Vergleich des prognostizierten mit dem tatsächlichen Geschäftsverlauf

Wir haben die für das Geschäftsjahr 2018 formulierten Prognosen seinerzeit aus einer vorsichtig optimistischen Einschätzung zur Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen abgeleitet. Allerdings unterliegen Jahresprognosen in unserer Branche aufgrund des häufig kurzfristigen Buchungsverhaltens unserer Kunden, eines

schnell wechselnden Marktsentiments sowie konjunktureller Schwankungen naturgemäß größeren Unwägbarkeiten. Die im Rahmen unserer Prognose unterstellte Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist in weiten Teilen wie erwartet eingetreten. Die für das Geschäftsjahr 2018 gesetzten Ziele sehen wir allesamt als erreicht an.

	Prognostizierte Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2018	Tatsächlich erzielte Ergebnisse im Geschäftsjahr 2018
Organisches Wachstum	Wachstum im mittleren bis oberen einstelligen Bereich	7,6 %
Operational EBITDA	Anstieg auf 375 Millionen Euro	367,8 Millionen Euro
Operational EBITDA-Marge	Nahezu unverändert (2017: 25,5 %)	23,2 %
ROCE	Nahezu unverändert (2017: 18,2 %)	19,3 %
Bereinigtes Konzernergebnis	Anstieg auf 215 Millionen Euro	213,0 Millionen Euro
Free Cash-Flow (vor M&A-Transaktionen)	Anstieg auf 150 Millionen Euro <sup>28</sup>	151,0 Millionen Euro
Leverage Ratio	Weiterhin auf niedrigem Niveau (unter Vorbehalt von M&A-Transaktionen) (2017: 1,44)	1,43 (bei erheblichen M&A-Transaktionen)

Die prognostizierten Werte beziehen sich ebenso wie die tatsächlich erzielten Ergebnisse auf die Bilanzierung vor IFRS 16.

### Ertragslage des Konzerns

#### Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung<sup>25</sup>

In Mio. EUR	2018	2017
Umsatzerlöse	1.582,5	1.283,0
EBITDA	514,4	306,5
Operational EBITDA <sup>26</sup>	543,4	326,7
EBIT	170,3	143,7
Finanzergebnis	-34,1	-7,9
Ergebnis vor Steuern	136,2	135,8
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-22,0	-19,8
Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Aktivitäten	114,2	116,0
Ergebnis nach Steuern aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	-120,0	-17,6
Konzernergebnis	-5,8	98,5

Im Kontext des erneut starken Wachstums der Ströer Gruppe legten die **Umsatzerlöse** im abgelaufenen Geschäftsjahr merklich um 299,5 Millionen Euro auf 1.582,5 Millionen Euro zu (Vj.: 1.283,0 Millionen Euro). Ursächlich für diesen Anstieg waren – neben positiven Effekten aus den neu erworbenen Unternehmen – auch die deutlichen organischen Umsatzzuwächse, die über alle Segmente hinweg erzielt wurden. Vor diesem Hintergrund konnten auch die Umsatzeinbußen aus dem Verkauf des Vitalsana- und des Bodychange-Geschäfts sowie aus der Aufgabe mehrerer Einheiten im E-Commerce-Geschäft (t-online shop, stylefruits) bei weitem überkompensiert werden. Insgesamt belief sich das berichtete Umsatzwachstum auf 23,3 Prozent und das organische Umsatzwachstum auf 7,6 Prozent.<sup>27</sup>

<sup>25</sup> Im Rahmen der Einführung des IFRS 16 hat die Ströer Gruppe die modifiziert retrospektive Methode angewandt, wonach die in der Ertragslage dargestellten Vergleichszahlen des Jahres 2017 nicht rückwirkend um die Effekte aus IFRS 16 angepasst werden.

<sup>26</sup> Die Ströer Gruppe hat ihre interne Berichtsstruktur bezüglich der Bilanzierung von Gemeinschaftsunternehmen zum 1. Januar 2018 an die Regelungen des IFRS 11 angepasst. Durch diese Angleichung der internen an die externe Berichterstattung werden die vier im Ströer Konzern bestehenden Gemeinschaftsunternehmen nun auch intern at Equity und nicht mehr quotal zu 50 Prozent einbezogen. Von dieser Anpassung sind vor allem einige Non-GAAP-Kennzahlen betroffen (Operational EBITDA, Operational EBITDA-Marge, Adjusted EBIT, Net Income (adjusted), Net Debt, Leverage Ratio, ROCE) sowie die Segment-Umsätze im Segment OOH Media. Das Operational EBITDA fällt damit für das Jahr 2018 um 5,3 Millionen Euro niedriger aus. Die Vergleichszahl für das Jahr 2017 wurde nicht angepasst.

<sup>27</sup> Die Ströer Gruppe hat im vierten Quartal 2018 ihr türkisches OOH-Geschäft veräußert. Da das türkische OOH-Geschäft – im Gegensatz zu den übrigen aufgegebenen Einheiten wie Vitalsana, t-online shop, etc. – einen aufgegebenen Geschäftsbereich im Sinne des IFRS 5 darstellte, wurden sämtliche Positionen der Konzern-GuV sowohl für das Geschäftsjahr 2018 als auch für 2017 um die Werte des türkischen OOH-Geschäfts bereinigt. Diese Werte wurden in das Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten umgegliedert.

<sup>28</sup> Die ursprüngliche Prognose in Höhe von 175 Millionen Euro wurde aufgrund von Steuerzahlungen, die früher als erwartet zur Auszahlung kamen, auf 150 Millionen Euro reduziert.

Die nachfolgende Tabelle stellt die Entwicklung der Außenumsätze nach Segmenten dar:

In Mio. EUR	2018	2017
Out-of-Home Media	647,4	593,0
Direct Media	377,5	182,7
Digital OOH & Content	557,6	521,3
Überleitung at-Equity (IFRS 11)	0	-14,0
<b>Summe</b>	<b>1.582,5</b>	<b>1.283,0</b>

Die Zusammensetzung des Konzernumsatzes hat sich vor allem durch den Ausbau des Bereichs Dialog Marketing nochmals deutlich zugunsten des Inlands verlagert. Während die im Inland erzielten Umsätze von 1.156,8 Millionen Euro auf 1.442,9 Millionen Euro zulegten, bewegten sich die im Ausland erwirtschafteten Umsätze mit 139,6 Millionen Euro leicht unter dem Wert des Vorjahres (Vj.: 140,3 Millionen Euro). Damit entfielen insgesamt 8,8 Prozent der Umsätze auf das Ausland (Vj.: 10,9 Prozent).

Die Umsätze der Ströer Gruppe unterliegen – ähnlich wie die Umsätze der gesamten übrigen Medienbranche – erheblichen saisonalen Schwankungen. Dies beeinflusst sowohl die unterjährige Umsatz- als auch die Ergebnisentwicklung der Ströer Gruppe. Während das zweite und das vierte Quartal grundsätzlich 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.

#### Umsatzentwicklung nach Quartalen

In Mio. EUR		
Q1		329,1
Q2		396,8
Q3		386,8
Q4		469,8
<b>Q1-Q4</b>		<b>1.582,5</b>

#### Operational EBITDA-Entwicklung nach Quartalen

In Mio. EUR		
Q1		107,6
Q2		129,2
Q3		127,1
Q4		179,4
<b>Q1-Q4</b>		<b>543,4</b>

Angesichts der signifikant gestiegenen Geschäftstätigkeit in der Ströer Gruppe sind analog zu den Umsätzen auch die **Umsatzkosten** höher ausgefallen. Während im Vorjahr insgesamt 845,6 Millionen Euro zu verzeichnen waren, beliefen sich die Kosten im abgelaufenen Geschäftsjahr auf nunmehr 1.032,9 Millionen Euro. Dabei war ein erheblicher Teil dieses Anstiegs der erstmaligen Einbeziehung neu erworbener Unternehmen in den Konzernabschluss geschuldet. Gleichzeitig machten sich aber auch die umsatzinduziert höheren Publishervergütungen (Digitalvermarktung) sowie die Investitionen in Wachstumsprojekte wie watson.de und Statista mit zusätzlichen Kosten bemerkbar. Aus der Umstellung auf den neuen IFRS 16 resultierte demgegenüber ein rückläufiger Effekt auf die Umsatzkosten, da die Vorjahreszahlen nicht um den entlastenden IFRS 16-Effekt in Höhe von 15,1 Millionen Euro angepasst worden sind. Im Saldo bezifferte sich das Bruttoergebnis vom Umsatz mit 549,5 Millionen Euro um 112,1 Millionen Euro über dem Wert des Vorjahres. Die Bruttoergebnismarge lag bei 34,7 Prozent (Vj.: 34,1 Prozent).

Der eingeschlagene Wachstumskurs manifestierte sich auch in den **Vertriebs- und Verwaltungskosten** der Gruppe. Waren im Vorjahr noch 329,3 Millionen Euro angefallen, so verzeichnete der Konzern im Berichtsjahr knapp 410,7 Millionen Euro. Dabei kamen vornehmlich die zusätzlichen Aufwendungen aus den neu erworbenen Unternehmen, der weitere Ausbau der lokalen Vertriebsorganisation in Deutschland, gezielte Investitionen im Segment Digital OOH & Content, hohe Integrations- und Reorganisationsaufwendungen sowie inflationsbedingte Kostenanpassungen zum Tragen. Demgegenüber ist die erstmalige Anwendung des IFRS 16 bei den Vertriebs- und Verwaltungskosten nur unwesentlich ins Gewicht gefallen. Alles in allem bewegte sich die Vertriebs- und Verwaltungskostenquote mit 26,0 Prozent aufgrund des starken Umsatzanstiegs nur marginal über Vorjahresniveau (Vj.: 25,7 Prozent). Mit Blick auf die **sonstigen betrieblichen Erträge** (43,3 Millionen Euro) musste die Gruppe gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres einen Rückgang um 4,2 Millionen Euro hinnehmen, da dem Vorjahreswert insbesondere der Veräußerungsgewinn aus dem Vitalsana-Geschäft zugutegekommen war (Vj.: 47,5 Millionen Euro). Unterdessen gab der **sonstige betriebliche Aufwand** geringfügig um 0,8 Millionen Euro auf 16,9 Millionen Euro nach (Vj.: 17,7 Millionen Euro). Leicht rückläufig zeigte sich zudem auch das **Ergebnis aus at-Equity-bilanzierten Unternehmen**, das mit 5,1 Millionen Euro nicht ganz an das sehr gute Ergebnis des Vorjahres heranreichen konnte (Vj.: 5,9 Millionen Euro).

Bedingt durch die Fortführung des profitablen Wachstumskurses konnte das **Operational EBITDA** – ohne IFRS-Effekte – um 41,1 Millionen Euro gesteigert werden.

Zusammen mit den Effekten aus IFRS 16 (+180,8 Millionen Euro) und IFRS 11 (-5,3 Millionen Euro) legte das Operational EBITDA auf 543,4 Millionen Euro zu. Auch das **EBIT** verbesserte sich um 26,6 Millionen Euro, wobei der Anstieg auf 170,3 Millionen Euro sowohl aus der weiter gestiegenen operativen Geschäftstätigkeit (+16,1 Millionen Euro) als auch aus der erstmaligen Anwendung des IFRS 16 (+10,4 Millionen Euro) herrührte. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (**ROCE**) lag bei 19,3 Prozent und bewegte sich damit leicht über dem Vorjahr (Vj.: 18,2 Prozent).

Infolge der Einführung des IFRS 16 wurde das **Finanzergebnis** der Ströer Gruppe mit -21,4 Millionen Euro belastet, da die neu zu bilanzierenden Leasingverbindlichkeiten einer entsprechenden Aufzinsung bis zur jeweiligen Fälligkeit unterliegen. Unter Berücksichtigung weiterer Effekte bezifferte sich das Finanzergebnis in Summe auf -34,1 Millionen Euro (Vj.: -7,9 Millionen Euro).

Die verbesserte operative Geschäftstätigkeit der Gruppe hat bei gleichzeitig belastenden Effekten aus der Einführung des IFRS 16 zu einem nur leicht gestiegenen Ergebnis vor Steuern geführt. Infolgedessen hat der Steueraufwand mit 22,0 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr ebenfalls nur unwesentlich zugelegt (Vj.: 19,8 Millionen Euro).

Das **Konzernergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten** enthält mit -120,0 Millionen Euro (Vj.: -17,6 Millionen Euro) sowohl das operative Ergebnis des türkischen OOH-Geschäfts bis zum Zeitpunkt des Abgangs als auch das Abgangsergebnis aus dem Verkauf im Oktober 2018.<sup>1</sup> Im Abgangsergebnis sind vor allem die Währungskursverluste der letzten Jahre aus der Umrechnung der türkischen Lira in Euro enthalten. Diese Währungskursverluste haben im Jahr 2018 keinen zahlungswirksamen Effekt und sie mindern im Zeitpunkt des Abgangs auch nicht das Eigenkapital der Ströer Gruppe.

Mit Blick auf die fortgeführten Aktivitäten konnte die Ströer Gruppe ihren profitablen Wachstumskurs auch im Geschäftsjahr 2018 weiter fortführen und mit einem **Konzernergebnis aus fortgeführten Aktivitäten** in Höhe von 114,2 Millionen Euro (Vj.: 116,0 Millionen Euro) fast an den Spitzenwert des Vorjahres heranreichen. Ohne die Einführung des IFRS 16 und den damit einhergehenden nachteiligen „upfront“-Effekt<sup>2</sup> wäre das Ergebnis um weitere 7,8 Millionen Euro höher ausgefallen. Das **Konzernergebnis** bezifferte sich in Summe auf -5,8 Millionen Euro (Vj.: 98,5 Millionen Euro). Das **bereinigte Konzernergebnis** legte demgegenüber abermals kräftig um 13,9 Millionen Euro auf 199,6 Millionen Euro zu.

Die Ströer Gruppe ist auch im abgelaufenen Geschäftsjahr auf einem profitablen Wachstumskurs geblieben und kann vor diesem Hintergrund auf ein sehr erfolgreiches Jahr 2018 zurückblicken.

## Finanz- und Vermögenslage

### Gesamtaussage zur Finanz- und Vermögenslage

Die Ströer Gruppe zeichnet sich durch eine äußerst solide und sehr ausgewogene Finanz- und Vermögenslage aus. So kann der Konzern im Rahmen der bestehenden Kreditfazilitäten, die bis zum Dezember 2023 fest zugesagt sind, auf freie Kreditlinien in Höhe von 520,3 Millionen Euro (Vj.: 585,5 Millionen Euro) zurückgreifen. Zum Stichtag standen damit unter Berücksichtigung der vorhandenen Zahlungsmittel insgesamt freie Finanzierungsspielräume in Höhe von 624,0 Millionen Euro (Vj.: 670,5 Millionen Euro) zur Verfügung. Neben einer langfristig gesicherten Außenfinanzierung verfügt die Gruppe zudem über eine starke Innenfinanzierungskraft. Hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang vor allem der Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit mit 419,0 Millionen Euro (Vj.: 245,6 Millionen Euro (vor IFRS 16)) sowie der Free Cash-Flow (vor M&A-Transaktionen) mit 306,4 Millionen Euro (Vj.: 145,5 Millionen Euro (vor IFRS 16)).<sup>3</sup> Gleichzeitig liegt der dynamische Verschuldungsgrad (definiert als Quotient aus Nettoverschuldung und Operational EBITDA) trotz weitreichender M&A-Investitionen mit 1,43 (Vj.: 1,44) nach wie vor auf einem erfreulich niedrigen Niveau. Zusammen mit einer robusten Eigenkapitalquote ergibt sich damit ein sehr überzeugendes und solides Gesamtbild.

### 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:

- 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

<sup>1</sup> Wir verweisen auf unsere Ausführungen zum Konzernergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten im Abschnitt 6.2 des Konzernanhangs.

<sup>2</sup> Wir verweisen auf unsere Ausführungen zum „upfront“-Effekt im Abschnitt 4 des Konzernanhangs.

<sup>3</sup> Die Beträge beziehen sich auf die fortgeführten Aktivitäten.

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 Kreditaufgaben sowie in der Diversifikation der Kapitalgeber weitere wichtige Finanzierungsziele.

Im Rahmen unserer Finanzierung 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.

Unsere externen Finanzierungsspielräume und unsere finanzielle Flexibilität beruhen im Wesentlichen auf zwei Bausteinen: Der erste Baustein setzt sich aus mehreren Schuldscheindarlehen zusammen, welche die Ströer SE & Co. KGaA im Juni 2016 und im Oktober 2017 am Kapitalmarkt platziert hat und die zum 31. Dezember 2018 mit einem Volumen von 145,0 Millionen Euro bzw. 350,0 Millionen Euro valutierten. Diese Darlehen bestehen aus mehreren Tranchen, die größtenteils eine Laufzeit von fünf bzw. sieben Jahren haben und in einem Umfang von 207,0 Millionen Euro einer fixen Verzinsung unterliegen. Durch die Platzierung dieser Darlehen konnte die Investorenbasis in nennenswertem Umfang diversifiziert werden. Zudem haben wir mithilfe dieser Schuldscheindarlehen die Inanspruchnahme unter der bestehenden Kreditfazilität entsprechend reduziert und unsere finanzielle Flexibilität merklich ausgeweitet.

Der zweite Baustein besteht aus einer – im Dezember 2016 mit einem Bankensyndikat neu verhandelten – Kreditfazilität in Höhe von 600,0 Millionen Euro, deren Volumen bei Bedarf um weitere 100,0 Millionen Euro ausgeweitet werden kann. Im Rahmen der ausgehandelten Fazilität war neben einer weiteren Verbesserung der Konditionen auch die Dokumentation an den Investment Grade Status der Ströer Gruppe angepasst worden. Die Laufzeit dieser Finanzierung belief sich ursprünglich auf fünf Jahre bis zum Dezember 2021, wobei zum Ende des ersten und des zweiten Jahres die Möglichkeit der Verlängerung um jeweils ein weiteres Jahr bestand. Mittlerweile wurde mit den beteiligten Banken eine Verlängerung bis zum Dezember 2023 vereinbart. Das gesamte Volumen in Höhe von 600,0 Millionen Euro ist als flexible Revolving Facility ausgestaltet, wodurch die Ströer Gruppe über eine enorme finanzielle Flexibilität verfügt.

