

Ströer Out-of-Home Media AG Halbjahresbericht 2010

Der Audi A1.
Der nächste große Audi.

Ab dem 27.08. bei Ihrem Audi Partner.

Vorlesung durch Technik Audi 



STRÖER
out of home media

Kennzahlen

Konzern-Finanzkennzahlen im Überblick

In Mio. EUR	2. Quartal 2010	2. Quartal 2009	Veränderung	1. Halbjahr 2010	1. Halbjahr 2009	Veränderung
Umsatz	137,1	118,7	15,5 %	242,2	218,1	11,0 %
Ströer Deutschland	107,9	98,4	9,6 %	194,9	181,5	7,4 %
Ströer Türkei	14,4	8,5	70,1 %	23,5	15,7	49,4 %
Sonstige	14,8	11,7	26,1 %	23,8	21,0	13,4 %
Billboard	73,4	63,4	15,8 %	125,3	111,5	12,4 %
Street Furniture	33,3	28,1	18,3 %	59,5	53,3	11,5 %
Transport	18,6	17,7	5,2 %	34,3	33,0	3,9 %
Sonstige	11,8	9,5	24,7 %	23,1	20,4	13,5 %
Bruttoergebnis vom Umsatz ¹⁾	57,2	45,0	27,3 %	93,2	76,1	22,4 %
Operational EBITDA²⁾	35,7	25,3	41,3 %	52,4	40,2	30,3 %
Operational EBITDA²⁾ Marge	26,1 %	21,3 %		21,6 %	18,4 %	
Operational EBIT ³⁾	25,3	14,1	80,0 %	31,7	15,5	>100 %
Operational EBIT ³⁾ Marge	18,5 %	11,8 %		13,1 %	7,1 %	
Bereinigter Periodenüberschuss/-fehlbetrag ⁴⁾	9,4	2,7	>100 %	6,4	-4,4	n. def.
Periodenüberschuss/-fehlbetrag	4,2	1,4	>100 %	-5,2	-15,5	n. def.
Ergebnis je Aktie ⁵⁾ (EUR)	0,10	0,03		-0,12	-0,37	
				1. Halbjahr 2010	1. Halbjahr 2009	Veränderung
Investitionen ⁶⁾				6,6	14,1	-52,9 %
Free Cash-Flow ⁷⁾				3,2	-1,4	n. def.
				30.6.2010	31.12.2009	Veränderung
Bilanzsumme				758,8	748,6	1,4 %
Eigenkapital				-46,4	-43,4	n. def.
Eigenkapitalquote				-6,1 %	-5,8 %	
Nettoverschuldung ⁸⁾				492,9	495,4	-0,5 %
Mitarbeiter ⁹⁾				1.557	1.587	-1,9 %

¹⁾ Umsatz abzüglich Umsatzkosten

²⁾ Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen bereinigt um Sondereffekte und um Effekte aus dem zum Börsengang beendeten Phantom-Stock-Programm

³⁾ Ergebnis vor Zinsen und Steuern bereinigt um Sondereffekte, Effekte aus dem zum Börsengang beendeten Phantom-Stock-Programm und Wertminderungsaufwendungen auf immaterielle Vermögenswerte

⁴⁾ Operational EBIT abzüglich um Sondereffekte bereinigtes Finanzergebnis und normalisierter Steueraufwand

⁵⁾ Berechnet auf Basis des tatsächlichen Periodenergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien nach Börsengang

⁶⁾ Inklusive Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen
Exklusive Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen und Auszahlungen aus dem Kauf von konsolidierten Unternehmen

⁷⁾ Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich Cash-Flow aus Investitionstätigkeit

⁸⁾ Finanzverbindlichkeiten abzüglich derivative Finanzinstrumente und liquide Mittel

⁹⁾ Nach Anzahl der Personen

Die Ströer Gruppe zählt zu den international führenden Anbietern von Out-of-Home-Medien und Stadtmöblierung. Das Unternehmen ist Spezialist für alle Werbeformen, die außer Haus zum Einsatz kommen – vom klassischen Plakat über Werbung auf Wartehallen und Transportmitteln bis hin zu digitalen Medien und Riesenpostern. Mit unseren Produkten und Kommunikationslösungen sind wir in sieben Ländern Europas präsent. In unseren Kernmärkten Deutschland, Türkei und Polen nehmen wir führende Positionen ein.