Für beide Finanzierungsbausteine gilt, dass die Vergabe der Darlehensmittel unbesichert erfolgte. Die Kreditaufgaben (Financial Covenants) entsprechen in allen Fällen den marktüblichen Usancen und betreffen die Kennzahl „Leverage Ratio“, die zum Jahresende mit deutlichem Abstand eingehalten wurde. Die für die Umsetzung dieser beiden Bausteine angefallenen Kosten werden über die jeweilige Laufzeit der Verträge amortisiert. Der Ströer Konzern kann damit auf eine sehr flexible, langfristige stabile Finanzierung mit niedrigen Fremdkapitalkosten zurückgreifen. Zum 31. Dezember 2018 standen aus den nicht in Anspruch genommenen Kreditlinien unter der Kreditfazilität einschließlich des bestehenden Kassensaldos (103,7 Millionen Euro) insgesamt frei verfügbare Finanzierungsspielräume in Höhe von 624,0 Millionen Euro (Vj.: 670,5 Millionen Euro) zur Verfügung.

Am Bilanzstichtag vereinte keine Bank mehr als 20 Prozent aller in Anspruch genommenen Kreditbeträge in der Ströer Gruppe auf sich, wodurch sich eine ausgewogene Diversifizierung der Kreditbereitstellung ergibt. Als Bestandteil der Finanzierungsstrategie setzt sich der Vorstand zudem regelmäßig mit der möglichen Absicherung der verbliebenen Zinsänderungsrisiken durch den zusätzlichen 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 deren Innenfinanzierung 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 2018 hauptsächlich über die Konzernholding. Auf Konzernebene werden die in den einzelnen Einheiten bestehenden Liquiditätsüberschüsse – soweit rechtlich möglich – zusammengeführt. Über die Konzernholding stellen wir jederzeit sicher, dass der Finanzierungsbedarf der einzelnen Konzerngesellschaften adäquat gedeckt wird.

Der dynamische Verschuldungsgrad (Leverage Ratio) der Ströer Gruppe bewegte sich vor dem Hintergrund der unverkennbar positiven Ergebnisentwicklung trotz umfangreicher M&A-Auszahlungen und trotz einer ausgeweiteten Investitionstätigkeit in sonstige Wachstumsprojekte mit 1,43 weiterhin auf Vorjahresniveau (Vj.: 1,44). Im Jahr 2018 haben die Ströer SE & Co. KGaA sowie ihre Konzerngesellschaften alle Kreditaufgaben und Verpflichtungen aus Finanzierungsverträgen erfüllt.

Zunehmend steigende Eigenkapitalanforderungen an die Banken 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 Unternehmensanleihen) prüfen und dabei auch die weitere Optimierung des Fristigkeitsprofils unserer Finanzschulden berücksichtigen.

## Finanzlage<sup>1</sup>

### Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Im Rahmen der Einführung des IFRS 16<sup>2</sup> war vor allem eine Vielzahl von Werberechtsverträgen im OOH-Geschäft der Ströer Gruppe als Leasingverhältnis im Sinne des neuen Standards einzustufen. In diesem Zusammenhang ist ein wesentlicher Teil der Leasingzahlungen seit dem 1. Januar 2018 nicht mehr als operative Miet- oder Pachtzahlung, sondern als Tilgung einer Leasingverbindlichkeit zu verstehen. Vor diesem Hintergrund ist es in der Kapitalflussrechnung der Ströer Gruppe zu einer entsprechenden Verschiebung zwischen dem Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit und dem Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit gekommen. Zudem sind einige Ein- bzw. Auszahlungen nicht mehr im Cash-Flow aus Investitionstätigkeit, sondern im Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit abzubilden, sodass es auch hier zu kleineren Verschiebungen gekommen ist. Die nachfolgende Überleitung stellt die Cash-Flows jeweils vor und nach IFRS 16 dar, wobei sich die Beträge ausschließlich auf die fortgeführten Aktivitäten beziehen.

In Mio. EUR		2018	2017
<b>(1)</b>	<b>Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit (vor IFRS 16)</b>	<b>259,1</b>	<b>245,6</b>
(2)	Umgliederung der Tilgungsauszahlungen (IFRS 16-Effekt)	159,9	144,1
<b>(3)</b>	<b>Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>419,0</b>	<b>389,7</b>
(4)	Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen (vor IFRS 16)	7,4	9,1
(5)	Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen (vor IFRS 16)	-115,5	-109,1
(6)	Auszahlungen für Investitionen in at-Equity-bilanzierte Unternehmen und in das Finanzanlagevermögen	-2,3	-1,9
(7)	Ein- und Auszahlungen aus dem Kauf bzw. Verkauf von konsolidierten Unternehmen	-71,6	-130,4
<b>(8)</b>	<b>Cash-Flow aus Investitionstätigkeit (vor IFRS 16)</b>	<b>-181,9</b>	<b>-232,3</b>
(9)	Umgliederung einzelner Aus- bzw. Einzahlungen für Investitionen bzw. Desinvestitionen (IFRS 16-Effekt)	-4,5	-4,0
<b>(10)</b>	<b>Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-186,5</b>	<b>-236,4</b>
<b>(11)</b>	<b>Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit (vor IFRS 16)</b>	<b>-57,6</b>	<b>6,9</b>
(12)	Umgliederung der Tilgungsauszahlungen sowie einzelner Aus- bzw. Einzahlungen für Investitionen bzw. Desinvestitionen (IFRS 16-Effekt)	-155,4	-140,1
<b>(13)</b>	<b>Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-213,0</b>	<b>-133,2</b>
(14)	Mittelveränderung (fortgeführte Aktivitäten)	19,5	20,1
<b>(15)</b>	<b>Mittelbestand am Ende der Periode</b>	<b>103,7</b>	<b>84,2</b>
(1)+(4)+(5)	Free Cash-Flow vor M&A (vor IFRS 16)	151,0	145,5
<b>(3)+(4)+(5)+(9)</b>	<b>Free Cash-Flow vor M&amp;A</b>	<b>306,4</b>	<b>285,7</b>

<sup>1</sup> Die Ströer Gruppe hat ihr türkisches OOH-Geschäft im vierten Quartal 2018 veräußert. Daher wurden die Zahlen in diesem Abschnitt entsprechend der Vorgaben des IFRS 5 um die nicht-fortgeführten Aktivitäten bereinigt. Hinsichtlich der Kapitalflussrechnung wurden die Vorjahreszahlen entsprechend angepasst.

<sup>2</sup> Zu näheren Details verweisen wir auf unsere Ausführungen im Abschnitt 4.

Der Ströer Konzern konnte das abgelaufene Geschäftsjahr mit einem **Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit** in Höhe von 419,0 Millionen Euro abschließen (Vj.: 245,6 Millionen Euro). Bereinigt um die Auswirkungen des neuen IFRS 16 belief sich der operative Zufluss auf insgesamt 259,1 Millionen Euro, womit Ströer einen neuen Höchstwert verzeichnen und gegenüber dem bereits sehr guten Wert des Vorjahres nochmals um 13,5 Millionen Euro zulegen konnte. Während die positiven Impulse vor allem aus der operativen Geschäftstätigkeit der Gruppe herrührten, machten sich insbesondere die merklich gestiegenen Steuerauszahlungen (+32,0 Millionen Euro) gegenläufig bemerkbar. Die erhöhten Zahlungsmittelabflüsse beruhten im Wesentlichen auf vorgezogenen Steuerzahlungen für die Jahre 2017 und 2018, deren Auszahlung – basierend auf der bisherigen Praxis der Finanzverwaltung – ursprünglich erst in den Jahren 2019 und 2020 erwartet wurde. Leicht verbessert zeigte sich demgegenüber das Working Capital, das im Vorjahr noch nachteilig zum Tragen gekommen war.

Der kontinuierliche Wachstumskurs der Gruppe fiel zudem auch im **Cash-Flow aus Investitionstätigkeit** unverkennbar ins Gewicht, wenngleich die Nettoinvestitionen in Unternehmenserwerbe mit 71,6 Millionen Euro spürbar niedriger ausgefallen sind als noch im Vorjahr (Vj.: 130,4 Millionen Euro). Schwerpunkt unserer Wachstumsinvestitionen war unverändert der Bereich des Dialog Marketing, der namentlich vor allem die Erwerbe der DV-COM Gruppe, der D+S 360 Gruppe sowie der C2E Gruppe betraf. Demgegenüber zogen die Investitionsauszahlungen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen nur moderat gegenüber dem Vorjahr an. Alles in allem bezifferte sich der **Free Cash-Flow vor M&A-Transaktionen** – ohne Berücksichtigung der IFRS 16-Effekte – auf beachtliche 151,0 Millionen Euro und lag damit nochmals um 5,4 Millionen Euro über dem Spitzenwert des Vorjahres (Vj.: 145,5 Millionen Euro). Unter Einbeziehung von IFRS 16 ergab sich demgegenüber ein Jahresendwert von 306,4 Millionen.

Mit Blick auf die Finanzierung der Gruppe reflektiert die Entwicklung der Nettokreditaufnahme (39,8 Millionen Euro (Vj.: 99,4 Millionen Euro)) das gegenüber dem Vorjahr rückläufige Volumen unserer M&A-Aktivitäten. Gleichzeitig wurden höhere Auszahlungen für Dividenden im Wesentlichen durch geringere Auszahlungen für Anteilsaufstockungen an Konzernunternehmen kompensiert. In Summe spiegelt der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit** mit einem Saldo von –57,6 Millionen Euro – bereinigt um IFRS 16-Effekte – die eingangs beschriebene Entwicklung der M&A-Aktivitäten in weiten Teilen wider (Vj.: 6,9 Millionen Euro). Unter Berücksichtigung der erstmals gemäß IFRS 16 einzubeziehenden

Tilgungsauszahlungen für Leasingverhältnisse ergibt sich insgesamt ein Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit von –213,0 Millionen Euro.

Die Ströer Gruppe verfügte zum Ende des Geschäftsjahres 2018 über **Zahlungsmittel** in Höhe von 103,7 Millionen Euro.

#### Finanzstrukturanalyse

Die **Finanzierung** der Ströer Gruppe bestand zum Jahresende 2018 zu 77,2 Prozent (Vj.: 75,3 Prozent) aus Eigen- und langfristigem Fremdkapital. Die kurzfristigen Verbindlichkeiten in Höhe von 672,9 Millionen Euro (Vj.: 464,0 Millionen Euro) sind auch weiterhin zu weit mehr als 100,0 Prozent durch kurzfristige Vermögenswerte von 340,8 Millionen Euro (Vj.: 331,3 Millionen Euro) sowie langfristig im Rahmen der Kreditfazilität zugesagte, freie Kreditlinien in Höhe von 520,3 Millionen Euro (Vj.: 585,5 Millionen Euro) fristenkongruent finanziert.

In puncto **Finanzverbindlichkeiten** verzeichnete Ströer die mit Abstand größte Veränderung gegenüber dem Vorjahr in den Verbindlichkeiten aus Leasingverträgen, welche allein aufgrund der Einführung des IFRS 16 auf Jahressicht um 1.055,3 Millionen Euro angestiegen sind. Weiterhin nennenswert war darüber hinaus allenfalls der Zugang bei den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, wohingegen alle übrigen Entwicklungen von eher untergeordneter Bedeutung waren.

Die Ermittlung der **Nettoverschuldung**, des Operational EBITDA und damit auch des dynamischen Verschuldungsgrads folgt der internen Berichtsstruktur im Ströer Konzern. Vor diesem Hintergrund wurden bis zum 31. Dezember 2017 jene vier at-Equity bilanzierten Unternehmen, an denen Ströer 50,0 Prozent der Anteile hält, entsprechend der internen Berichtsstruktur anteilig in diese Kennzahlen einbezogen.

Zum 1. Januar 2018 hat Ströer seine interne Berichtsstruktur in der Weise angepasst, dass diese vier Unternehmen entsprechend der Vorgaben des **IFRS 11** nur noch mit ihrem anteiligen „at-Equity-Wert“ in diese „Non-GAAP“-Kennzahlen eingehen. Infolge dieser Umstellung entspricht die interne Berichtsstruktur nun der externen Berichtsstruktur der Ströer Gruppe, sodass die bisherige Überleitungsposition „Anpassung IFRS 11“ entfallen ist und sich die Nettoverschuldung um diesen Anpassungsbetrag von zuletzt 6,2 Millionen Euro erhöht hat.

Mit Blick auf die Einführung des **IFRS 16** und die damit verbundene zusätzliche Bilanzierung von Leasingverbindlichkeiten orientiert sich die Ströer Gruppe bei der Ermittlung der Nettoverschuldung an seinen bestehenden

Darlehensverträgen mit kreditgebenden Banken. Sowohl im Facility Agreement als auch in der Vertragsdokumentation zu den Schuldscheindarlehen waren diese Leasingverbindlichkeiten aus IFRS 16 explizit von der Berechnung der Nettoverschuldung ausgenommen worden, da sich nach Auffassung der Vertragsparteien die Beurteilung der wirtschaftlichen Lage der Ströer Gruppe durch die Einführung des neuen IFRS 16 nicht ändert. Vor diesem Hintergrund bleiben aus Gründen der Konsistenz bei der Ermittlung des dynamischen Verschuldungsgrads die Auswirkungen des IFRS 16 im Operational EBITDA ebenfalls unbeachtet.

In Mio. EUR		31.12.2018	31.12.2017
(1)	Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen (IFRS 16)	1.055,3	–
(2)	Verbindlichkeiten aus Facility Agreement	64,2	–
(3)	Verbindlichkeiten aus Schuldscheindarlehen	494,1	493,9
(4)	Verbindlichkeiten zum Erwerb eigener EK-Instrumente	75,4	96,5
(5)	Verbindlichkeiten aus Dividenden an nicht beherrschende Gesellschafter	9,6	5,3
(6)	Sonstige Finanzverbindlichkeiten	53,4	49,1
(1)+(2)+(3) +(4)+(5)+(6)	Summe Finanzverbindlichkeiten	1.752,1	644,8
(2)+(3)+(5)+(6)	Summe Finanzverbindlichkeiten ohne Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen (IFRS 16) und ohne Verbindlichkeiten zum Erwerb eigener EK-Instrumente	621,4	548,3
(7)	Zahlungsmittel	103,7	85,0
(8)	Anpassung IFRS 11	–	6,2
<b>(2)+(3)+(5)+(6)–(7)–(8)</b>	<b>Nettoverschuldung</b>	<b>517,7</b>	<b>457,1</b>
	<b>Dynamischer Verschuldungsgrad</b>	<b>1,4</b>	<b>1,4</b>

Die im abgelaufenen Geschäftsjahr getätigten Wachstumsinvestitionen haben gleichzeitig auch eine moderate Erhöhung der Nettoverschuldung nach sich gezogen. Daneben resultierte mit 6,2 Millionen Euro zudem auch ein Teil des Anstiegs aus den Anpassungen im Rahmen des IFRS 11. Insgesamt legte die Nettoverschuldung um 60,5 Millionen Euro auf 517,7 Millionen Euro zu. Zugleich bewegte sich der dynamische Verschuldungsgrad (definiert als Quotient aus Nettoverschuldung und Operational EBITDA) mit 1,43 zum Ende des Geschäftsjahres weiterhin auf einem erfreulich niedrigen Niveau.

Im Rahmen des stetigen Wachstums der Ströer Gruppe haben die kurz- und langfristigen **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** weiter von 215,2 Millionen Euro auf 261,8 Millionen Euro zugelegt. Gegenläufig zeigten sich die **latenten Steuerverbindlichkeiten** sowie die **laufenden Ertragsteuerverbindlichkeiten**. Neben deutlich höheren Steuerauszahlungen machte

sich dabei auch die laufende Auflösung von latenten Steuerverbindlichkeiten bemerkbar, die im Rahmen von Kaufpreisallokationen gebildet worden waren.

Leicht rückläufig gegenüber dem Vorjahr zeigte sich mit 669,0 Millionen Euro das **Eigenkapital** der Gruppe (Vj.: 669,7 Millionen Euro). Dabei stand dem Konzernergebnis aus fortgeführten Aktivitäten in Höhe von 114,2 Millionen Euro (Vj.: 116,0 Millionen Euro) die Auszahlung einer Dividende in Höhe von 72,5 Millionen Euro (Vj.: 60,8 Millionen Euro) gegenüber. Darüber hinaus machte sich auch die Veräußerung des türkischen OOH-Geschäfts mit insgesamt 20,2 Millionen Euro nachteilig im Eigenkapital bemerkbar. Die Eigenkapitalquote bewegte sich – bereinigt um IFRS 16 – mit 34,5 Prozent nur marginal unter dem Wert des Vorjahres (Vj.: 35,6 Prozent). Unter Berücksichtigung von IFRS 16 lag sie bei 22,3 Prozent.

### 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.

### Vermögenslage

#### Konzernbilanz

In Mio. EUR	31.12.2018	31.12.2017
<b>Aktiva</b>		
Langfristige Vermögenswerte	2.640,5	1.550,2
Kurzfristige Vermögenswerte	340,8	331,3
Zur Veräußerung gehalten <sup>2</sup>	15,0	–
<b>Bilanzsumme</b>	<b>2.996,3</b>	<b>1.881,5</b>
<b>Passiva</b>		
Eigenkapital	669,0	669,7
Langfristige Verbindlichkeiten	1.645,1	747,8
Kurzfristige Verbindlichkeiten	672,9	464,0
Zur Veräußerung gehalten <sup>2</sup>	9,3	–
<b>Bilanzsumme</b>	<b>2.996,3</b>	<b>1.881,5</b>

### Vermögensstrukturanalyse

Die **langfristigen Vermögenswerte** sind im Berichtsjahr um 1.090,3 Millionen Euro auf 2.640,5 Millionen Euro angestiegen. Maßgeblich zu diesem Anstieg beigetragen hat insbesondere der neue Leasingstandard IFRS 16, dessen Einführung die Bilanzierung zusätzlicher Nutzungsrechte aus Leasingverträgen in einem Umfang von 1.041,0 Millionen Euro mit sich brachte. Darüber hinaus haben vor allem die Unternehmenserwerbe im Bereich des Dialog Marketing zur Bilanzierung weiterer immaterieller Vermögenswerte geführt.

Im Gegensatz dazu haben die **kurzfristigen Vermögenswerte** lediglich um 9,5 Millionen Euro auf 340,8 Millionen Euro zugelegt. Nennenswerte

Veränderungen ergaben sich dabei allenfalls aus dem erhöhten Bestand an Zahlungsmitteln. Darüber hinaus wurden die Vermögenswerte zweier zum Verkauf stehender Gesellschaften in die Position „zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte“ umgliedert.

Zum **nicht bilanzierten Vermögen** des Ströer Konzerns zählt aufgrund der starken Marktposition vor allem ein breit aufgestelltes Portfolio an tragfähigen Kundenbeziehungen. Von diesen Kundenbeziehungen ist nur jener kleine Teil als Vermögenswert bilanziert, der im Rahmen von Unternehmenserwerben hinzugekommen ist. Darüber hinaus gehörte bis zum 31. Dezember 2017 auch ein erheblicher Bestand an selbst geschaffenen Werberechtskonzessionen mit Kommunen und privaten Vermietern zum nicht bilanzierten Vermögen. Mit Einführung des IFRS 16 wurden diese Vermögenswerte zum großen Teil erstmals zum 1. Januar 2018 bilanziert.

### Ertragslage Segmente

Die Ströer Gruppe hat zum 1. Januar 2018 ihre Segmente OOH Deutschland und OOH International zu einem neuen Segment „OOH Media“ zusammengefasst. Gleichzeitig wurde das bisherige Segment „Ströer Digital“ in die beiden neuen Segmente „Digital OOH & Content“<sup>1</sup> und „Direct Media“ aufgeteilt. Durch diese neue Segmentierung wird zum einen der gesunkenen Bedeutung des internationalen Außenwerbebusiness und zum anderen der weiteren Expansion im Digital-Geschäft, insbesondere im Bereich Dialog Marketing, Rechnung getragen. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend rückwirkend angepasst. Zudem hat die Ströer Gruppe im vierten Quartal 2018 ihr türkisches OOH-Geschäft veräußert. Vor diesem Hintergrund wurden die in diesem Abschnitt dargestellten Zahlen den Vorgaben des IFRS 5 folgend um die nicht-geführten Aktivitäten des türkischen OOH-Geschäfts bereinigt. Die Vorjahreszahlen wurden rückwirkend angepasst.

Schließlich verzichtet Ströer seit dem 1. Januar 2018 auf die quotale Konsolidierung seiner vier Gemeinschaftsunternehmen. Die Vorjahreszahlen wurden rückwirkend angepasst, sodass für das Geschäftsjahr 2017 die Umsatzerlöse im Segment OOH Media um 14,0 Millionen Euro und das Operational EBITDA um 5,0 Millionen Euro gemindert wurden.

<sup>1</sup> Das seit dem 1. Januar 2018 neu abgegrenzte Segment wurde in den Quartalen Q1-Q3 2018 zwischenzeitlich als „Content Media“ bezeichnet und zum 31. Dezember 2018 in „Digital OOH & Content“ umbenannt. Inhaltlich ist das Segment „Content Media“ mit dem Segment „Digital OOH & Content“ identisch. Die Umbenennung zum Ende des Jahres 2018 erfolgte, um den Kern des Segments deutlicher herauszustellen.

<sup>2</sup> Die Position „Zur Veräußerung gehalten“ enthält zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte bzw. damit zusammenhängende Verbindlichkeiten.



## Out-of-Home Media

In Mio. EUR	2018	2017	Veränderung	
<b>Segmentumsatz, davon</b>	<b>663,7</b>	<b>590,0</b>	<b>73,7</b>	<b>12,5 %</b>
Großformate	316,6	296,2	20,3	6,9 %
Street Furniture	149,7	143,9	5,8	4,0 %
Transport	61,1	61,1	0,0	0,0 %
Sonstige	136,3	88,7	47,6	53,6 %
Operational EBITDA (vor IFRS 16 und IFRS 11)	168,3	163,4	4,9	3,0 %
IFRS 16-Effekt	146,8	136,1	10,7	–
IFRS 11-Effekt	–5,2	–5,0	–0,2	–
<b>Operational EBITDA</b>	<b>309,9</b>	<b>294,5</b>	<b>15,4</b>	<b>5,2 %</b>
<b>Operational EBITDA-Marge</b>	<b>46,7 %</b>	<b>49,9 %</b>	<b>–3,2 Prozentpunkte</b>	

In dem Segment OOH Media, in dem gemessen am Umsatz das ehemalige Segment OOH Deutschland etwa 90 Prozent ausmacht, legten die **Umsatzerlöse** bei insgesamt herausfordernden Marktumfeldern im Geschäftsjahr 2018 deutlich um 73,7 Millionen Euro auf 663,7 Millionen Euro zu.

Auch mit Blick auf die einzelnen Produktgruppen gestaltete sich die Entwicklung positiv. Der Bereich **Großformate** erzielte durch eine robuste Nachfrage nach klassischen Außenwerbeprodukten sowie infolge unserer nachhaltig verstärkten lokalen Vertriebsaktivitäten einen deutlichen Zuwachs um 20,3 Millionen Euro auf 316,6 Millionen Euro. Die Produktgruppe **Street Furniture**, die insbesondere nationale sowie internationale Kundengruppen für den deutschen Außenwerbemarkt adressiert, vermeldete im Geschäftsjahr 2018 mit 149,7 Millionen Euro leicht gestiegene Umsätze gegenüber einem relativ starken Vorjahr (Vj.: 143,9 Millionen Euro). Der Bereich **Transport**, der nahezu ausschließlich im deutschen Außenwerbemarkt relevant ist, bewegte sich mit 61,1 Millionen Euro auf dem Niveau des Vorjahres (Vj.: 61,1 Millionen Euro). Deutlich hinzugewinnen konnte die Produktgruppe **Sonstige** mit einem Anstieg um 47,6 Millionen Euro auf 136,3 Millionen Euro. Dabei

haben verschiedene Faktoren zu dieser positiven Entwicklung beigetragen: Zum einen werden in dieser Gruppe die wesentlichen Teile des Ende 2017 erworbenen Ambient Media Geschäfts der United Ambient Media GmbH sowie anderer kleinerer Ergänzungs-Akquisitionen ausgewiesen. Zum anderen werden in unserem Wachstumsfeld mit lokalen und regionalen Kunden traditionell mehr Full-Service Leistungen (inklusive der Produktion von Werbematerialien) nachgefragt, als dies bei den großen nationalen Kunden der Fall ist. Diese Zusatzleistungen werden unter der Produktgruppe Sonstige berichtet. Zum dritten steuerte auch das Geschäft mit unserem Produkt Roadside Screen positiv zu der Entwicklung dieser Produktgruppe bei.

Insgesamt erwirtschaftete das Segment im Geschäftsjahr 2018 ein um 15,4 Millionen Euro gestiegenes Operational EBITDA in Höhe von 309,9 Millionen Euro (Vj.: 294,5 Millionen Euro (nach Anpassung IFRS 11 und IFRS 16)) und eine Operational EBITDA-Marge von 46,7 Prozent (Vj.: 49,9 Prozent (nach Anpassung IFRS 11 und IFRS 16)). Das Kerngeschäft unserer Außenwerbung konnte seine Margen halten bzw. leicht steigern, während die Akquisitionen der jüngeren Vergangenheit geschäftsbedingt niedrigere Margen beigetragen haben.

## Digital OOH & Content<sup>2</sup>

In Mio. EUR	2018	2017	Veränderung	
<b>Segmentumsatz, davon</b>	<b>567,0</b>	<b>528,1</b>	<b>38,9</b>	<b>7,4 %</b>
Display	297,2	278,4	18,9	6,8 %
Video	130,3	119,6	10,7	9,0 %
Digital Marketing Services	139,4	130,1	9,3	7,1 %
Operational EBITDA (vor IFRS 16)	180,8	167,9	12,9	7,7 %
IFRS 16-Effekt	13,1	11,1	1,9	–
<b>Operational EBITDA</b>	<b>193,8</b>	<b>179,0</b>	<b>14,8</b>	<b>8,3 %</b>
<b>Operational EBITDA-Marge</b>	<b>34,2 %</b>	<b>33,9 %</b>	<b>0,3 Prozentpunkte</b>	

<sup>2</sup> Zur Umbenennung des Segments verweisen wir auf die Ausführungen zu Beginn des Abschnitts „Ertragslage Segmente“ und die entsprechenden Fußnoten.

Im Geschäftsjahr 2018 stiegen die Umsatzerlöse im Segment Digital OOH & Content deutlich von 528,1 Millionen Euro auf 567,0 Millionen Euro an. Dabei konnten alle Produktgruppen maßgeblich zu dieser positiven Entwicklung beitragen. So erzielte die Produktgruppe **Display** einen deutlichen Zuwachs um 18,9 Millionen Euro auf 297,2 Millionen Euro. Hier gelang es insbesondere im Rahmen der Vermarktung von Werbeformaten auf mobilen Endgeräten sowie durch Investitionen in automatisierte Vermarktungsformen sich deutlich dem allgemeinen Marktdruck im Bereich der Desktop-Display-Vermarktung zu entziehen. Die Produktgruppe **Video** erzielte durch eine robuste Nachfrage nach Bewegtbildformaten im öffentlichen Raum (Public Video), durch eine im Laufe des Jahres unverkennbar gestiegene Nachfrage nach unserem programmatischen Public Video Angebot sowie durch eine verstärkte Nachfrage nach neuen online-Videoformaten, wie zum Beispiel in-text-Video, einen kräftigen Zuwachs um 9,0 Prozent auf 130,3 Millionen Euro. In der Produktgruppe **Digital Marketing Services** machte sich vor allem das stark wachsende Geschäft mit Abonnement-Modellen (Statista) sowie mit der lokalen Vermarktung digitaler Produkte bei kleinen und mittelgroßen Kunden (RegioHelden) sehr positiv bemerkbar und führte trotz einzelner Portfoliobereinigungen zu einem Umsatzwachstum in dieser Produktgruppe von 7,1 Prozent auf 139,4 Millionen Euro.

Insgesamt konnte das Segment die sehr guten Ergebnisse des Vorjahres erneut deutlich übertreffen und erwirtschaftete ein Operational EBITDA in Höhe von 193,8 Millionen Euro (Vj.: 179,0 Millionen Euro (nach Anpassung IFRS 16)). Die Operational EBITDA-Marge liegt mit 34,2 Prozent leicht über dem Vorjahr (Vj.: 33,9 Prozent (nach Anpassung IFRS 16)).

### Direct Media

In Mio. EUR	2018	2017	Veränderung	
<b>Segmentumsatz, davon</b>	<b>377,7</b>	<b>190,1</b>	<b>187,6</b>	<b>98,7 %</b>
Dialog Marketing	262,5	51,0	211,5	>+100 %
Transactional	115,2	139,1	-23,9	-17,2 %
Operational EBITDA (vor IFRS 16)	45,2	18,8	26,4	>+100 %
IFRS 16-Effekt	10,1	2,0	8,1	-
<b>Operational EBITDA</b>	<b>55,3</b>	<b>20,8</b>	<b>34,4</b>	<b>&gt;+100 %</b>
<b>Operational EBITDA-Marge</b>	<b>14,6 %</b>	<b>11,0 %</b>		<b>3,6 Prozentpunkte</b>

Das neue Segment Direct Media beinhaltet die Produktgruppen Dialog Marketing und Transactional. Vor dem Hintergrund der neu erworbenen Unternehmen im Bereich Dialog Marketing sowie der Veräußerungen und Aufgaben von Geschäften im Bereich Transactional sind die Vorjahreszahlen für beide Produktgruppen derzeit nur bedingt vergleichbar.<sup>3</sup>

Im Geschäftsjahr 2018 wurde gezielt die Integration der neu erworbenen Unternehmen im Bereich **Dialog Marketing** weiter stark vorangetrieben. Die Produktgruppe **Transactional** verzeichnete aufgrund der vorgenommenen Portfoliobereinigungen einen Rückgang der Umsatzerlöse um 23,9 Millionen Euro auf 115,2 Millionen Euro. Bereinigt um die Veräußerung des Vitalsana-Geschäfts und die Aufgabe von E-Commerce-Geschäften (t-online shop und stylefruits) im Dezember 2017 hat die Produktgruppe hingegen einen starken Umsatzanstieg von 23,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr erwirtschaftet. Dabei konnte vor allem das Geschäft mit unseren eigenen Produkten im Bereich des E-Commerce (AsamBeauty und Ströer Products) deutliche Zuwächse verbuchen.

Alles in allem erwirtschaftete das Segment im Geschäftsjahr 2018 ein **Operational EBITDA** in Höhe von 55,3 Millionen Euro (Vj.: 20,8 Millionen Euro (nach Anpassung IFRS 16)) und eine deutlich gestiegene Operational EBITDA-Marge von 14,6 Prozent (Vj.: 11,0 Prozent (nach Anpassung IFRS 16)).

<sup>3</sup> Bei diesen veräußerten Geschäften handelte es sich – anders als beim türkischen OOH-Geschäft – nicht um abgegrenzte Einheiten gemäß IFRS 5, sodass keine Bereinigung der Vorjahreszahlen erfolgte.

## ANGABEN ZUR STRÖER SE & CO. KGAA

Der Lagebericht der Ströer SE & Co. KGaA und der Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2018 sind nach § 315 Abs. 5 HGB in Verbindung mit § 298 Abs. 2 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 SE & Co. KGaA 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 SE & Co. KGaA.

### Ertragslage

Im Kontext einer weiterhin erfreulichen Geschäftsentwicklung des Ströer Konzerns sowie im Zuge eines außerordentlichen Ergebnisbeitrags aus einer konzerninternen Umstrukturierung (Einlage der Gesellschaftsanteile eines Konzernunternehmens bei einem anderen Konzernunternehmen) verzeichnete die Ströer SE & Co. KGaA im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Jahresüberschuss von 644,0 Millionen Euro (Vj.: 36,3 Millionen Euro). Von den beiden oben beschriebenen positiven Effekten innerhalb der Gruppe konnte die Gesellschaft im Rahmen der konzerninternen Ergebnisabführungen, die gegenüber dem Vorjahr um 605,8 Millionen Euro auf 778,9 Millionen Euro zugelegt haben, merklich profitieren. Gleichzeitig sind die Abschreibungen auf Finanzanlagen um 40,7 Millionen Euro zurückgegangen. Währenddessen musste die Gesellschaft vor allem im Rahmen des Verkaufs der türkischen Tochtergesellschaft Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul/Türkei, einen Anstieg im sonstigen betrieblichen Aufwand um insgesamt 45,7 Millionen Euro hinnehmen.

In TEUR	2018	2017
Umsatzerlöse	25.524	22.968
Sonstige betriebliche Erträge	18.554	4.144
Materialaufwand	-6.954	-1.875
Personalaufwand	-31.263	-28.722
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-7.982	-5.620
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-73.698	-27.987
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen und Aufwendungen aus Verlustübernahme	778.852	173.023
Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	3.722	3.054
Abschreibungen auf Finanzanlagen	-28.375	-69.062
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge sowie Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-8.688	-7.560
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-25.641	-26.003
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>644.050</b>	<b>36.360</b>
Sonstige Steuern	-41	-42
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>644.009</b>	<b>36.317</b>
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	9.451	5.679
Entnahmen aus anderen Gewinnrücklagen	0	40.000
<b>Bilanzgewinn</b>	<b>653.460</b>	<b>81.996</b>

Vor dem Hintergrund des stetigen Wachstums in der gesamten Gruppe erzielte die Ströer SE & Co. KGaA im Geschäftsjahr 2018 einen Anstieg ihrer **Umsatzerlöse** um 2,6 Millionen Euro auf 25,5 Millionen Euro. Ursächlich dafür waren vorwiegend die gestiegenen konzerninternen Mieterträge, wohingegen die Erträge aus konzerninternen Serviceleistungen gegenüber dem Vorjahr nachgaben. Auch in den **sonstigen betrieblichen Erträgen** konnte die Gesellschaft einen weiteren Zuwachs generieren. Hier machten sich neben Zuschreibungen im Finanzanlagevermögen und sonstigen periodenfremden Erträgen auch Erträge aus weiterberechneten Kosten positiv bemerkbar. Analog zu den gestiegenen Mieterträgen, die in den Umsatzerlösen ausgewiesen werden, haben auch die Mietaufwendungen weiter zugelegt und damit zu einem Anstieg des **Materialaufwands** um 5,1 Millionen Euro auf 7,0 Millionen Euro geführt. Leicht über dem Vorjahr schlossen zudem auch der **Personalaufwand** mit 31,3 Millionen Euro (Vj.: 28,7 Millionen Euro) sowie die **Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen** mit 8,0 Millionen Euro (Vj.: 5,6 Millionen Euro). Im Gegensatz dazu sind die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** um beträchtliche 45,7 Millionen Euro höher ausgefallen. Waren im Jahr 2017 noch 28,0 Millionen Euro zu vermelden, so beliefen sich diese im Berichtsjahr auf 73,7 Millionen Euro, wobei der Anstieg mit 41,1 Millionen Euro primär auf den Veräußerungsverlust im Rahmen des Verkaufs der türkischen Tochtergesellschaft Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul/Türkei, zurückzuführen war.

Enorm profitieren konnte die Ströer SE & Co. KGaA insbesondere von den konzerninternen **Ergebnisabführungen** (Erträge aus Gewinnabführungsverträgen und Aufwendungen aus Verlustübernahmen), die sich auf insgesamt 778,9 Millionen Euro bezifferten (Vj.: 173,0 Millionen Euro). Neben der weiter verbesserten operativen Geschäftstätigkeit der Tochtergesellschaften kam dabei in erster Linie die oben beschriebene konzerninterne Umstrukturierung äußerst vorteilhaft zum Tragen. Unterdessen bewegten sich die **Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens** ebenso wie das **Zinsergebnis** (sonstige Zinsen und ähnliche Erträge sowie Zinsen

und ähnliche Aufwendungen) nahezu unverändert auf Vorjahresniveau. Mit Blick auf die **Abschreibungen auf Finanzanlagen** (28,4 Millionen Euro) machten sich im abgelaufenen Geschäftsjahr vorwiegend Wertberichtigungen auf konzerninterne Darlehen im Rahmen der Liquidation kleinerer Einheiten bemerkbar, während der Vorjahreswert (Vj.: 69,1 Millionen Euro) noch von erheblichen Abwertungen auf die türkische Tochtergesellschaft Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul/Türkei, gekennzeichnet war.

Die **Steuern vom Einkommen und vom Ertrag** bewegten sich trotz des erheblich gestiegenen Ergebnisses vor Steuern im Berichtsjahr mit 25,6 Millionen Euro leicht unter dem Wert des Vorjahres (Vj.: 26,0 Millionen Euro). Maßgeblich dazu beigetragen hat die Tatsache, dass die oben beschriebene konzerninterne Umstrukturierung steuerneutral erfolgt ist. Zu detaillierten Ausführungen im Hinblick auf die latenten Steuern verweisen wir auf Abschnitt C. 6 im Anhang der Ströer SE & Co. KGaA.