Inhalt

Vorwort des Vorstands	4	Konzern-Gesamtergebnisrechnung	21
Wachstumstreiber	6	Konzernbilanz	22
Aktie	12	Konzern-Kapitalflussrechnung	24
Finanzkalender	13	Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	26
Konzernzwischenlagebericht	14	Berichterstattung nach operativen Segmenten.....	28
Konzern und Berichtszeitraum	14	Berichterstattung nach Produktgruppen.....	28
Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns	14	Erläuterungen zum verkürzten Konzernzwischenabschluss.....	30
Geschäfts- und Ertragsentwicklung Segmente	17	Allgemeine Informationen	30
Mitarbeiter	18	Ausgewählte Angaben zur Konzern-Gewinn- und	
Chancen- und Risikenbericht	18	Verlustrechnung, zur Konzernbilanz und zur	
Nachtragsbericht	18	Konzern-Kapitalflussrechnung sowie sonstige Angaben	32
Ausblick auf das Jahr 2010	19	Versicherung der gesetzlichen Vertreter	34
Konzernzwischenabschluss	20	Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht.....	34
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	20	IR-Kontakt, Impressum	35

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

rund 20 Jahre nach Gründung unseres Unternehmens wurde die Aktie der Ströer Out-of-Home Media AG am 15. Juli 2010 erfolgreich in den Handel der Frankfurter Wertpapierbörse aufgenommen. Auf diesen Meilenstein in unserer Unternehmensgeschichte sind wir sehr stolz. Der Weg zum Kapitalmarkt war mit harter Arbeit verbunden und basiert auf einer erfolgreichen Unternehmensentwicklung: 1990 gründete Udo Müller gemeinsam mit dem mittlerweile leider verstorbenen Heinz Ströer die Ströer City Marketing GmbH und legte damit den Grundstein für den heutigen Konzern. Unsere Erfolgsgeschichte begann mit der Akquisition von Lizenzen für Werbeflächen, die nach der Wiedervereinigung Deutschlands in den Neuen Bundesländern vergeben wurden. 1994 folgte die Übernahme von 50 Prozent der Anteile der Kölner Außenwerbung GmbH und 1997 der Einstieg in den deutschen Riesenpostermarkt durch unsere Beteiligung an der blowUP media GmbH. Unsere Internationalisierung starteten wir ein Jahr später mit dem Aufbau von Werbeträgern in der Türkei, bevor wir 1999 in den polnischen Billboard-Markt einstiegen. Die Konsolidierung des deutschen Außenwerbemarkts forcierten wir 2004 durch die Übernahme der Deutsche Städte Medien GmbH und der Infoscreen GmbH sowie 2005 durch die Akquisition der Deutschen Eisenbahn-Reklame GmbH.

Heute ist Ströer einer der größten Anbieter von Out-of-Home-Werbung weltweit. Aus ursprünglich zwei visionären Gründern sind mittlerweile rund 1.600 Mitarbeiter geworden, aus einem kleinen Büro in Berlin sind über 60 Standorte in Europa entstanden und aus einer Idee wurden über 280.000 Werbeflächen in mehr als 600 europäischen Städten. Ströer ist heute klarer Marktführer der Außenwerbung in Deutschland und in der Türkei, unter anderem gemessen an den Umsatzerlösen. In Polen halten wir ebenfalls eine führende Marktposition, die wir durch den noch im September geplanten Abschluss der Akquisition von News Outdoor Poland weiter ausbauen werden. Unsere Strategie ist klar definiert: Wir konzentrieren uns auf Märkte, in denen wir die Chance sehen, eine marktführende Position einzunehmen. Denn nur mit einem flächendeckenden Werbeträgernetz sind Außenwerbeunternehmen in

konsolidierten Märkten in der Lage, Werbetreibenden eine attraktive Alternative zu content-getriebenen Medien wie TV, Print oder Radio zu bieten.