### Vermögens- und Finanzlage

Angesichts der weiter voranschreitenden Expansion sowie der eingangs beschriebenen konzerninternen Umstrukturierung ist die Bilanzsumme der Ströer SE & Co. KGaA im abgelaufenen Geschäftsjahr um 669,2 Millionen Euro auf 2.179,0 Millionen Euro angewachsen. Vor allem der Anstieg in den Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen (+678,8 Millionen Euro), der nahezu vollständig aus höheren Forderungen gegen verbundene Unternehmen – einschließlich der Ergebnisabführungen – resultierte, reflektiert diese Entwicklung sehr prägnant. Demgegenüber ist in den Finanzanlagen (–16,5 Millionen Euro) der Rückgang der Anteile an verbundenen Unternehmen – insbesondere aus dem Verkauf der türkischen Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul/Türkei, – größtenteils durch höhere Ausleihungen an verbundene Unternehmen kompensiert worden. Auf der Passivseite der Bilanz fielen neben dem erheblich gestiegenen Eigenkapital (+577,0 Millionen Euro) primär die nennenswerten Zugänge in den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (+63,8 Millionen Euro) sowie höhere Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen (+38,7 Millionen Euro) ins Gewicht.

In TEUR	2018	2017
<b>Aktiva</b>		
<b>Anlagevermögen</b>		
Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	37.501	25.158
Finanzanlagen	811.598	828.078
	<b>849.099</b>	<b>853.236</b>
<b>Umlaufvermögen</b>		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	1.324.646	645.843
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	182	4.915
	<b>1.324.828</b>	<b>650.758</b>
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>5.104</b>	<b>5.872</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>2.179.031</b>	<b>1.509.865</b>
<b>Passiva</b>		
<b>Eigenkapital</b>	<b>1.402.772</b>	<b>825.821</b>
<b>Rückstellungen</b>		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	0	7
Steuerrückstellungen	20.461	37.086
Sonstige Rückstellungen	12.299	12.519
	<b>32.760</b>	<b>49.612</b>
<b>Verbindlichkeiten</b>		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	559.974	496.184
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	19.235	12.616
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	164.290	125.632
	<b>743.499</b>	<b>634.432</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>2.179.031</b>	<b>1.509.865</b>

### Vermögensstrukturanalyse

Die Ströer SE & Co. KGaA verzeichnete im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Zugang in den **immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen** in Höhe von 12,3 Millionen Euro. Ausschlaggebend dafür waren sowohl die Anschaffung neuer EDV-Software als auch der Erwerb von Nutzungsrechten und Lizenzen im Rahmen des Weiteren Ausbaus der IT-Landschaft. Diese Zugänge wurden nur teilweise durch laufende Abschreibungen kompensiert.

Demgegenüber war der Rückgang der **Finanzanlagen** um 16,5 Millionen Euro in erster Linie auf rückläufige Anteile an verbundenen Unternehmen zurückzuführen, wobei sich der Verkauf der türkischen Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul/Türkei, in besonderem Maße bemerkbar gemacht hat. Unter Berücksichtigung weiterer Wertberichtigungen auf andere Beteiligungen gaben die Anteile an verbundenen Unternehmen insgesamt um 56,5 Millionen Euro nach. Den gesunkenen Anteilen an verbundenen Unternehmen standen höhere konzerninterne Ausleihungen gegenüber (+33,2 Millionen Euro), wobei die höheren Ausleihungen vorrangig zur Finanzierung zusätzlicher Unternehmenserwerbe im Bereich des Dialog Marketing bereitgestellt wurden. Gedämpft wurde dieser Anstieg lediglich durch die Aufnahme weiterer Darlehensnehmer in den konzernweiten Cashpool, sodass eine gleichzeitige Verlagerung zugunsten der Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände stattgefunden hat.

Unterdessen haben die **Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände** um weitere 678,8 Millionen Euro zugelegt. Maßgeblich zu diesem Anstieg beigetragen haben vornehmlich die Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen (+674,8 Millionen Euro), in denen einerseits die stark gestiegenen Ergebnisabführungen, andererseits aber auch die benötigte Liquidität einzelner Tochtergesellschaften zur Finanzierung ihrer Wachstumsinvestitionen über den Cashpool zu Buche geschlagen sind. Die deutlich erhöhten Ergebnisabführungen beruhten auf der Fortführung des profitablen Wachstumskurses sowie in besonderem Maße auf dem Ergebniseffekt aus der eingangs beschriebenen konzerninternen Umstrukturierung. Des Weiteren bewirkte auch die dargestellte Überführung konzerninterner Ausleihungen in den Cashpool der Ströer SE & Co. KGaA einen zusätzlichen Anstieg der Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände.

Die **Guthaben bei Kreditinstituten** gingen im Berichtsjahr um 4,7 Millionen Euro auf nunmehr 0,2 Millionen Euro zurück (Vj.: 4,9 Millionen Euro).

Ebenfalls rückläufig zeigte sich der **Rechnungsabgrenzungsposten** mit 5,1 Millionen Euro (Vj.: 5,9 Millionen Euro). In dieser Position sind insbesondere jene Kreditbeschaffungskosten aktiviert, die in den vergangenen Jahren im Rahmen mehrerer Anpassungen der Kreditfazilität aufgelaufen waren. Diese Kosten werden seither über die Laufzeit der Finanzierung abgegrenzt und zeitanteilig aufgelöst.

### Finanzstrukturanalyse

Die Gesellschaft konnte zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres einen unverkennbaren Anstieg des **Eigenkapitals** um 577,0 Millionen Euro auf 1.402,8 Millionen Euro verbuchen. Zurückzuführen ist dieser Zuwachs insbesondere auf den kräftig gestiegenen Jahresüberschuss in Höhe von 644,0 Millionen Euro (Vj.: 36,3 Millionen Euro). Darüber hinaus machte sich auch die Ausübung bestehender Aktienoptionen im Rahmen eines Aktienoptionsprogramms mit 5,5 Millionen Euro (Vj.: 1,9 Millionen Euro) positiv bemerkbar, wohingegen die Ausschüttung einer Dividende an die Aktionäre der Ströer SE & Co. KGaA in Höhe von 72,5 Millionen Euro (Vj.: 60,8 Millionen Euro) einen gegenläufigen Effekt hatte. Die Eigenkapitalquote lag insgesamt bei merklich verbesserten 64,4 Prozent (Vj.: 54,7 Prozent) und bewegte sich damit auf einem weiterhin sehr komfortablen Niveau.

Die Entwicklung der **Rückstellungen** war im abgelaufenen Geschäftsjahr weitgehend von den signifikanten Steuerauszahlungen der Gesellschaft geprägt. Unter Berücksichtigung der übrigen Veränderungen schlossen die Rückstellungen bei insgesamt 32,8 Millionen Euro und damit um knapp 16,9 Millionen Euro unter dem Wert des Vorjahres.

Demgegenüber verbuchte die Gesellschaft bei den **Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten** einen Anstieg um 63,8 Millionen Euro auf 560,0 Millionen Euro. In diesem Anstieg zeichnete sich der zusätzliche Liquiditätsbedarf der gesamten Gruppe im Zuge der Wachstumsstrategie ab, da die externe Refinanzierung der Ströer Gruppe nahezu ausschließlich über die Holding erfolgt. Von den Verbindlichkeiten entfielen zum 31. Dezember 2018 insgesamt 495,0 Millionen Euro (Vj.: 495,0 Millionen Euro) auf die am Kapitalmarkt platzierten Schuldscheindarlehen. Der restliche Betrag betraf die Kreditaufnahme im Rahmen der bestehenden

Kreditfazilität. Hinsichtlich näherer Details zum Anstieg der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten verweisen wir auf unsere Liquiditätsanalyse im nachfolgenden Abschnitt.

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** haben gegenüber dem Vorjahr um 11,3 Millionen Euro auf 17,7 Millionen Euro zugelegt.

Noch deutlicher über dem Vorjahr bewegten sich mit 164,3 Millionen Euro die **Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen** (Vj.: 125,6 Millionen Euro). Dabei entfiel im Rahmen der Optimierung der Konzernrefinanzierung der weitaus größte Teil dieses Anstiegs auf die zusätzliche Anlage liquider Mittel von Tochtergesellschaften bei der Ströer SE & Co. KGaA.

Die **Sonstigen Verbindlichkeiten** bezifferten sich zum Stichtag auf 1,5 Millionen Euro und lagen damit um 4,7 Millionen Euro unter dem Wert des Vorjahres. Diese rückläufige Entwicklung war primär durch niedrigere Verbindlichkeiten aus Lohn- und Kirchensteuer bedingt.

### Liquiditätsanalyse

In Mio. EUR	2018	2017
Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit	92,7	91,3
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-93,1	-50,1
<b>Free Cash-Flow</b>	<b>-0,4</b>	<b>41,3</b>
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	-4,3	-38,2
<b>Mittelveränderung</b>	<b>-4,7</b>	<b>3,1</b>
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	0,2	4,9

Die Ströer SE & Co. KGaA konnte im Geschäftsjahr 2018 mit einem **Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit** in Höhe von 92,7 Millionen Euro gegenüber dem sehr guten Wert des Vorjahres nochmals leicht zulegen (Vj.: 91,3 Millionen Euro). Namentlich wurde der Cash-Flow insbesondere von den im Jahr 2018 erhaltenen Einzahlungen aus Ergebnisabführungen für das Jahr 2017 beflügelt, die im Saldo mit 173,0 Millionen Euro sichtlich höher ausgefallen sind als noch im Vorjahr (Vj.: 122,0 Millionen Euro). Gegenläufig wirkten sich jedoch vor allem die deutlich höheren Steuerauszahlungen im abgelaufenen Geschäftsjahr aus.

In puncto **Cash-Flow aus Investitionstätigkeit** war das Geschäftsjahr 2018 – wie schon im Jahr zuvor – von den Wachstumsinvestitionen im Bereich des Dialog Marketing gekennzeichnet. Dementsprechend entfiel auch der weitaus größte Teil der konzerninternen Netto-Darlehensauszahlungen auf diese Investitionen. Überdies hat die Ströer SE & Co. KGaA ihre Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände mit 13,2 Millionen Euro ebenfalls weiter ausgebaut (Vj.: 6,9 Millionen Euro). Alles in allem bewegte sich der Cash-Flow aus Investitionstätigkeit mit 93,1 Millionen Euro spürbar über dem Wert des Vorjahres (Vj.: 50,1 Millionen Euro).

Im Gegensatz zu den konzerninternen Darlehen werden Zahlungen im Rahmen des konzernweiten Cashpools im **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit** ausgewiesen. Da insgesamt der Bedarf der Tochtergesellschaften an liquiden Mitteln im Jahr 2018 zurückgegangen ist und gleichzeitig ein größerer Teil dieses Bedarfs über konzerninterne Darlehen (Cash-Flow aus Investitionstätigkeit) abgedeckt wurde, haben sich die Netto-Auszahlungen im Rahmen des konzernweiten Cashpools mit 11,1 Millionen Euro in nicht unerheblichem Maße rückläufig entwickelt (Vj.: 118,3 Millionen Euro). Zugelegt haben demgegenüber die Auszahlungen im Rahmen der Ausschüttung einer Dividende an die Aktionäre der Ströer SE & Co. KGaA, die mit 72,5 Millionen Euro um 11,7 Millionen Euro über dem Wert des Vorjahres lag (Vj.: 60,8 Millionen Euro). Bedingt durch den geringeren Bedarf an zusätzlichen liquiden Mitteln in der gesamten Gruppe sind auch die Netto-Kreditaufnahmen am Kapitalmarkt niedriger ausgefallen. Waren im Vorjahr noch 139,0 Millionen Euro aufgenommen worden, so bezifferten sich diese im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 73,8 Millionen Euro. Insgesamt summierten sich damit die Auszahlungen im Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit auf 4,3 Millionen Euro (Vj.: 38,2 Millionen Euro).

Die Position **Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten** lag zum Bilanzstichtag bei 0,2 Millionen Euro (Vj.: 4,9 Millionen Euro).

Das **Nettofinanzvermögen** der Ströer SE & Co. KGaA setzte sich zum Stichtag wie folgt zusammen:

In Mio. EUR	31.12.2018	31.12.2017
(1) Forderungen gegen verbundene Unternehmen	1.312,0	637,2
(2) Ausleihungen an verbundene Unternehmen	142,3	109,1
(3) Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	0,2	4,9
<b>(1)+(2)+(3) Summe Finanzvermögen</b>	<b>1.454,5</b>	<b>751,2</b>
(4) Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	560,0	496,2
(5) Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	164,3	125,6
<b>(4)+(5) Summe Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>724,3</b>	<b>621,8</b>
<b>(1)+(2)+(3)-(4)-(5) Nettofinanzvermögen</b>	<b>730,2</b>	<b>129,4</b>
<b>Eigenkapitalquote (in %)</b>	<b>64,4 %</b>	<b>54,7 %</b>

Zum 31. Dezember 2018 belief sich das Nettofinanzvermögen der Gesellschaft auf 730,2 Millionen Euro (Vj.: 129,4 Millionen Euro). Zurückzuführen ist dieser erhebliche Anstieg im Wesentlichen auf die außergewöhnlich hohen Ergebnisabführungen der Tochtergesellschaften.

Die Ströer SE & Co. KGaA ist als Holdinggesellschaft eng mit der Entwicklung der gesamten Ströer Gruppe verbunden. Aufgrund des positiven Nettofinanzvermögen, der komfortablen Eigenkapitalquote und der weiterhin sehr positiven Ergebnisse ihrer Tochtergesellschaften ist die Gesellschaft nach unserer Überzeugung ebenso wie die gesamte Gruppe für zukünftige Herausforderungen bestens aufgestellt.

### Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft

Die voraussichtliche Entwicklung der Ströer SE & Co. KGaA 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 2019 davon aus, dass die Tochtergesellschaften insgesamt noch höhere Ergebnisbeiträge erwirtschaften werden als im Jahr 2017 und die Ströer SE & Co. KGaA damit auch zukünftig Jahresergebnisse auf einem noch höheren Niveau als in 2017 erzielen wird. Das Jahr 2018 war demgegenüber aufgrund der oben beschriebenen konzerninternen Umstrukturierung ein Ausnahmejahr, das kein Maßstab für die weitere Ergebnisentwicklung ist.

## INFORMATIONEN ZUR AKTIE

Nach sechs Gewinnjahren in Folge zeigte sich der deutsche Aktienmarkt im Jahr 2018 sehr schwach. Nach den positiven Entwicklungen in den Vorjahren verzeichnete der DAX in 2018 mit  $-18,3$  Prozent (Vj.:  $+12,5$  Prozent) die schwächste Entwicklung seit Ausbruch der Finanzkrise im Jahr 2008. Der SDAX, in welchem die Aktie der Ströer SE & Co. KGaA im Zuge der Anpassung des Deutschen Leitindex seit dem 24. September 2018 notiert ist, sank um  $-20,0$  Prozent (Vj.:  $+24,9$  Prozent).

Der DAXsector All Media Index entwickelte sich vergleichbar und schloss zum Jahresende mit einem Minus von  $-23,7$  Prozent.

Vor dem Hintergrund der sich im Jahresverlauf eintrübenden Aktienmärkte und der zunehmenden Unsicherheit über die weiteren Konjunkturaussichten, war das Jahr 2018 für die Kursentwicklung der Aktie der Ströer SE & Co. KGaA vergleichsweise schwach. Nachdem das Papier im Dezember des vorangegangenen Geschäftsjahres mit einem Kurs von 61,60 EUR nahe des Allzeithochs schloss und am 21. Februar 2018 sogar ein neues Allzeithoch mit 66,40 Euro erreicht hatte, beendete die Aktie mit 42,18 EUR das Ende des Geschäftsjahres 2018 deutlich darunter.

### Die Ströer Aktie im Jahr 2018 im Vergleich (in Prozent)



Quelle: Bloomberg



## Ströer im Dialog mit dem Kapitalmarkt

Inbesondere in schwierigen Aktienmärkten ist eine aktive Kommunikation mit dem Kapitalmarkt von zentraler Bedeutung und steht im Mittelpunkt der Investor Relations Arbeit bei der Ströer SE & Co. KGaA. Es ist das Ziel der Investor Relations Arbeit, durch kontinuierlichen und persönlichen Kontakt mit privaten und institutionellen Investoren, Analysten sowie weiteren interessierten Kapitalmarktteilnehmern das Unternehmen zu präsentieren und die Strategie und die Potentiale zu erläutern. Daher hat Ströer bei Roadshows, Konferenzen und Meetings in unserer Konzernzentrale zeitnah über aktuelle Entwicklungen des Unternehmens informiert.

Dabei hat der Vorstand der Ströer Management SE an einer Vielzahl an Meetings persönlich teilgenommen und sich den Fragen der Kapitalmarktteilnehmer gestellt. Zur optimalen Steuerung unserer Investor Relations Aktivitäten werten wir kontinuierlich unsere Aktionärsstruktur aus und planen entsprechend unsere Roadshowaktivitäten. In diesem Berichtsjahr lag der Schwerpunkt wiederholt auf Frankfurt am Main, London, Paris und New York. Neben weiteren Finanzplätzen in Nordamerika haben wir in regelmäßigen Abständen alle wichtigen weiteren europäischen Kapitalmarktzentren besucht. Darüber hinaus hat der Vorstand der Ströer Management SE im abgelaufenen Geschäftsjahr bei einem Capital Markets Day in London detailliert über die Entwicklungen von Ströer informiert.

Weiteres zentrales Kommunikationsmittel ist unsere Website [www.stroeer.com](http://www.stroeer.com), → auf der wir zeitnah kapitalmarktrelevante Informationen und Dokumente zur Verfügung stellen.

## Ordentliche Hauptversammlung

Am 30. Mai 2018 fand die ordentliche Hauptversammlung der Ströer SE & Co. KGaA im Congress-Centrum der Koelnmesse mit rund 160 Anteilseignern, Gästen und Vertretern der Presse statt. Insgesamt waren rund 47 Millionen Stückaktien vertreten. Alle Beschlussvorschläge des Aufsichtsrats und des Vorstands wurden angenommen. Hierzu zählte auch die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 1,30 Euro pro dividendenberechtigter Stückaktie.

## Börsennotierung, Marktkapitalisierung und Handelsvolumen

Die Aktie der Ströer SE & Co. KGaA ist im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notiert und wird seit dem 24. September 2018 im SDAX gelistet. Auf Basis des Schlusskurses vom 28. Dezember 2018 beträgt die Marktkapitalisierung rund 2,37 Milliarden Euro. Das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen der Ströer Aktie auf Xetra lag 2018 bei gut 91.000 Stück.

## Analystenstudien

Die Ströer SE & Co. KGaA wird von 16 nationalen und internationalen Banken analysiert. Von den Einschätzungen zum Ende der zwölfmonatigen Berichtsperiode dieses Jahres lauten zwölf „Kaufen“ und vier „Halten“.