Darüber hinaus ist es uns in der Vergangenheit immer wieder gelungen, mit wegweisenden Prozess- und Produktinnovationen neue Akzente und Maßstäbe für die gesamte Out-of-Home-Medienbranche zu setzen. Diesen Kurs werden wir gemeinsam mit unseren neuen Aktionärinnen und Aktionären fortsetzen. Hierzu gehört die bereits angekündigte Markteinführung von zwei neuen Produktlinien: die Installation von bis zu 5.000 großformatigen Werbeträgern mit Wechslertechnik und der sukzessive Aufbau von digitalen Displays in den zirka 200 wichtigsten deutschen Bahnhöfen. Beide Produkte werden es uns ermöglichen, unseren Kunden und Partnern zukünftig noch attraktivere Möglichkeiten der Außenwerbung anzubieten.

Im Zeitalter steigender Mobilität, zunehmender Digitalisierung und damit einhergehender Fragmentierung der klassischen Medien sind die Voraussetzungen für strukturelles Wachstum der Out-of-Home-Branche nach unserer Ansicht langfristig gesichert. Mit unseren Kommunikationslösungen ermöglichen wir unseren Kunden in Zeiten geänderter Mediennutzung eine effiziente Ansprache ihrer Zielgruppen durch die Nutzung von großen Bildern mit hoher Reichweite. Als einer der größten europäischen Out-of-Home-Anbieter mit hervorragenden Marktpositionen im größten Werbemarkt Europas und anderen attraktiven europäischen Wachstumsmärkten sind wir bestens aufgestellt, von diesem strukturellen Wachstum besonders profitieren zu können.

Mit dem Börsengang der Ströer Out-of-Home Media AG haben wir optimale Voraussetzungen geschaffen, um zukünftige Wachstumschancen noch besser wahrnehmen zu können. Einen Teil des Emissionserlöses werden wir für die Anteilserhöhung an unserem dynamisch wachsenden türkischen Joint Venture Ströer Kentvizyon von 50 auf 90 Prozent verwenden, um dadurch unsere Position in den größten Metropolen der Türkei weiter zu stärken.



Udo Müller, Vorstandsvorsitzender der Ströer Out-of-Home Media AG, Finanzvorstand Alfried Bührdel und Deutschland Vorstand Dirk Wiedenmann, (v.r.n.l.) am Tag des Börsengangs.

Der Abschluss dieser Transaktion ist für Anfang September vorgesehen. Darüber hinaus werden wir – vorbehaltlich der im September erwarteten Kartellfreigabe – das polnische Außenwerbeunternehmen News Outdoor Poland, den derzeit viertgrößten Anbieter im Lande, übernehmen und mit diesem Schritt eine führende Stellung im Out-of-Home-Markt in Polen erreichen. Auch diese Transaktion soll noch im 3. Quartal 2010 abgeschlossen werden. Ein weiterer Teil des Emissionserlöses ist für das organische Wachstum von Ströer vorgesehen, das wir durch die Markteinführung unserer neuen Produkte vorantreiben wollen. Des Weiteren werden wir unsere finanzielle Flexibilität durch die Optimierung unserer Kapitalstruktur erhöhen.

Unsere Stabilität in Krisenzeiten haben wir in den vergangenen Jahren unter Beweis gestellt. In diesem Jahr hat sich die Belebung der Werbeindustrie bereits im Auftaktquartal in unserer operativen Entwicklung bemerkbar gemacht. Im zweiten Quartal hat sich diese positive Tendenz noch deutlich verstärkt. Unser Umsatz stieg im Vergleich zum 2. Quartal 2009 um 15,5 Prozent auf 137,1 Millionen Euro, unser operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Operational EBITDA) verbesserte sich um 41,3 Prozent auf 35,7 Millionen Euro. Unter der Annahme einer bereits erfolgten Vollkonsolidierung unserer türkischen Tochtergesellschaft wäre der vergleichbare Umsatz sogar um 19,1 Prozent auf 151,5 Millionen Euro und das Operational EBITDA um 45,4 Prozent auf 40,4 Millionen Euro gestiegen.

Nach dem erfreulichen Verlauf des ersten Halbjahres sind wir auch für die kommenden Monate optimistisch gestimmt.

Wir gehen davon aus, dass die Impulse der gesamtwirtschaftlichen Erholung die Werbemärkte auch im zweiten Halbjahr stärken werden. Dies sollte uns eine Fortsetzung des positiven Trends der ersten Monate dieses Jahres ermöglichen.

Auch zukünftig wollen wir Trends setzen, Innovationen realisieren, Chancen nutzen und Wachstum vorantreiben, um gemeinsam mit Ihnen die Erfolgsgeschichte unseres Unternehmens fortzusetzen. Die Zeichen dafür stehen gut: Auch unsere direkten Auftraggeber, die Mediaagenturen, erwarten laut OMG Frühjahrsmonitor 2010, dass die Brutto-Werbeaufwendungen im Zuge der verbesserten gesamtwirtschaftlichen Entwicklung steigen. Während bei Printmedien von Einbußen bei Marktanteilen ausgegangen wird, erwarten die Agenturen vor allem bei Plakaten und Onlinemedien weiteres Wachstum.

Der gesamte Out-of-Home-Medienmarkt steht vor spannenden Entwicklungen, die wir als einer der weltweit führenden Außenwerber aktiv gestalten wollen. Mit Ihnen als Aktionärinnen und Aktionären haben wir neue Eigentümer gewonnen, die an dieselben Wachstumstreiber glauben wie wir. Willkommen an Bord und herzlichen Dank für Ihr Vertrauen!