Die aktuellen Broker-Einschätzungen können unter [www.stroeer.com/investor-relations](http://www.stroeer.com/investor-relations) eingesehen und der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

Investment Bank	Empfehlung*
Bankhaus Lampe	Kaufen
Barclays	Kaufen
Citi	Kaufen
Commerzbank	Halten
Deutsche Bank	Kaufen
Goldman Sachs	Kaufen
Hauck & Aufhäuser	Kaufen
HSBC	Kaufen
J.P. Morgan	Kaufen
KeplerCheuvreux	Halten
LBBW	Kaufen
Liberum	Kaufen
MainFirst	Kaufen
Morgan Stanley	Halten
Oddo BHF	Halten
Warburg Research	Kaufen

\*Stand 09.01.2019

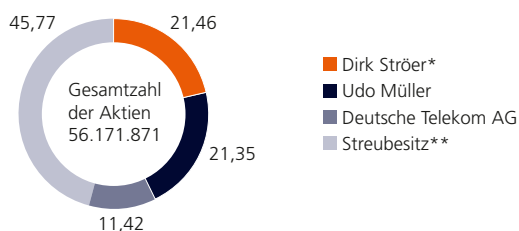
← Alle Informationen finden Sie auf der Homepage unter: [www.stroeer.com/investor-relations](http://www.stroeer.com/investor-relations)

## Aktionärsstruktur

Udo Müller, Gründer und Co-Vorsitzender des Vorstands, hält 21,35 Prozent, Dirk Ströer, Mitglied des Aufsichtsrats, hält 21,46 Prozent und Christian Schmalzl, Co-Vorsitzender des Vorstands, hält rund 0,05 Prozent der Aktien an der Ströer SE & Co. KGaA. Der Streubesitz beträgt rund 46 Prozent. Laut den der Gesellschaft vorliegenden Mitteilungen zum Stichtag 31. Dezember 2018 sind uns die folgenden Stimmrechtsanteile an der Ströer SE & Co. KGaA von über 3 Prozent bekannt: Deutsche Telekom AG 11,42 Prozent, Allianz Global Investors Europe 6,05 Prozent, Credit Suisse 3,47 Prozent.

## Aktionärsstruktur der Ströer SE & Co. KGaA

Stand 31.12.2018 in %



\* Beinhaltet Anteile die Dirk Ströer nach WpHG zuzurechnen sind.

\*\* Streubesitz, davon

Allianz Global Investors Europe <sup>1</sup>	6,05 %
Credit Suisse <sup>2</sup> , Schweiz	3,47 %
Christian Schmalzl	0,05 %

<sup>1</sup> Gemäß Stimmrechtsmitteilungen nach § 41 Abs. 4f WpHG

<sup>2</sup> Gemäß Stimmrechtsmitteilungen nach § 25 Abs. 1 WpHG

## Dividendenpolitik

Im abgelaufenen Berichtsjahr hat die Ströer SE & Co. KGaA eine 1,30-Euro-Dividende pro dividendenberechtigter Stückaktie ausgeschüttet. Die Ströer SE & Co. KGaA beabsichtigt, die Aktionäre weiterhin an einer erfolgreichen Gewinnentwicklung zu beteiligen.

## Kenndaten der Ströer SE & Co. KGaA Aktie

Grundkapital	56.171.871 EUR
Anzahl der Aktien	56.171.871
Gattung	Nennwertlose Inhaberstammaktien (anteiliger Betrag von 1,00 EUR je Aktie am Grundkapital)
Erstnotierung	15. Juli 2010
ISIN (International Securities Identification Number)	DE0007493991
WKN (Wertpapierkennnummer)	749399
Börsenkürzel	SAX
Tickersymbol Reuters	SAXG.DE
Tickersymbol Bloomberg	SAX/DE
Marktsegment	Prime Standard
Index	SDAX
Designated Sponsors	Oddo Seydler Bank AG
Jahresanfangskurs 2018*	61,25 EUR
Jahresendkurs 2018*	42,18 EUR
Höchstkurs 2018*	66,40 EUR
Tiefstkurs 2018*	41,60 EUR

\*XETRA-Kurs in EUR

## MITARBEITER

Der digitale Umbruch in der Medienbranche stellt hohe Anforderungen an die Kreativität und Innovationsfähigkeit unserer Mitarbeiter. Unser Anspruch ist, diese Veränderungen aktiv zu gestalten und dabei als Pioniere voranzugehen. Wir stellen gezielt Mitarbeiter ein, die Freude an den spannenden und vielseitigen Aufgaben haben und selbst daran wachsen wollen. In 2018 haben wir ein digitalisiertes Mitarbeiterempfehlungsprogramm aufgebaut, denn unsere Mitarbeiter wissen am besten, wer zu uns passt.

Durch neue Arbeitsformen und direkte Kommunikation schaffen wir ein Umfeld, in dem neue Ideen eingebracht und umgesetzt werden können. Mit dem Launch der digitalen Blended Learning Plattform „Jump'n'train“ haben wir die interne Weiterentwicklung auf die nächste Stufe gehoben. Dadurch sind wir in der Lage, Weiterbildung für alle Mitarbeiter jederzeit verfügbar, systematisch, themen- und interessenorientiert zu gestalten.

Ströer möchte ein attraktiver Arbeitgeber sein, mit dem sich die Mitarbeiter identifizieren und für den sie mit Freude tätig sind. Entsprechend großen Wert legen wir auf Arbeitgeberattraktivität, unter anderem durch eine nachhaltige Personalpolitik und flexible Arbeitszeitmodelle, aber auch durch Zusatzleistungen wie Betriebskindergarten und Firmenkantine in der Ströer-Zentrale.

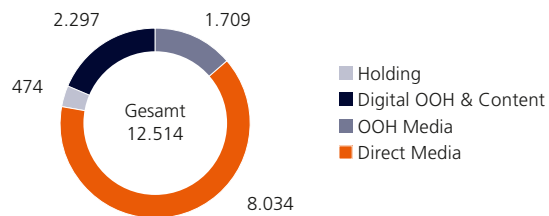
### Beschäftigungssituation

#### Mitarbeiterzahl

Der Ströer Konzern beschäftigte zum Jahresende 12.514 (Vj: 7.536) Mitarbeiter in Voll- und Teilzeitbeschäftigung. Der Anstieg von 4.978 Mitarbeitern verteilt sich über fast alle Segmente, insbesondere aber auf das Segment Direct Media. Der starke Mitarbeiterzuwachs ergibt sich durch den Erwerb der D+S 360 und der DV-COM-Gruppe in 2018, die in dem Segment Direct Media ausgewiesen werden. Im Bereich Out-of-Home ergibt sich eine steigende Tendenz durch den weiteren Aufbau unserer regionalen Vertriebsstruktur.

#### Mitarbeiter nach Unternehmensbereichen

Stichtag 31.12.2018



#### Betriebszugehörigkeit

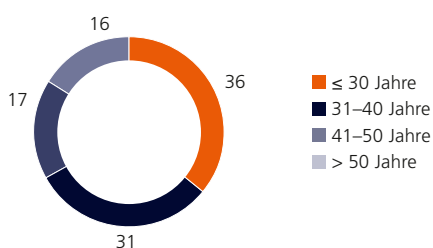
Zum Bilanzstichtag waren die Mitarbeiter im Schnitt 4,1 Jahre (Vj: 3,6 Jahre) im Ströer Konzern beschäftigt. Die Zunahme ist durch das Mitarbeiterwachstum im Segment Direct Media zu erklären, in welchem sich überwiegend Unternehmen befinden, die schon lange am Markt aktiv sind.

## Altersverteilung

Wir verfügen über eine ausgewogene Altersstruktur. Unser Bestreben ist es, junge Mitarbeiter durch gezielte Ausbildungsprogramme für unser Unternehmen zu begeistern und sie dadurch auch langfristig an uns zu binden. Kollegen, die auf eine umfassende berufliche Erfahrung zurückblicken, begleiten sie auf ihrem Weg. Dadurch verbinden wir auch zum Teil Generationen.

### Altersverteilung im Konzern

2018 in %

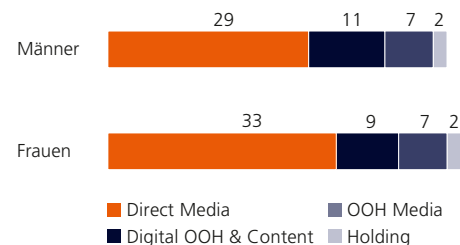


## Geschlechterverteilung

Wir hatten bereits ein sehr ausgewogenes Geschlechterverhältnis. Der Anteil weiblicher Beschäftigter ist im Jahresverlauf marginal angestiegen. Zum Jahresende waren zu 49 Prozent Männer und zu 51 Prozent Frauen in der Ströer Gruppe beschäftigt (Vorjahr: 52 Prozent Männer und 48 Prozent Frauen). Die ausgewogene Geschlechterverteilung ist nicht zuletzt das Resultat unserer attraktiven Arbeitszeitmodelle, die bspw. die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördern und die uns als modernes Unternehmen auszeichnen.

### Geschlechterverteilung der Mitarbeiter nach Unternehmensbereichen

2018 in %



→ Weitere Informationen zur Genderquote und zu den Zielgrößen bei Vorstand und den obersten beiden Führungsebenen finden Sie in der Erklärung zur Unternehmensführung unter: [www.stroer.com/investor-relations](http://www.stroer.com/investor-relations)

## Aus- und Weiterbildung

### Berufsausbildung und Studium

Ströer bildet bundesweit insgesamt 186 Nachwuchskräfte aus und hat damit die Anzahl auch 2018 wieder deutlich gesteigert. Neben der klassischen Berufsausbildung wurde auch das Ströer-Programm für duale Studienplätze ausgebaut, neben dem BA-Studium bieten wir seit 2018 auch ein Master-Studium in Kooperation mit der Steinbeiss-Hochschule an.

Natürlich bietet Ströer erfolgreichen BA-Studenten und Auszubildenden gute Chancen auf eine Übernahme an und hat auch im vergangenen Jahr viele junge Talente in verschiedensten Unternehmensbereichen übernommen.

### Weiterbildung und Qualifizierung

Ströer bietet seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Perspektiven, ihre beruflichen Ziele innerhalb des Ströer-Konzerns zu erreichen. In den letzten Jahren wurden unsere Trainee-Programme ausgeweitet, um Berufseinsteigern eine vielfältige Einarbeitung und Orientierung zu bieten. Ein Einstieg als Trainee ist jetzt in vier Bereichen möglich: General Management, HR, Finance und auch Sales.

Unser Talentprogramm hat sich bewährt. So haben wir im Jahr 2018 die 2. Runde des Programms „Jump 'n' Grow“ gestartet, unserem internen Programm zur gezielten Förderung ausgewählter Mitarbeiter. Dies umfasst Workshops, Trainings und Mitarbeit in gemeinsamen Projekten und für die Dauer des Programms eine gezielte Verknüpfung mit Mentoren aus der oberen Führungsebene.

## VERGÜTUNGSBERICHT

Der Vergütungsbericht erläutert die Struktur und die Höhe der Vergütungen der Vorstandsmitglieder des persönlich haftenden Gesellschafters der Ströer SE & Co. KGaA (der Ströer Management SE) und des Aufsichtsrats der Ströer SE & Co. KGaA (die „Gesellschaft“). Er berücksichtigt mit den, in der Entsprechenserklärung der Gesellschaft gemäß § 161 AktG vom 13. Dezember 2018 bezeichneten Ausnahmen, die gesetzlichen Vorgaben sowie die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex und ist Bestandteil des Konzernabschlusses.

### Vergütungen des Vorstands

Die Vergütung der Vorstandsmitglieder wird von der Gesellschaft in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat der Ströer Management SE festgelegt und regelmäßig überprüft. Gemäß den Vorschriften des Gesetzes zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung hat sich der Aufsichtsrat des persönlich haftenden Gesellschafters im Berichtsjahr hinsichtlich der notwendigen Entscheidungen zur Vorstandsvergütung beraten und entsprechende Beschlüsse gefasst.

Die Vergütung des Vorstands setzte sich auch im Geschäftsjahr 2018 aus den zwei wesentlichen Komponenten einer fixen Grundvergütung sowie einer variablen Vergütung, bestehend aus (i) einem jährlich auszuzahlenden kurzfristigen Vergütungselement (Short Term Incentive; „STI“) und einem langfristig ausgerichtetem Vergütungselement (Long Term Incentive; „LTI“) zusammen.

Die erfolgsunabhängige Grundvergütung besteht aus einem monetären Fixum und wird als monatlich gleichbleibendes Gehalt ausgezahlt. Außerdem gewährt die Gesellschaft Nebenleistungen (Sachbezüge), die von den einzelnen Vorstandsmitgliedern versteuert werden, sowie Aufwandsersatz für entstandene Kosten. Sollte sich die Lage der Gesellschaft in einem Maße verschlechtern, dass die Weitergewährung der Vorstandsvergütung unbillig wäre, ist die Gesellschaft im Übrigen berechtigt, die Vorstandsvergütungen auf ein angemessenes Maß herabzusetzen.

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 2018 orientierten sich an folgenden Kennzahlen bzw. Zielvorgaben: (i) Short Term Incentives (STI): Cash-Flow aus

operativer Geschäftstätigkeit und (ii) Long Term Incentives (LTI): Kapitalrendite, organisches Umsatzwachstum und Aktienkurs. Die LTI-Vergütungen umfassen einen Zeitraum von drei bzw. vier Jahren und übersteigen in ihrer Gewichtung die STI-Vergütungen.

### Kapitalrendite auf Basis adjusted EBIT/Capital Employed

Diese Vergütung hängt von der Kapitalverzinsung eines Zeitraums 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 343. Die Vergütung kann maximal den doppelten bzw. dreifachen 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 0,00 Euro, wenn die Benchmark entsprechend verfehlt wird.

### Organisches Umsatzwachstum

In einem Drei-Jahres-Zeitraum wird das durchschnittliche organische Umsatzwachstum der Gesellschaft verglichen mit dem durchschnittlichen Wachstum des Werbemarkts, gemessen an der Entwicklung des jeweiligen Bruttoinlandprodukts in den von der Gesellschaft bearbeiteten Märkten. Bei Zielerreichung von 100 Prozent beläuft sich der zugesagte Betrag auf TEUR 384. Liegt das durchschnittliche Umsatzwachstum der Gesellschaft in dem jeweiligen Drei-Jahres-Zeitraum über diesem Vergleichswert, kann die Vergütung maximal den doppelten bzw. dreifachen Wert annehmen. Umgekehrt sinkt die Vergütung prozentual bis auf einen Betrag von 0,00 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 für das Jahr 2018 zugesagte Betrag auf TEUR 283, was zum Stichtag einer Anzahl von 4.588 virtuellen Aktienoptionen mit jeweiligem Zeitwert von EUR 40,32 entspricht. Eine Kurssteigerung innerhalb des Vier-Jahres-Zeitraum erhöht im gleichen prozentualen Verhältnis die Vergütung dieses Gehaltsbestandteils bis auf maximal den doppelten bzw. dreifachen Betrag. Umgekehrt sinkt die Vergütung prozentual bis auf einen Betrag von 0,00 Euro, wenn der Referenzkurs entsprechend verfehlt wird. Nach Wahl des jeweiligen Vorstandsmitglieds kann die Vergütung auch in Aktien der Gesellschaft ausgezahlt werden.

### Aktienbasierte Vergütungen

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft hat den Mitgliedern des Vorstands in den Geschäftsjahren 2013, 2014, 2015, 2017 und 2018 Aktienoptionen im Rahmen von Aktienoptionsprogrammen 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 operative EBITDA des Konzerns geknüpft. Der durch die Ausübung der Aktienoptionsrechte erzielbare Gewinn des jeweiligen Optionsinhabers darf das Dreifache des jeweiligen Ausübungspreises nicht überschreiten.

Die Gesamtvergütung für das Geschäftsjahr 2018 (2017) ergibt sich aus der nachfolgenden Tabelle:

#### Für 2018 (2017) gewährte Zuwendungen

in EUR	2018				2017
	Summe	Udo Müller	Christian Schmalzl	Dr. Bernd Metzner	Summe
Festvergütung	2.520.000	1.300.000	700.000	520.000	2.520.000
Nebenleistungen	376.000	346.000	18.000	12.000	369.000
<b>Summe</b>	<b>2.896.000</b>	<b>1.646.000</b>	<b>718.000</b>	<b>532.000</b>	<b>2.889.000</b>
Abfindungen	0	0	0	0	0
<b>Einjährige variable Vergütung (Wert bei Zielerreichung von 100 %)</b>	<b>790.000</b>	<b>490.000</b>	<b>300.000</b>	<b>0</b>	<b>833.960</b>
Mehrfährige variable Vergütung (Wert nach Wahrscheinlichkeitsszenario)					
LTI „Kapitalrendite“ (3 Jahre)	860.200	520.200	340.000	0	775.908
LTI „Umsatzwachstum“ (3 Jahre)	961.400	581.400	380.000	0	867.190
LTI „Aktienkurs“ (4 Jahre)	282.800	142.800	140.000	0	496.182
LTI „Sonstige“	189.000	189.000	0	0	252.000
Aktienbasierte Bezugsrechte (5 Jahre)					
<b>Summe</b>	<b>2.293.400</b>	<b>1.433.400</b>	<b>860.000</b>	<b>0</b>	<b>2.391.280</b>
Versorgungsaufwand	0	0	0	0	0
<b>Gesamtvergütung</b>	<b>5.979.400</b>	<b>3.569.400</b>	<b>1.878.000</b>	<b>532.000</b>	<b>6.114.240</b>

## Für 2018 gewährte Zuwendungen

in EUR	2018				2018			
	Erreichbarer Minimalwert		Erreichbarer Maximalwert		Erreichbarer Minimalwert		Erreichbarer Maximalwert	
	Summe	Udo Müller	Christian Schmalzl	Dr. Bernd Metzner	Summe	Udo Müller	Christian Schmalzl	Dr. Bernd Metzner
Festvergütung	2.520.000	1.300.000	700.000	520.000	2.520.000	1.300.000	700.000	520.000
Nebenleistungen	369.000	346.000	12.000	11.000	369.000	346.000	12.000	11.000
<b>Summe</b>	<b>2.889.000</b>	<b>1.646.000</b>	<b>712.000</b>	<b>531.000</b>	<b>2.889.000</b>	<b>1.646.000</b>	<b>712.000</b>	<b>531.000</b>
Abfindungen	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Einjährige variable Vergütung (Wert bei Zielerreichung von 100 %)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>950.000</b>	<b>490.000</b>	<b>300.000</b>	<b>160.000</b>
Mehrfährige variable Vergütung (Wert nach Wahrscheinlichkeitsszenario)								
LTI „Kapitalrendite“ (3 Jahre)	0	0	0	0	860.200	520.200	340.000	0
LTI „Umsatzwachstum“ (3 Jahre)	0	0	0	0	961.400	581.400	380.000	0
LTI „Aktienkurs“ (4 Jahre)	0	0	0	0	708.400	428.400	280.000	0
LTI „Sonstige“	0	0	0	0	189.000	189.000	0	0
Aktienbasierte Bezugsrechte (5 Jahre)	0	0	0	0	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
<b>Summe</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2.719.000</b>	<b>1.719.000</b>	<b>1.000.000</b>	<b>0</b>
Versorgungsaufwand	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Gesamtvergütung</b>	<b>2.889.000</b>	<b>1.646.000</b>	<b>712.000</b>	<b>531.000</b>	<b>6.558.000</b>	<b>3.855.000</b>	<b>2.012.000</b>	<b>691.000</b>

Zu LTI „Sonstige“:

Die Vergütung von TEUR 189 (Vj.: TEUR 252) ist abhängig vom Verbleib im Unternehmen über einen Zeitraum von 4 Jahren. Bei frühzeitigem Ausscheiden ist die Vergütung insgesamt zurück zu zahlen.