Ihre

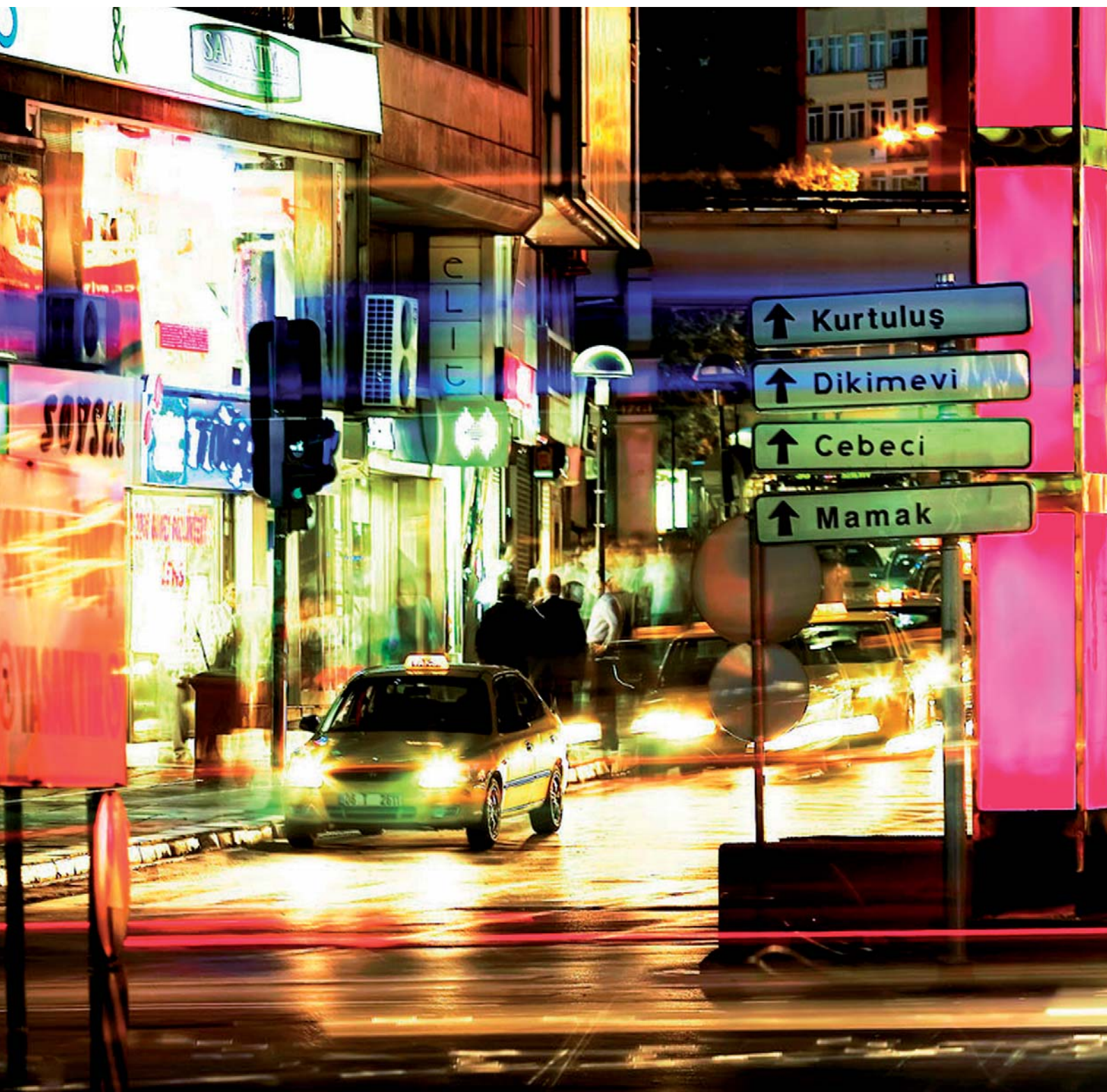
Udo Müller

Alfried Bührdel

Dirk Wiedenmann

Führende Position in Wachstumsmärkten

Imposante Formate, leuchtende Flächen, bewegte Bilder – Out-of-Home-Medien sind nicht zu übersehen. Sie setzen Akzente im öffentlichen Raum, wecken Aufmerksamkeit und erreichen Millionen von Menschen. Im Zuge einer zunehmenden Digitalisierung und Fragmentierung der klassischen contentgetriebenen Medien gewinnt die Außenwerbung immer mehr an Bedeutung; wir sind daher überzeugt, dass ihr Anteil am Gesamtwerbemarkt in Zukunft weiter steigen wird. Ströer konzentriert sich in diesem strukturell wach-



senden Außenwerbemarkt auf profitable Segmente und kontaktstarke Produkte sowie auf Länder, in denen wir entweder bereits eine marktführende Position eingenommen haben oder dieses Ziel mittelfristig erreichen können. In unserem Kernmarkt Deutschland, dem größten Werbemarkt Europas, steht Ströer, unter anderem gemessen am Umsatz, klar an der Spitze. Auch im bedeutenden europäischen Wachstumsmarkt Türkei halten wir mit deutlichem Abstand die Marktführerschaft. Im Nachbarland Polen werden wir

durch die vorgesehene Übernahme von News Outdoor Poland ebenfalls eine führende Position erreichen. Aufgrund unserer effizienten Werbeträgernetze und unserer insgesamt starken Präsenz ist Ströer in Deutschland, der Türkei und bald auch in Polen ein führender Anbieter, der landesweite Kampagnen realisieren kann. Ein bedeutendes Argument – vor allem für Werbetreibende, die auf nationale Kampagnen mit hoher Reichweite setzen.



Ströer ist Marktführer
in mehreren der attraktivsten
Werbemärkten Europas.

Steigende Mobilität

Die Mobilität nimmt weltweit zu. Tag für Tag werden Tausende von Kilometern zurückgelegt – zu Fuß, mit dem Auto, per Rad, Bus oder Bahn. Je mehr die Menschen unterwegs sind, desto häufiger begegnen ihnen Out-of-Home-Medien. Dies ist einer der Gründe, warum Unternehmen bei ihrer Werbung immer stärker auf innovative Werbeträger im Außenbereich setzen – jenseits von klassischen contentgetrie-



benen Medien wie Print, Radio oder TV. Ströer profitiert von dieser Entwicklung, da sich unsere Werbepplätze entlang der gesamten Mobilitätskette und insbesondere in einigen der gefragtesten nationalen und internationalen Metropolen befinden. Eine besondere Stärke unseres Werbeträgernetzes sind seine Top-Standorte, die wir über langfristige Verträge gesichert haben. Dazu zählen auch die rund 5.700 Bahnhöfe

der Deutschen Bahn, an denen wir Werbeflächen vermarkten und dort eine besonders attraktive und große Zielgruppe für unsere Werbekunden erreichen.



Out-of-Home-Medien von Ströer erreichen die Menschen auf ihren täglichen Wegen.

Digitalisierung der Medien

Unsere Werbeträger sind ebenso vielseitig wie ihre Standorte und Zielgruppen. Zum Portfolio zählen unterschiedlichste Außenwerbeprodukte – vom klassischen Plakat über Werbung an Wartehallen, auf Bussen und Bahnen bis hin zu digitalen und interaktiven Medien. Charakteristisch für Ströer ist die starke Verankerung im Premiumsegment. Viele internationale Designpreise sowie zahlreiche Schutzrechte und Patente bele-



gen unseren hohen Anspruch. Als Vorreiter der Branche steht Ströer für richtungweisende Produktinnovationen. Das gilt besonders bei der Digitalisierung. Sie eröffnet unseren Medien neue Dimensionen: In Abhängigkeit von Uhrzeit, Wetter oder Struktur der Passantenströme kann eine Fläche in Sekunden mit zielgerichteten Werbebotschaften oder mit einem Mix aus Nachrichten und Werbung belegt werden. Unsere

unterschiedlichen digitalen Produkte in Deutschland, Türkei und Polen zeigen, was in dieser Hinsicht möglich ist. Im Laufe des Jahres wollen wir in Deutschland mit der Installation eines neuartigen, bundesweiten und damit reichweitenstarken Netzes von Bewegtbild-Produkten beginnen.



Ströer Produkte setzen
Maßstäbe und weisen den
Weg in die Zukunft.

Erfolgreicher Start an der Börse

Wenige Tage nach Ende des ersten Halbjahres ging die Ströer Out-of-Home Media AG erfolgreich an die Börse. Am 15. Juli 2010 notierte unsere Aktie erstmals an der Frankfurter Wertpapierbörse im Prime Standard, dem Segment mit den höchsten Transparenzanforderungen. Das Gesamtemissionsvolumen von 370,92 Millionen Euro (inklusive der teilweise ausgeübten Mehrzuteilungsoption) machte den Börsengang zum bislang drittgrößten des Jahres in Deutschland.

Aktie stark gefragt

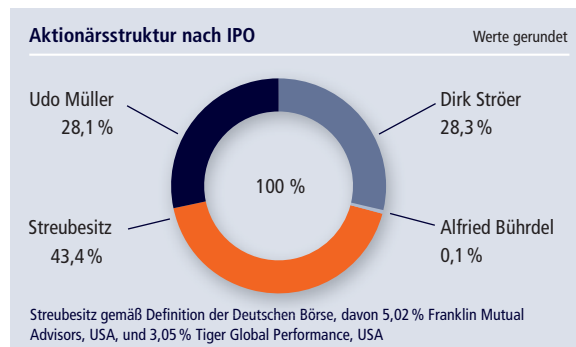
In der Zeit vom 5. bis 13. Juli 2010 wurden die Aktien der Ströer Out-of-Home Media AG im Rahmen von öffentlichen Angeboten in Deutschland und in Luxemburg sowie in weiteren Ländern in Form von Privatplatzierungen angeboten. In den USA wurden sie gemäß Rule 144A nach dem U.S. Securities Act von 1933 im Rahmen von Privatplatzierungen qualifizierten institutionellen Investoren angeboten. Die Preisspanne im Bookbuilding-Verfahren betrug 17,00 Euro bis 24,00 Euro. Obwohl die Nachfrage nach den Aktien auch am oberen Ende der Preisspanne das Angebot überstieg, legte die Gesellschaft zur Gewährleistung einer breiten und international ausgewogenen Aktionärsbasis den Ausgabepreis mit 20,00 Euro je Stück etwa in der Mitte der Preisspanne fest. Zu diesem Preis war die Emission mehrfach überzeichnet.