Zu „Aktienbasierte Bezugsrechte“:

2017: 239.190 Optionen;  
11,20 Euro gewichteter Wert je Option  
2018: 199.460 Optionen;  
9,43 Euro gewichteter Wert je Option

## Leistungen an den Vorstand bei Tätigkeitsbeendigung

### Zusagen an den Vorstand für den Fall der regulären Tätigkeitsbeendigung

Es bestehen keine Versorgungszusagen bzw. anderweitige Altersversorgungen. Für die Vorstandsmitglieder ist geregelt, dass im Falle einer Nichtverlängerung des Anstellungsvertrags die Festvergütung pro rata temporis für weitere vier Monate als Abfindung zu zahlen ist.

### Nachvertragliches Wettbewerbsverbot

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

## Bezüge des Aufsichtsrats

Die Bezüge des Aufsichtsrats der Ströer SE & Co. KGaA werden gemäß § 15 der Satzung der Gesellschaft von der Hauptversammlung mit Zustimmung der persönlich haftenden Gesellschafterin bewilligt. Hiernach erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats der Ströer SE & Co. KGaA ein Sitzungsgeld in Höhe von 200,00 Euro pro Sitzung sowie Auslagenerstattungen.

Die Bezüge der Mitglieder des Aufsichtsrats der persönlich haftenden Gesellschafterin, der Ströer Management SE, werden gemäß § 14 der Satzung von der Hauptversammlung der Ströer Management SE bewilligt. Die Mitglieder des Aufsichtsrats der persönlich haftenden Gesellschafterin erhalten eine feste, erfolgsunabhängige Vergütung sowie Sitzungsgelder und Auslagenerstattungen. Die Vergütung des Aufsichtsrats der Ströer Management SE wurde gemäß § 9 der Satzung der Ströer SE & Co. KGaA an die Ströer SE & Co. KGaA weiterbelastet.

Die Gesamtvergütungen (ohne etwaige Umsatzsteuer) für das Jahr 2018 des Aufsichtsrats der Ströer SE & Co. KGaA inklusive der von der Ströer Management SE an die Ströer SE & Co. KGaA vorgenommenen Weiterbelastungen betragen in Euro:

in EUR	Feste Vergütung	Sitzungsgeld	Gesamt
Christoph Vilanek	74.200,00	800,00	75.000,00
Ulrich Voigt	50.000,00	800,00	50.800,00
Dirk Ströer	50.000,00	800,00	50.800,00
Martin Diederichs	32.000,00	400,00	32.400,00
Vicente Vento Bosch	31.500,00	600,00	32.100,00
Dr. Raphael Kübler	25.750,00	0,00	25.750,00
Michael Hagspihl (in 2018 ausgeschieden)	7.500,00	0,00	7.500,00
Julia Flemmerer	0,00	200,00	200,00
Anette Bronder	0,00	800,00	800,00
Tobias Meuser	0,00	800,00	800,00
Dr. Thomas Müller	0,00	800,00	800,00
Christian Sardiña Gellesch	0,00	600,00	600,00
Michael Noth	0,00	400,00	400,00
Sabine Hüttinger	0,00	800,00	800,00
Rachel Marquardt	0,00	800,00	800,00
Andreas Huster	0,00	400,00	400,00
Nadine Reichel	0,00	400,00	400,00
Petra Sontheimer	0,00	400,00	400,00
<b>Summe</b>	<b>270.950,00</b>	<b>9.800,00</b>	<b>280.750,00</b>



## CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

### Gesamtbeurteilung der Chancen- und Risikolage durch den Vorstand

Das Risikomanagementsystem der Ströer Gruppe bildet die Grundlage für die umfassende Risikoeinschätzung des Vorstands. Im Vordergrund unserer Risikostrategie steht nicht die strikte Vermeidung von Risiken. Vielmehr geht es uns darum sicherzustellen, dass unsere unternehmerischen Entscheidungen auf wohl informierten Abwägungen von Chancen und Risiken beruhen. Gleichzeitig gilt es, solche Risiken rechtzeitig zu identifizieren, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten, um hier umgehend Maßnahmen zur Vermeidung oder Begrenzung von Risiken einleiten zu können. Grundsätzlich erwarten wir von jedem Mitarbeiter einen verantwortungsbewussten Umgang mit Risiken.

Nach unserer Einschätzung sind die derzeit identifizierten und im Folgenden beschriebenen Risiken zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts beherrschbar. Im Einzelnen sind keine bestandsgefährdenden Risiken zu erkennen. Zugleich sind wir überzeugt, dass Ströer strategisch und finanziell gut aufgestellt ist, um die sich bietenden Chancen im Wettbewerb nutzen zu können. Trotz einiger Unsicherheiten der volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen in den Märkten, in denen wir aktiv sind, werden sich nach Erwartungen des Vorstands der Ströer Management SE die Marktbedingungen im laufenden Geschäftsjahr 2019 insgesamt stabil zeigen. Bei Eintreten eines schlechteren Szenarios kann die Ströer Gruppe zeitnah reagieren und, wie schon in der Vergangenheit gezeigt, von internen Maßnahmen zur notwendigen Anpassung der Investitions- und Kostenbudgets Gebrauch machen.

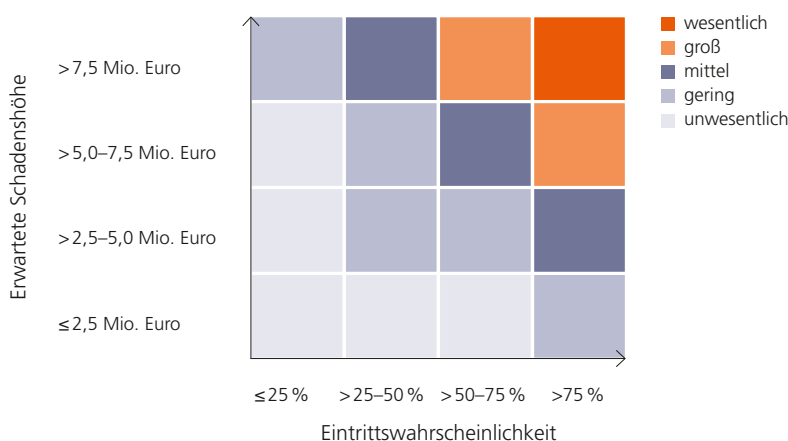
### Chancen- und Risikomanagementsystem

Unser Vorstand trägt die Verantwortung für das Chancen- und Risikomanagement, das integraler Bestandteil der Unternehmensführung ist. In Abhängigkeit von den Zielen und Strategien der einzelnen Segmente ist für das Chancenmanagement das operative Management in den jeweiligen Geschäftsbereichen in enger Abstimmung mit den Zentralbereichen und dem Vorstand 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.

Der Chancen- und Risikobericht beinhaltet die Identifikation, Bewertung, Steuerung und Überwachung von Kernrisiken. Zu diesen Risiken zählen alle Sachverhalte, die eine signifikante Bedrohung unserer Geschäftsentwicklung darstellen und eine materielle Auswirkung auf unsere Ergebnis- oder Liquiditätssituation haben können. Sie lassen sich anhand ihres Schadenserwartungswerts einzelnen Risikoklassen zuordnen (wesentlich, groß, mittel, gering, unwesentlich), an die wiederum verschiedene Vorgaben zur Risikosteuerung geknüpft sind. Der Schadenserwartungswert wird im Rahmen eines Regelprozesses gruppenweit einheitlich nach den Dimensionen „Erwartete Schadenshöhe auf Ertrag (EBITDA) und/oder Cash-Flow“ sowie „Eintrittswahrscheinlichkeit“ bewertet. Die nachfolgende Abbildung zeigt die Skalen dieser beiden Dimensionen (erwartete Schadenshöhe und Eintrittswahrscheinlichkeit) sowie die daraus abgeleitete Risikomatrix.

### Risikomatrix



Entsprechend der Kombination aus erwarteter Schadenshöhe und Eintrittswahrscheinlichkeit wird der Schadenserwartungswert (SEW) des Risikos als wesentlich, groß, mittel, gering oder unwesentlich klassifiziert.

Für jeden Geschäftsbereich gibt es jeweils einen Risikoverantwortlichen, der die Risikosituation seines Bereichs dezentral steuert und an das Group Risk Management berichtet. Innerhalb der Geschäftsbereiche gibt es Verantwortliche (Risk Owner) für die verschiedenen Risikobereiche, die an den jeweiligen Risikoverantwortlichen des Geschäftsbereichs berichten.

Um eine enge Verzahnung mit operativen und finanzwirtschaftlichen Fragestellungen sicherzustellen, ist das Group Risk Management im Zentralbereich Controlling angesiedelt. Es besitzt die Methoden- und Systemkompetenz. Es stellt die Funktionsfähigkeit und Effizienz des Risikofrüherkennungssystems sicher und informiert turnusmäßig den Vorstand der Ströer Management SE und den Aufsichtsrat der Ströer SE & Co. KGaA über die aktuellen Risiken des Konzerns. Der regelmäßig 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 Risikoprofile im Zeitablauf. Bei unerwarteten Risiken, die außerhalb der Termine des Regelprozesses identifiziert werden und die spezifische Wesentlichkeitsgrenzen überschreiten, ist jeder Risikoverantwortliche zur Ad-hoc-Berichterstattung verpflichtet.

Das Risikomanagement wird in regelmäßigen Abständen auf Effektivität überprüft und gegebenenfalls verbessert. 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 der Abschlussprüfer 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 vollkonsolidierten 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, kommuniziert und implementiert.

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,
- Überwachung der Rechnungslegungsprozesse auf Ebene des Konzerns sowie auf Ebene der vollkonsolidierten Gesellschaften,
- präventive Kontrollmaßnahmen im Finanz- und Rechnungswesen des Konzerns und der im Konzernabschluss vollkonsolidierten Gesellschaften,
- Maßnahmen, die die ordnungsgemäße, EDV-gestützte Verarbeitung von konzernrechnungslegungsbezogenen Sachverhalten und Daten sicherstellen und
- festgelegte Kommunikationswege, um zeitnah und vollständig Prozess- und Kontrollveränderungen zu übermitteln.

Daneben befassen wir uns auch mit der Überwachung der Wirksamkeit des Internen Kontrollsystems, das über die Finanzberichterstattung hinausgeht.

## Internes Revisionssystem

Die Interne Revision ist ein Instrument des Vorstands des Ströer Management SE und des Aufsichtsrats der Ströer SE & Co. KGaA und unterstützt diese Gremien als Teil der Corporate Governance in ihrer Führungs- und Aufsichtsfunktion. Dazu führt sie in ausgewählten Beteiligungsgesellschaften und Unternehmensbereichen Prüfungen durch. Hierzu können folgende Themenschwerpunkte zählen:

- Prüfung der Finanz- und Vermögenslage, der Zuverlässigkeit des Rechnungswesens und daraus abgeleiteter Informationen sowie der Einhaltung der internen Bilanzierungsrichtlinien (Financial Auditing),
- Prüfung der Qualität, Sicherheit, Ordnungsmäßigkeit, Wirtschaftlichkeit und Funktionalität der Strukturen, Prozesse und Systeme inklusive der IT-Systeme sowie des Internen Kontrollsystems (Operational Auditing) und
- Einhaltung von Gesetzen, Verordnungen, Richtlinien, Verfahren und Verträgen (Compliance, Ordnungsmäßigkeit).

Auf Basis eines detaillierten, risikoorientierten Prüfplans wurde im Rahmen mehrerer interner Revisionsprojekte im Berichtsjahr die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems unterstützt. Die Ergebnisse dieser Prüfungen wurden unterjährig dem Vorstand der Ströer Management SE und dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats der Ströer SE & Co. KGaA berichtet. Ein umfassender Jahresbericht der Arbeit der Internen Revision sowie der Inhalte der Prüfungen und ihrer Ergebnisse wurde dem Aufsichtsrat vorgelegt. Die möglichen, sich aus Revisionsprüfungen ergebenden Verbesserungsmaßnahmen wurden bzw. werden systematisch nachverfolgt.

## Risikosituation

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. Gemäß der oben erwähnten Bewertung nach erwarteter Schadenshöhe in Bezug auf das erwartete EBITDA und/oder den Cash-Flow sowie die Eintrittswahrscheinlichkeit wird für die folgenden Risiken die entsprechende Klassifizierung des Schadenserwartungswerts des Risikos angegeben (z. B. „SEW: mittel“).

## Marktrisiken (SEW: gering)

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

In unserem regionalen Kernmarkt Deutschland gehen wir insgesamt von einer stabilen Konjunktorentwicklung aus, sehen aber leicht erhöhte Makro-Unsicherheiten, die sich u. a. aus drohenden Welthandelsstreitigkeiten, dem Brexit oder aus Finanzkrisen einzelner Mitgliedsstaaten des Euro-Raums ergeben können.

Eine Verbesserung unserer Risikoposition in Bezug auf Marktrisiken hat sich im Berichtsjahr hingegen aus dem Verkauf unserer türkischen Außenwerbeaktivitäten ergeben, da wir nur noch begrenzt von den anhaltenden innen- und außenpolitischen Unsicherheiten der Türkei beeinflusst werden.

Im Beschaffungsbereich könnten sich signifikante Planabweichungen vor allem durch den Verlust von Werbe-rechtskonzessionen in der Außenwerbung oder durch den Verlust großer Publisher-Verträge im Digitalbereich ergeben. Von Nachteil wäre auch eine Verzögerung der Genehmigungsprozesse, ein Kostenanstieg zur Erlangung notwendiger Baugenehmigungen oder eine Ablehnung attraktiver Standorte durch die Genehmigungsbehörden. Im Bereich der Online-Medien besteht grundsätzlich das Risiko, dass die im Portfolio befindlichen Webseiten – u. a. 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. Diese Gefahren sehen wir aber als ganz normale Geschäftsrisiken an, die durch unser im Außenwerbe- wie auch im Digitalgeschäft sehr breit aufgestelltes Portfolio begrenzt sind.

Besondere Beschaffungsrisiken, insbesondere in der Außenwerbung, können sich zudem aufgrund möglicher Preiserhöhungen bei Vorprodukten und Energie oder aufgrund von Preisvolatilitäten ergeben. Denkbar wären auch Ausfälle von Lieferanten mit Schlüsselfunktion oder Qualitätsprobleme bei Zulieferprodukten. Um das Risiko zu begrenzen, setzen wir auf eine produktübergreifende Standardisierung der Komponenten und auf eine Mehrquellenbeschaffungsstrategie.

Hinsichtlich der Vermarktung könnten sich Planabweichungen in den einzelnen Segmenten ergeben: 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. In diesem Zusammenhang werten wir regelmäßig unsere Vertriebsaktivitäten aus und treffen entsprechende Maßnahmen, um dem bestehenden Rabattdruck entgegenzuwirken.

Im Bereich Dialog Marketing werden die Umsätze zumeist mit nationalen Großkunden erzielt. Ein sich änderndes Nachfrageverhalten einzelner Großkunden kann hier grundsätzlich auch zu kurzfristigen Erlösrisiken führen.

Nach der Etablierung (a) Content-basierter Geschäftsmodelle – mit Deutschlands reichweitenstärkstem Online-Portal „t-online.de“ als Herzstück –, (b) transaktionaler Geschäftsmodelle sowie (c) dem im abgelaufenen Geschäftsjahr ausgebauten Bereich des Dialog Marketing hat die Ströer Gruppe ihre Erlösströme erfolgreich diversifizieren können. Dabei ist es gelungen, die insgesamt werbedominierten Erlösströme hin zu anderen transaktionalen sowie direktvertriebsorientierten Erlösarten zu erweitern. Hierdurch werden generelle Marktrisiken in der Werbevermarktung abgemildert.

Ein anhaltender Trend im Internet-Surfverhalten der Nutzer, weg von stationären Computern hin zu mobilen Endgeräten, stellt insbesondere den Bereich der Online Display-Werbevermarktung sowie den Bereich der Content-basierten Erlösmodelle vor Herausforderungen. Diesem Risiko begegnen wir u. a. mit einem Ausbau unserer mobilen Vermarktungsaktivitäten.

Generell stellt die vermehrte Nutzung von Ad Blockern ein anhaltendes Risiko für die Online-Werbevermarktung dar. Für unsere Online-Vermarktungsaktivitäten wirken wir dem Risiko mit verschiedenen Maßnahmen entgegen. Dabei setzen wir zum einen auf Technologien, Ad-Blocker zu umgehen. Zum anderen ist unser Webseitenportfolio u. a. aufgrund der Nutzerstrukturen unterdurchschnittlich stark von Ad-Blocking-Technologien betroffen. Außerdem bieten wir vermehrt Produkte im Bereich Native Ads an, die nicht von Ad-Blockern betroffen sind.

### **Politische und regulatorische Risiken (SEW: gering)**

Die anhaltende Diskussion zu datenschutzrechtlichen Themen in Politik und Gesellschaft stellt ein Risiko für diejenigen unserer Geschäftsaktivitäten dar, in denen gerade die Verarbeitung von Daten ein zentrales Element

ist. Unsicherheit besteht hier insbesondere in den Folgen der im Mai 2018 in Kraft getretenen EU-Datenschutzgrundverordnung sowie deren weiterer Konkretisierung der darin enthaltenen rechtlichen Vorgaben in der Praxis. Auch die geplante „ePrivacy“ Verordnung der EU, die sich mit dem Datenschutz im Bereich des online-Marketing beschäftigen wird, bringt zusätzliche Unsicherheiten. Die genaue Regelung bestimmter Aspekte des Datenschutzes in den jeweiligen Verordnungen, die für Teile unseres Geschäfts relevant sein könnten, z. B. für das Setzen von Cookies oder ähnlicher Technologien ist noch unklar bzw. ist noch nicht final definiert worden. Im Prognosejahr rechnen wir hier mit keinen Effekten auf die Geschäftslage. Auch wenn von derartigen gesetzlichen Neuregelungen nur einzelne Geschäftsmodelle in unserem Portfolio betroffen sind und große Datenmengen hauptsächlich anonymisiert genutzt werden, beschäftigen wir uns fortlaufend intensiv mit dem Thema. Unter anderem haben wir ein einheitliches Konzern-Datenschutzkonzept implementiert. Da neue Gesetze nach Inkrafttreten immer einer gewissen Interpretation bedürfen, wie diese in der Praxis umzusetzen sind, streben wir eine stetige Weiterentwicklung unseres Datenschutzprozesses hin zu einem Best-Practice-Ansatz innerhalb des Branchenumfeldes an.

Darüber hinaus besteht ein Risiko einer in den letzten Jahren wiederholt in der politischen Diskussion geforderten Ausweitung von Werbeverböten, insbesondere im Bereich der Tabakwerbung. Diesem Risiko begegnen wir mit verschiedenen Kommunikationsmaßnahmen. Wir gehen nicht von einem Inkrafttreten eines solchen Verbots im Prognosezeitraum aus. Durch eine deutlich gesunkene Abhängigkeit von einzelnen Werbekunden und -branchen hat die relative Bedeutung dieses Sachverhalts ohnehin stark abgenommen.

### **Prozessrisiken (SEW: gering)**

Unsere Unternehmensabläufe sowie unsere Kommunikation basieren in hohem Maße auf Informationstechnologien. Folglich ist die IT-Sicherheit ein kritischer Faktor, der in Bezug auf Datenintegrität, Informationsvertraulichkeit, Authentizität und Verfügbarkeit berücksichtigt werden muss. Eine Störung oder gar ein Ausfall einzelner oder gar mehrerer Systeme könnte zu einem Datenverlust und einer Beeinträchtigung der IT-gestützten Geschäftsprozesse führen. Diese Prozesse unterliegen kontinuierlichen Nachbesserungsmaßnahmen, welche die oben genannten Risiken reduzieren sollen.

Grundsätzlich sind auch Störungen im Hinblick auf die ordnungsgemäße Arbeitsweise bei der Angebotserstellung, Auftragsabwicklung sowie das Reklamations- und Forderungsmanagements nicht auszuschließen.

Im Betriebsprozess liegt unser Augenmerk insbesondere auf möglichen Qualitätsrisiken, die mit der Sicherstellung einer hochwertigen Beschaffenheit und Bewirtschaftung unserer Werbeträger in der Außenwerbung sowie störungsfreier Ausspielungen von Werbung im Digitalbereich zusammenhängen. Bei einigen wenigen Geschäftsmodellen im Ströer Konzern, deren Erlösströme auch von Suchmaschinen im Internet beeinflusst werden, bestehen generelle Risiken, die sich aus Änderungen der Algorithmen der Suchmaschinenbetreiber ergeben.

#### **Mitarbeiterisiken (SEW: gering)**

Ein 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 Stellvertretungsregelungen, entgegen. Unser Profil als innovatives und attraktives Medienunternehmen konnten wir außerdem durch den massiven Ausbau digitaler Geschäftsmodelle weiter stärken.

Mitarbeiterisiken haben sich für Ströer durch unseren Einstieg in den Bereich des Dialog-Marketings im Berichtsjahr verstärkt. Gerade in diesem personalintensiven Geschäftsfeld kommt der Mitarbeitergewinnung und -bindung eine besondere Rolle zu.

#### **Finanzrisiken (SEW: gering)**

Aus der aktuellen Verschuldung resultiert für Ströer ein generelles Finanzierungsrisiko, dessen Tragweite von der Einhaltung der in den Kreditverträgen mit dem Bankenkonsortium vereinbarten Covenants sowie Informations- und Genehmigungspflichten abhängt. Dieses Risiko ist aber aufgrund der zu Ende des Berichtsjahres sehr soliden Finanzmittelausstattung und durch eine starke operative Cash-Generierung derzeit sehr gering.

Ströer entstehen überdies währungsbedingte Risiken. So besteht ein Translationsrisiko, das sich aus der Umrechnung der in Fremdwährung aufgestellten Abschlüsse ausländischer Tochtergesellschaften ergibt. Die relative Bedeutung der in Fremdwährung aufgestellten Abschlüsse am Konzernabschluss ist im Berichtszeitraum aber zurückgegangen. Transaktionsbedingte Währungsrisiken sind für die Ströer Gruppe ohnehin unbedeutend.

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

Ein Beteiligungsrisiko resultiert grundsätzlich in Zukunft aus Verlusten von Tochtergesellschaften und sonstigen Beteiligungsunternehmen, die sich auf die Ertragslage und Liquidität der Ströer Gruppe auswirken könnten. Es ist nicht auszuschließen, dass es auch zukünftig zu Berichtigungen von Firmenwerten kommt, sollte die Geschäftsentwicklung einzelner Gesellschaften bzw. Cash Generating Units (CGUs) 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 sie bisherige Verfahren angreifen. Wir vermindern dieses Risiko durch einen ständigen Austausch mit internen und externen Steuerspezialisten.

#### **Sonstige Risiken (SEW: unwesentlich)**

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 sachgerecht agieren zu können.

Zahlreiche Unternehmenskäufe in allen unseren Segmenten in den vergangenen Jahren beinhalten naturgemäß Risiken, die z. B. aus Kundenabwanderungen, aus ungewollter Mitarbeiterfluktuation, aus einem erhöhten Working-Capital-Bedarf oder aus Steuer- und Compliance-Sachverhalten herrühren können. 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. Insbesondere kartell- und kapitalmarktrechtliche Regelungen, Regelungen eines integren Geschäftsverkehrs sowie Datenschutzregelungen werden von unserer Rechtsabteilung ständig auf ihre Einhaltung überwacht. Darüber hinaus vermindern wir

unsere Rechtsrisiken durch gezielte Einbindung von externen Wirtschaftsexperten und Rechtsanwälten. Grundsätzlich können aus laufenden oder zukünftigen Rechtsstreitigkeiten aber Prozessrisiken entstehen, die letztlich von vorgenommenen Risikoeinschätzungen und damit verbundenen Rückstellungen abweichen.

### Chancensituation

Gesamtwirtschaftliche Chancen ergeben sich aus einer Erhöhung des Nettowerbevolumens insbesondere in unserem Kernmarkt Deutschland, 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/oder Online-Werbung bzw. auf das Dialog Marketing verlagern. Ebenso kann sich eine verbesserte gesamtwirtschaftliche Entwicklung positiv auf die Umsätze unserer transaktionalen Geschäftsaktivitäten auswirken.

Der Strukturwandel in der Werbeindustrie, der sich insbesondere in einem veränderten Medienkonsum und in der fortschreitenden Digitalisierung der Medienangebote niederschlägt, kann im Geschäftsjahr 2019 die Abwanderung des Anzeigengeschäfts in Printmedien hin zu digitalen Medien weiter beschleunigen. In diesem Zusammenhang kann auch die Nachfrage nach Multi-Screen-Lösungen (Public Video, Road Side Screens, Desktop, Tablet, Mobile), wie sie in dieser Kombination auch nur von der Ströer Gruppe angeboten werden, über unsere Planungen hinaussteigen. Chancen ergeben sich auch aus der programmatischen Anbindung unserer digitalen Außenwerbeträger, also durch den im Berichtsjahr erfolgreich implementierten vollautomatisierten Echtzeit-Ein- und Verkauf von Werbeflächen im Bereich Public Video. Insgesamt sind wir durch unsere Angebote in der Außenwerbung, im Online-Bereich und im Dialog Marketing sehr gut aufgestellt, um unseren Kunden vor dem Hintergrund der anhaltenden Megatrends Digitalisierung, Urbanisierung und steigender Mobilität der Bevölkerung sowie vor dem Hintergrund eines sich ändernden Nutzungsverhaltens im Medienkonsum ein optimales Angebot bieten zu können. Hieraus ergeben sich Chancen von stärkeren Marktanteilszuwächsen im intermediären Wettbewerb, als bislang in unseren Planungen erwartet. Die anhaltende Digitalisierung unserer Außenwerbeträger verstärkt diese Möglichkeiten zusätzlich.

Wichtiger Erfolgsfaktor für die Nutzung der sich bietenden Chancen im Bereich der Werbevermarktung ist die Qualität des Portfolios an analogen und digitalen

Werbeträgern. Aus der engen Partnerschaft mit Städten und mit Betreibern von Bahnhöfen im Bereich der Außenwerbung sowie mit Publishern im Online-Segment können unter Umständen national wie international zusätzliche Potenziale ausgeschöpft werden.

Strategische Chancen ergeben sich überdies aus weiteren Akquisitionen, mit denen wir gezielt unsere Positionen in unseren Kernmärkten und -geschäftsbereichen ausbauen bzw. gezielt unser Produktangebot auf die Nachfragen unserer Kunden ausrichten.

Durch die fortlaufende Optimierung des Online-Inventars sowie durch eine weitere Verbesserung der Technologieposition können sich positive Größen- und Synergieeffekte ergeben, die in der Basisplanung noch nicht berücksichtigt sind. 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. Eine verbesserte Positionierung und Reichweite im Medienmarkt erlaubt es uns dann auch, unsere transaktionalen Geschäftsmodelle besser als bislang prognostiziert zu vermarkten.

Aus den unvermindert hohen Integrationsanstrengungen bei unseren zahlreichen Akquisitionen der letzten Jahre können sich bislang noch nicht geplante Synergien im Umsatz- wie im Kostenbereich ergeben. Auch der verstärkte Austausch von technologischem und vertrieblischem Know-how zwischen den neu erworbenen Einheiten sowie zwischen den neu hinzugekommenen Einheiten und dem Basisgeschäft bieten zusätzliche Umsatz- und Synergie-Chancen.

Gute Wachstumsmöglichkeiten erwarten wir darüber hinaus aus unserem im Berichtszeitraum weiter verstärkten regionalen Vertriebsauftritt. Hier könnten sich in einem stärker als bislang erwarteten Ausmaß Synergien zwischen digitalen und analogen Angeboten ergeben.

Vertriebliche Synergiepotenziale bieten sich auch im Bereich des Dialog Marketing mit Hilfe der in der jüngeren Vergangenheit neu erworbenen Unternehmen. In kürzester Zeit konnte Ströer in diesem Bereich zu einem der führenden deutschen Anbieter aufsteigen. Auch können die Vertriebskräfte in diesem Bereich zukünftig gezielt eingesetzt werden, um unsere Medienprodukte und transaktionalen Geschäfte bei neuen Kundengruppen zu platzieren.

## PROGNOSEBERICHT<sup>1</sup>

### Gesamtaussage des Vorstands zur erwarteten Konzernentwicklung in 2019

Strukturelle Veränderungen werden den Medienmarkt auch in 2019 prägen. Dabei sind die zunehmende Nutzung und Personalisierung mobiler Endgeräte und der Ausbau der Netze die wesentlichen Einflussfaktoren auf das Medienkonsumverhalten der Menschen. Medieninhalte sind immer und überall auf allen Geräten verfügbar und lineare Mediennutzung verliert zunehmend an Bedeutung. Außenwerbung dagegen ist immer da, kann nicht weggeklickt werden und kennt keine Fake News und schlechten Content. Von Ströer vermarktete Websites basieren in aller Regel auf redaktionell aufbereiteten Inhalten und sind für die Bedürfnisse ihrer Zielgruppen zeitgemäß und damit relevant. Die Dialogangebote der Ströer Gruppe basieren auf direkter Ansprache. Somit sind die Angebote des Ströer Konzerns gut für die zunehmenden Veränderungen im Mediakonsum aufgestellt.

Mit eigenen Ad-Servern ist Ströer in der Lage, zentral Bild-Inhalte auf Online-Desktops, Mobile- und Public Video Screens anzusteuern. Die Angebote sind in allen gängigen Nachfrageplattformen (DSP, Demand Side Plattform) verfügbar. Als größter non-TV-Vermarkter hat Ströer damit eine sehr starke Positionierung bei seinen Werbekunden. Neben der verstärkten regionalen Vermarktung unseres Out-of-Home- und Digital-Inventars, sehen wir vor allem in der Integration und einem gezielten Ausbau unserer Dialog-Marketingaktivitäten weiterhin große Wachstumschancen.

Auch im Jahr 2019 wird die lokale und regionale Vertriebsorganisation in Deutschland weiter ausgebaut und intensiv daran gearbeitet, das vermarktbarbare Inventar in allen Wachstumsfeldern zu sichern und selektiv zu verstärken. Darüber hinaus wird die Integration der in den letzten zwei Jahren erworbenen Dialog-Gruppe weiter vorangetrieben.

Für die Steuerung des Ströer Konzerns sind das organische Umsatzwachstum und das Operational EBITDA die Hauptkennzahlen. Für das Geschäftsjahr 2019 erwartet der Vorstand für die gesamte Ströer Gruppe ein organisches Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich. Das Operational EBITDA sollte ebenfalls im mittleren einstelligen Prozentbereich steigen.

Daneben geht der Vorstand für das bereinigte Konzernergebnis von einer vergleichbaren Entwicklung zum Operational EBITDA aus. Der dynamische Verschuldungsgrad (Nettoverschuldung zu Operational EBITDA) unter Vorbehalt von M&A-Transaktionen sollte auf einem vergleichbaren

Niveau wie im Vorjahr bleiben. Für die Entwicklung des Free Cash-Flow (unter Berücksichtigung der IFRS 16-relevanten Tilgungszahlungen) erwartet der Vorstand eine Entwicklung analog zum Operational EBITDA. Die Kapitalrendite (ROCE) sollte das Niveau des Vorjahres (Geschäftsjahr 2018: 19 Prozent) erreichen.

### Zukunftsgerichtete Aussagen

Die zukunftsgerichteten Aussagen zur künftigen Geschäftsentwicklung berücksichtigen nur die zum Zeitpunkt der Bilanzaufstellung bekannten wesentlichen Umstände, die unsere Aktivitäten im Jahr 2019 beeinflussen können. Dabei kann die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Ströer Gruppe insbesondere von der konjunkturellen Entwicklung in unseren Märkten sowie von der jeweiligen Entwicklung der Werbemärkte beeinflusst werden. Daneben hat auch der Marktanteil der Digital- bzw. Out-of-Home-Medien am Gesamtwerbemarkt Einfluss auf die Umsatzentwicklung. Die direkte Ableitung einer Umsatzprognose aus diesen gesamtwirtschaftlichen oder branchenspezifischen Parametern ist indes nicht möglich, da die Korrelation der genannten Parameter mit dem Umsatz in einzelnen Jahren sehr unterschiedlich sein kann. Daneben kann aufgrund von unterjährigen Änderungen der Rahmenbedingungen die tatsächliche Entwicklung der Umsatz- und Ertragslage von der prognostizierten Entwicklung wesentlich abweichen.

Seit Jahren ist die Buchungsvergabe der Werbekunden über unsere verschiedenen Medien hinweg durch kurzfristige Auftragsvorläufe geprägt. Dies trifft im besonderen Maße auf die Digitalvermarktung zu, da hier Kampagnen aus technischen Gründen noch kurzfristiger eingebucht werden können als in klassischen Out-of-Home Kanälen. Da in steigendem Umfang Transaktionen in Echtzeit über Real-Time-Bidding-Plattformen abgewickelt werden, sind die Buchungsvergaben durch eine höhere Volatilität als in der Vergangenheit geprägt. Aufgrund des geringen Buchungsvorlaufs bei den meisten unserer Medienprodukte, sind wir in der konkreten Voraussage unserer Umsatz- und damit auch Ertragsentwicklung eingeschränkt.

Bedingt durch die Schwankung externer Marktparameter, wie der Entwicklung der Zinskurven, ist das exakte Konzernergebnis nur eingeschränkt prognostizierbar. Unsicherheiten bei diesen Parametern können sich ebenso auf zahlungsunwirksame Sachverhalte im Finanzergebnis auswirken. Im Rahmen dieser Prognose gehen wir von gegenüber dem Berichtsjahresende im Durchschnitt weitestgehend konstanten Parametern im Finanzergebnis aus.

<sup>1</sup> Der Vergleich zum prognostizierten Wert des nächsten Jahres beruht grundsätzlich auf dem in 2018 erreichten Ist-Wert.

## Zukünftige gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Für 2019 prognostiziert die Bundesregierung ein Wachstum von 1,8 Prozent.<sup>2</sup> Nach Einschätzungen des Instituts für Weltwirtschaft (IfW) verliert der Aufschwung in Deutschland zunehmend an Schwung.<sup>3</sup> Grund hierfür ist, dass es den Unternehmen angesichts der bereits sehr hohen Kapazitätsauslastung zusehends schwerer fällt, ihre Produktion weiter in hohem Tempo auszuweiten. Auch dürften die spürbaren Engpässe am Arbeitsmarkt Bestand haben. Wie die Bundesregierung geht das IfW von einer Zuwachsrate von 1,8 Prozent aus. Im Jahr 2020 dürfte sich nach Einschätzung der Wirtschaftsexperten die konjunkturelle Dynamik spürbar verringern.<sup>4</sup>

## Zukünftige Branchenentwicklung

### Entwicklung des deutschen Werbemarktes

Nach vorläufigen Zahlen der Nielsen Werbestatistik ist der Bruttowerbemarkt in Deutschland im Jahr 2018 auf dem hohen Niveau des Vorjahres stagniert.<sup>5</sup> Für 2019 wird von der Agentur Zenith ein Wachstum von etwa 1,7 Prozent prognostiziert.<sup>6</sup> Nach einer Umfrage der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) sind die Erwartungen der Werbetreibenden für das kommende Jahr weiterhin von Optimismus gekennzeichnet. Mehr als die Hälfte der Befragten (56 Prozent) rechnet mit einer Erhöhung der Umsätze, 38 Prozent rechnet mit gleichbleibenden Umsätzen und nur 6 Prozent gehen von abnehmenden Umsätzen aus.<sup>7</sup>

Für die Werbeumsätze der Out-of-Home-Branche wird in den bekannten Studien ein stärkeres Wachstum im Vergleich zum Gesamtwerbemarkt erwartet. Nach Einschätzung von PricewaterhouseCoopers GmbH (im Folgenden: PwC) sollen die Werbeumsätze im Jahr 2019 in der Branche OOH, einschließlich digitaler Außenwerbung, mit einer Rate von 5,2 Prozent wachsen.<sup>8</sup> Zenith erwartet ein Wachstum von 2,6 Prozent.<sup>9</sup> Nach Einschätzung von PwC haben anhaltendes Wirtschaftswachstum, zunehmende Digitalisierung, Urbanisierung und steigende Mobilität einen positiven Einfluss auf die Entwicklungen des Bereichs Außenwerbung. So sieht PwC diese auf

einem klaren Wachstumskurs für den Prognosezeitraum 2018 bis 2022. Die Experten gehen von einem jährlichen Erlöswachstum von durchschnittlich 4,6 Prozent pro Jahr aus, sodass der Außenwerbemarkt in Deutschland bis 2022 ein Gesamtvolumen von 1,4 Milliarden Euro erreichen kann.<sup>10</sup> So steigern beispielsweise neue technologische Lösungen, die unter anderem eine effektivere Aussteuerung und Abrechnung der Werbekampagnen fördern, die Attraktivität, insbesondere der digitalen Außenwerbung.