Bei der Zuteilung wurden insgesamt 19,67 Millionen auf den Inhaber lautende Stammaktien platziert. Davon kamen 13,75 Millionen Aktien aus einer Kapitalerhöhung, rund 4,16 Millionen Aktien aus einer durch den Finanzinvestor Cerberus ausgeübten Option sowie im Rahmen einer Mehrzuteilungsoption (Greenshoe) rund 1,79 Millionen Aktien aus einer leihweisen Überlassung von Altaktionären. Am Tag der Handelsaufnahme an der Frankfurter Wertpapierbörse betrug der erste festgestellte Kurs der Ströer Aktie 20,60 Euro. Der Schlusskurs des ersten Handelstags lag bei 20,00 Euro.

Anteilseigner nach Börsengang

Rund 99 Prozent des Emissionsvolumens wurden institutionellen Investoren im In- und Ausland zugeteilt, ein Prozent Privatanlegern. Die Altaktionäre Udo Müller, Vorsitzender des Vorstands, und Dirk Ströer, Mitglied des Aufsichtsrats, haben ihre Unternehmensanteile behalten und sind somit nach wie vor Mehrheitsaktionäre. Darüber hinaus erwarben sie im Zuge des Börsengangs gemeinsam mit Finanzvorstand Alfried Bührdel insgesamt weitere 258.860 Aktien im Wert von rund 5,2 Millionen Euro zum Emissionspreis. Udo Müller, Dirk Ströer und Alfried Bührdel haben sich zu einer Veräußerungssperfrist (Lock-Up) von zwölf Monaten verpflichtet.

Am 12. August 2010 wurde der Greenshoe in Höhe von 640.000 Aktien ausgeübt. Diese Aktien wurden mit Vorstandsbeschluss vom 13. August 2010 durch eine Kapi-



talerhöhung aus genehmigtem Kapital bedient. Durch die Teilausübung des Greenshoe beläuft sich die Gesamtanzahl der ausgegebenen Aktien unserer Gesellschaft nunmehr auf 42.098.238 Stück. Der Anteil des Streubesitzes beträgt damit 43,4 Prozent.

Hoher Qualitätsanspruch bei Investor Relations

Ziel unserer Investor-Relations-Tätigkeit ist die angemessene Bewertung der Ströer Aktie am Kapitalmarkt, die wir durch einen kontinuierlichen, offenen und zielgruppenbezogenen Dialog mit allen Kapitalmarktteilnehmern erreichen wollen. Ströer hat sich deswegen auch für den Prime Standard entschieden, der regelmäßige Berichterstattung nach internationalen Standards voraussetzt. Unsere Zielsetzung ist eine Kapitalmarktkommunikation, die Best-Practice-Standards entspricht, und die wir stetig weiterentwickeln werden.

Derzeit werden wir von fünf Analysten-Teams begleitet, davon empfehlen alle die Aktie mit 'Kaufen' oder 'Überwachen'.