Auf dem Markt für Online-Werbung soll sich die insgesamt positive Entwicklung aus 2018 grundsätzlich auch im Jahr 2019 fortsetzen. Höhere Werbeeffizienz durch präzises Targeting und performanceorientierte Angebote bieten weiterhin nachhaltige Wachstumsfelder. Zenith und PwC prognostizieren für das Jahr 2019 ein Wachstum der Werbeumsätze in der Online-Werbung von 7,0 Prozent<sup>11</sup> bzw. 6,5 Prozent.<sup>12</sup> Für die stationäre Online-Werbung erwartet PwC eine sukzessive Verlangsamung des jährlichen Wachstums infolge einer zunehmenden Reife des Marktes. Hier wird mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 3,5 Prozent bis 2022 gerechnet.<sup>13</sup>

Das größere Wachstumspotenzial bietet die mobile Online-Werbung, deren durchschnittliches jährliches Wachstum PwC mit 18,5 Prozent bis 2022 einschätzt.<sup>14</sup> Treiber dieses Wachstums sind weiterhin die steigende Penetration internetfähiger Mobilfunkgeräte (Smartphones und Tablets) und die damit verbundene Verlagerung der Mediennutzung. Wir schließen uns diesen Markteinschätzungen grundsätzlich an.

Nach Einschätzung von PwC sollte der deutsche Contact-Center- und CRM-Service-Markt sich nachhaltig positiv entwickeln. So gehen die Experten von einem durchschnittlichen Jahreswachstum (Compound Annual Growth Rate, CAGR) von 8,5 Prozent aus.<sup>15</sup> Wesentliche Treiber für diese Entwicklung sind neben dem starken Wachstum servicezentrischer Geschäftsmodelle, wie z.B. E-Commerce und Digitalisierung der öffentlichen Verwaltung, zunehmend auch das Outsourcing aufgrund von wachsendem Profitabilitätsdruck bei traditionellen Dienstleistern.

<sup>2</sup> Quelle: Herbstprojektion der Bundesregierung, Oktober 2018

<sup>3</sup> Quelle: IfW, Kieler Konjunkturberichte Deutschland, Nr. 50 (2018/Q4)

<sup>4</sup> Quelle: IfW, Kieler Konjunkturberichte Deutschland, Nr. 50 (2018/Q4)

<sup>5</sup> Quelle: Nielsen Media Research, Bereinigter Werbetrend, 12/2018

<sup>6</sup> Quelle: Zenith, Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2018

<sup>7</sup> Quelle: Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM), November 2018

<sup>8</sup> Quelle: PriceWaterhouseCoopers, German Entertainment and Media Outlook, Außenwerbung 2018-2022

<sup>9</sup> Quelle: Zenith, Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2018

<sup>10</sup> Quelle: PriceWaterhouseCoopers, German Entertainment and Media Outlook, Außenwerbung 2017-2021

<sup>11</sup> Quelle: Zenith, Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2018

<sup>12</sup> Quelle: PriceWaterhouseCoopers, German Entertainment and Media Outlook, Außenwerbung 2018-2022

<sup>13</sup> Quelle: PriceWaterhouseCoopers, German Entertainment and Media Outlook, Onlinewerbung, 2018-2022

<sup>14</sup> Quelle: PriceWaterhouseCoopers, German Entertainment and Media Outlook, Onlinewerbung, 2018-2022

<sup>15</sup> Quelle: PriceWaterhouseCoopers, Der deutsche Contact-Center- und CRM-Service-Markt, Juni 2018



## Erwartete Umsatz- und Ergebnisentwicklung

### Ströer Gruppe

Wie bereits erläutert erwartet der Vorstand der Ströer Gruppe für das Geschäftsjahr 2019 ein organisches Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich. Das Operational EBITDA sollte ebenfalls im mittleren einstelligen Prozentbereich steigen. Zu dieser Entwicklung tragen alle drei Segmente Out-of-Home Media, Digital OOH & Content und Direct Media bei.

Im abgelaufenen Berichtsjahr hat Ströer sein Portfolio durch weitere Akquisitionen verstärkt. Mit der Übernahme von DV-COM und D+S 360 konnte der Bereich Dialog Marketing weiter ausgebaut und gestärkt werden. Mit dem Erwerb von optimise-it, einem führenden Anbieter für Live-Chat- und Messaging Services in Europa, im Juli des vergangenen Jahres, kann Ströer seinen Kunden zusätzlich technologisch flexible Dialog Lösungen anbieten. Mit dem erfolgreichen Verkauf des Türkeigeschäfts fokussiert sich das Medienunternehmen zukünftig noch stärker auf den Heimatmarkt Deutschland, um hier Potentiale noch gezielter realisieren zu können.

Nach dem Verkauf des Türkeigeschäftes sind Erlöse aus ausländischen Geschäftsaktivitäten in Fremdwährungen nur noch von geringer Bedeutung. Sofern diese in Planungsprozessen Einfluss finden, geht Ströer von nahezu konstanten Parametern aus.

Die direkten Kosten werden nach unserer Einschätzung im Jahr 2019 volumenbedingt im einstelligen Prozentbereich ansteigen. Bei den Overhead-Kosten, wie z.B. IT-Kosten, erwartet Ströer bezogen auf den Gesamtkonzern eine moderate Steigerung, die unterhalb der organischen Umsatzwachstumsrate liegen dürfte. Dabei führen auch inflationsbedingte Gehalts- und sonstige Kostenanpassungen, die Stärkung der Strukturen im Bereich des regionalen Vertriebs und des Dialog-Vertriebs in Deutschland sowie das in der Gruppe deutlich gestiegene Geschäftsvolumen zu insgesamt höheren Vertriebs- und Verwaltungskosten.

Für die wirtschaftlichen Entwicklungen in Deutschland und der Weltwirtschaft sieht der Vorstand, trotz einiger potentiell dämpfender Effekte, wie dem drohenden Brexit und einer Ausweitung des Handelsstreits zwischen den USA und der Volksrepublik China, keine Anzeichen für materiellen Einfluss auf unsere Geschäftsentwicklung. Allerdings kann die Verfügbarkeit und Aufteilung der tatsächlichen Werbebudgets sowie die Rabattentwicklung zum Veröffentlichungszeitpunkt nicht abschließend prognostiziert werden. Maßgeblich hierfür sind u. a. die starken Umbrüche in der Medienlandschaft und die steigende Vielfalt von Werbeangeboten, insbesondere in digitalen

Medienkanälen. Daneben ist die steigende Bedeutung der sozialen Netzwerke für die Werbeindustrie ursächlich für die veränderte Allokierung der Werbebudgets. In diesem Marktumfeld erwartet Ströer, dass wir uns mit unserem deutschlandweit einzigartigen Portfolio an attraktiven Out-of-Home- und digitalen Medien weiterhin erfolgreich und nachhaltig behaupten können.

### Geplante Investitionen

Die Investitionstätigkeit im Prognosezeitraum konzentriert sich hauptsächlich auf weitere Digitalisierung des Außenwerbebereichs sowie den Neuaufbau und Austausch von Out-of-Home-Werbeträgern, vornehmlich aufgrund der Verlängerung oder Neuakquisition von Werbenutzungsrechten im öffentlichen Raum. Im Segment Digital OOH & Content konzentrieren sich die Investitionen auf die Erneuerung und Ausweitung des Public Video Inventars und der IT-Infrastruktur sowie die Erstellung eigener immaterieller Vermögenswerte, wie insbesondere Software- und Datenmanagement-Plattformen. Im Segment Direct Media bilden die Integration und Optimierung der neu erworbenen Geschäftseinheiten den Schwerpunkt der Investitionen.

Für die Ströer Gruppe erwartet der Vorstand auch für das Geschäftsjahr 2019 – ohne Berücksichtigung von M&A-Aktivitäten – Investitionsauszahlungen von rund 115 Millionen Euro. Ein erheblicher Teil der Investitionen ist nicht mit verbindlichen Investitionszusagen hinterlegt, sodass die Investitionssumme insbesondere im Hinblick auf die jeweilige Markt- und Unternehmenslage bei Bedarf deutlich nach unten angepasst werden kann.

Im Hinblick auf Investitionen für Unternehmenserwerbe (M&A) kann prozessbedingt keine Prognose getroffen werden. Unter dem Gesichtspunkt der nachhaltigen Wertsteigerung für das Unternehmen werden laufend geeignete Akquisitionsmöglichkeiten geprüft.

### Erwartete Finanzlage

Die gegenüber dem Vorjahr erneut stärkere Ertragslage der Ströer Gruppe wird auch die Finanzlage nach unserer Erwartung weiter verbessern.

Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) sollte im Geschäftsjahr 2019 auf einem vergleichbaren Niveau wie im Geschäftsjahr 2018 (19 Prozent) liegen.

Die aktuelle Kreditfinanzierung der Ströer Gruppe ist bis Ende 2023 gesichert. Im Rahmen der letzten Refinanzierungen ist es gelungen, die Kreditkonditionen weiter zu verbessern. Die Kreditbedingungen sind so ausgestaltet,

dass auch unter Berücksichtigung von konjunkturellen und saisonalen Schwankungen, insbesondere unter Berücksichtigung unseres im Geschäftsjahr 2017 erfolgreich platzierten Schuldscheins in Höhe von 350 Millionen Euro, ein ausreichender finanzieller Spielraum (Headroom) verbleibt. Mit dem zum Ende des Berichtsjahres erreichten dynamischen Verschuldungsgrad (Leverage Ratio) von 1,4 liegt das Unternehmen in einer sehr komfortablen Zone. Wir erwarten – vorbehaltlich weiterer Akquisitionen – den dynamischen Verschuldungsgrad im Jahr 2019 auf dem niedrigen Niveau des Vorjahres.

Der Vorstand ist unverändert der Auffassung, dass die bestehende Kreditfinanzierung ausreichenden Spielraum gibt, geplante Investitionen sowie zusätzlich sich bietende Geschäftschancen im Prognosezeitraum umzusetzen. Die Konditionen der Finanzierung werden laufend an den aktuellen Entwicklungen der Fremdkapitalmärkte gemessen. Wirtschaftlich sinnvolle Chancen einer Konditionen-anpassung werden bei Bedarf verfolgt.

## NACHTRAGSBERICHT

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

## ANGABEN GEMÄSS § 315 HGB NEBST ERLÄUTERNDEN BERICHT DER PERSÖNLICH HAFTENDEN GESELLSCHAFTERIN DER STRÖER SE & CO. KGAA

Im Folgenden sind die nach § 315a Abs. 1 HGB geforderten übernahmerechtlichen Angaben dargestellt.

### Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das bei der Umwandlung der Gesellschaft in eine Kommanditgesellschaft auf Aktien zum 1. März 2016 vorhandene gezeichnete Kapital in Höhe von 55.282.499 Euro wurde durch Formwechsel des Rechtsträgers bisheriger Rechtsform, der Ströer SE mit Sitz in Köln (HRB 82548), erbracht.

In den Geschäftsjahren 2017 und 2018 hat sich das gezeichnete Kapital der Gesellschaft im Rahmen der Ausübung von Aktienoptionen um 275.486 Aktien bzw. 613.886 Aktien auf insgesamt 56.171.871 Aktien erhöht. Damit ist das gezeichnete Kapital zum 31. Dezember 2018 in 56.171.871 voll eingezahlte auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien mit einem rechnerischen Nennwert von 1 Euro eingeteilt.

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

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

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

Die Ströer Management SE, Köln, ist die persönlich haftende Gesellschafterin der Ströer SE & Co. KGaA. Sie hat keine Sondereinlage erbracht und ist weder am Gewinn und Verlust noch am Vermögen der Gesellschaft beteiligt.

Udo Müller besitzt 21,35 Prozent und Dirk Ströer 21,46 Prozent der Gesamtzahl an Aktien. Beide Aktionäre haben ihren Wohnsitz in Deutschland. Des Weiteren hält die Deutsche Telekom AG, Bonn, insgesamt 11,42 Prozent der Anteile an der Ströer SE & Co. KGaA. Darüber hinaus sind dem Vorstand nach dem WpHG keine Beteiligungen am Kapital gemeldet, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten.

### Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, bestehen nicht.

### Gesetzliche Vorschriften und Bestimmungen der Satzung über Beginn und Ende der Geschäftsführungs- und Vertretungsbefugnis der persönlich haftenden Gesellschafterin sowie über Satzungsänderungen

Die Satzung der Ströer SE & Co. KGaA regelt in § 8 die näheren Bestimmungen hinsichtlich eines etwaigen Ausscheidens der persönlich haftenden Gesellschafterin und der weiteren Fortführung der Ströer SE & Co. KGaA. Über Satzungsänderungen beschließt gemäß § 119 Abs. 1 Nr. 5 AktG die Hauptversammlung. Die näheren Verfahrensregelungen sind in § 181 AktG in Verbindung mit § 9 der Satzung der Ströer SE & Co. KGaA enthalten.

### Befugnisse der persönlich haftenden Gesellschafterin zur Aktienaussgabe oder zum Aktienrückkauf

Die persönlich haftende Gesellschafterin ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft in der Zeit bis zum 17. Juni 2019 einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu 12.525.780,00 Euro (in Worten: zwölf Millionen fünfhundertfünfundzwanzigtausendsiebenhundertachtzig Euro) durch Ausgabe von bis zu 12.525.780 (in Worten: zwölf Millionen fünfhundertfünfundzwanzigtausendsiebenhundertachtzig) neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien gegen Bareinlagen und/oder Sacheinlagen zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2014), jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer SE in eine Kommanditgesellschaft auf Aktien gemäß Umwandlungsbeschluss vom 25. September 2015 das genehmigte Kapital gemäß § 5 Abs. 1 der Satzung der Ströer SE noch vorhanden ist.

Das Grundkapital ist um bis zu 1.999.214,00 Euro durch Ausgabe von bis zu 1.999.214 auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2013). Diese bedingte Kapitalerhöhung gilt jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer SE in eine Kommanditgesellschaft auf Aktien gemäß Umwandlungsbeschluss vom 25. September 2015 die bedingte Kapitalerhöhung gemäß § 6A Abs. 1 der Satzung der Ströer SE noch nicht durchgeführt ist. 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 und unter Berücksichtigung des Umwandlungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 25. September gewährt wurden, diese Aktienoptionsrechte ausüben und die Gesellschaft die Aktienoptionsrechte nicht durch Barzahlung erfüllt.

Das Grundkapital ist um bis zu 2.123.445,00 Euro durch Ausgabe von bis zu 2.123.445 auf den Inhaber lautende Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2015). Diese bedingte Kapitalerhöhung gilt jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer SE in eine Kommanditgesellschaft auf Aktien gemäß Umwandlungsbeschluss vom 25. September 2015 die bedingte Kapitalerhöhung gemäß § 6B Abs. 1 der Satzung der Ströer SE noch nicht durchgeführt ist. Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Rechten an die Inhaber von Aktienoptionsrechten aus dem Aktienoptionsprogramm 2015, zu deren Ausgabe der Vorstand mit Beschluss der Hauptversammlung vom 25. September 2015 ermächtigt wurde. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Aktienoptionsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 25. September 2015 gewährt wurden, diese Aktienoptionsrechte ausüben und die Gesellschaft die Aktienoptionsrechte nicht durch Barzahlung erfüllt.

Das Grundkapital der Gesellschaft ist um bis zu 11.056.400,00 Euro durch Ausgabe von bis zu 11.056.400 neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2017). 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 14. Juni 2017 unter Tagesordnungspunkt 9 beschlossenen Ermächtigung von der Gesellschaft oder von einem Beteiligungsunternehmen begeben werden. Die Ausgabe der neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien erfolgt zu dem nach Maßgabe des vorstehend bezeichneten Ermächtigungsbeschlusses jeweils zu bestimmenden Wandlungs- oder Optionspreis. 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 Nutzung eines genehmigten Kapitals zur Bedienung eingesetzt werden.

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

#### **Facility Agreement/Schuldscheindarlehen**

Zwischen der Ströer SE & Co. KGaA und einem Konsortium aus verschiedenen Banken und Finanzinstituten besteht ein Kreditvertrag (Facility Agreement), auf dessen Grundlage das Konsortium an die Gesellschaft eine Kreditlinie von 600 Millionen Euro eingeräumt hat. Durch dieses im Jahr 2016 neu abgeschlossene Facility Agreement wurde ein bis dahin bestehendes Agreement aus dem Jahr 2014 abgelöst. Des Weiteren hat die Ströer SE & Co. KGaA im Jahr 2016 ein Schuldscheindarlehen mit einem Volumen von 145 Millionen Euro sowie im Jahr 2017 ein Schuldscheindarlehen mit einem Volumen von 350 Millionen Euro am Kapitalmarkt platziert.

Die Bedingungen im Hinblick auf einen Kontrollwechsel entsprechen sowohl im Facility Agreement als auch in den Schuldscheindarlehen den marktüblichen Vereinbarungen. Sie führen nicht zur automatischen Beendigung, sondern räumen unseren Vertragspartnern für den Fall eines Kontrollwechsels lediglich die Möglichkeit ein, unter diesen Bedingungen zu kündigen.

#### **Put-Option**

Einem nicht beherrschenden Gesellschafter der türkischen Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S. wurde im Jahr 2010 in Bezug auf seine Anteile an der türkischen Gesellschaft das Recht eingeräumt, diese im Fall eines Kontrollwechsels im Rahmen einer Put-Option der Ströer SE & Co. KGaA anzudienen. Die Ströer SE & Co. KGaA hat ihre sämtlichen Anteile an dieser türkischen Tochtergesellschaft am 4. Oktober 2018 veräußert. Mit dem Verkauf dieser Anteile ist auch die Put-Option erloschen.

**Ströer SE & Co. KGaA**  
Ströer-Allee 1 . 50999 Köln  
Telefon +49 (0) 2236 . 96 45-0  
Telefax +49 (0) 2236 . 96 45-299  
[www.stroeer.com](http://www.stroeer.com)