Kenndaten zur Aktie

Grundkapital	42.098.238 Euro
Anzahl der Aktien	42.098.238
Gattung	Nennwertlose Inhaberstammaktien
WKN	749399
ISIN	DE0007493991
Börsenkürzel	SAX
Reuters	SAXG.DE
Bloomberg	SAX/DE
Marktsegment	Prime Standard
Sektor	All Media/Advertising
Designated Sponsors	J.P. Morgan, Morgan Stanley

Finanzkalender

30. November 2010

9-Monatsbericht 2010

Conference Call

März/April 2011

Geschäftsbericht 2010

Bilanzpressekonferenz

Analystenkonferenz

Juni 2011

Hauptversammlung zum Geschäftsjahr 2010

Konzernzwischenlagebericht

Konzern und Berichtszeitraum

Ströer ist europaweit einer der führenden Anbieter von Out-of-Home-Medien. Der Ströer Konzern ist neben dem Hauptmarkt in Deutschland u.a. auch mit Tochtergesellschaften in der Türkei und Polen vertreten. Auf allen bearbeiteten Märkten werden Leistungen in den Produktgruppen Billboard, Street Furniture und Transport angeboten.

Dieser Zwischenlagebericht befasst sich mit dem Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2010. Die Ertragslage kommentieren wir in der Gegenüberstellung zum gleichen Zeitraum des Vorjahres; die Vermögenslage hingegen analog der IFRS-Vorgaben im Vergleich zum 31. Dezember 2009.

Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns

Ertragslage

In Mio. EUR	Q2 2010	Q2 2009	Veränderung	1. HJ 2010	1. HJ 2009	Veränderung
Umsatz	137,1	118,7	15,5 %	242,2	218,1	11,0 %
EBITDA	30,8	23,6	30,5 %	44,2	37,8	16,9 %
Operational EBITDA	35,7	25,3	41,3 %	52,4	40,2	30,3 %

Sowohl im 2. Quartal als auch im 1. Halbjahr 2010 konnte der Konzern den Umsatz im Vergleich zu den entsprechenden Vorjahresperioden deutlich steigern. Dabei wirkten sich mehrere Parameter vorteilhaft auf die Unternehmensentwicklung aus. So führte die wirtschaftliche Erholung nach der tiefgreifenden Wirtschafts- und Finanzkrise zu einer Belebung auf dem europäischen Werbemarkt. Weiterhin haben wir von den Aufwertungen der Wechselkurse (türkische Lira und polnischer Zloty) profitiert. Bereinigt um Währungskurseffekte erhöhte sich der Umsatz im Quartalsvergleich um 13,5 Prozent und im Halbjahresvergleich um 9,6 Prozent.

Das EBITDA und das Operational EBITDA legten prozentual erheblich stärker zu als der Umsatz. Dies ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass der Anteil der Umsatzkosten in Bezug zum Umsatz im 1. Halbjahr 2010 nur noch 61,5 Prozent (Vj.: 65,1%) ausmachte. Hier wirkten sich geringere Abschreibungen aus, die im 1. Halbjahr 2009 vor allem aufgrund von Sondereffekten aus Wertminderungen für Werbenutzungsrechten 3,9 Millionen Euro höher waren. Zusätzlich bewegten sich die Festmieten mit 19,3 Millionen Euro auf einem nahezu unveränderten Niveau.

Die Vertriebskosten erhöhten sich vorwiegend aufgrund höherer umsatzabhängiger Bonifikationen im Personalaufwand. In den Verwaltungskosten von 38,3 Millionen Euro spiegelt sich die mit der Vorbereitung des Börsengangs verursachte Zunahme der Personal- sowie Rechts- und sonstigen Beratungskosten wider. Zum vermehrten Personalaufwand trugen zudem Einmaleffekte aus Mitarbeiter-Bonifikationen im Rahmen des Börsengangs sowie eine Personalaufstockung in der Türkei bei.

Die sonstigen betrieblichen Erträge liegen mit 6,5 Millionen Euro auf Vorjahresniveau. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen gingen auf 3,4 Millionen Euro (Vj.: 4,3 Millionen Euro) zurück, da im Vergleichshalbjahr des Vorjahres wegen der Wirtschaftskrise noch höhere Aufwendungen für Forderungsverluste angefallen waren.

Das Finanzergebnis von -26,5 Millionen Euro (Vj.: -25,4 Millionen Euro) ist durch mehrere, sich teilweise gegeneinander aufhebende, Entwicklungen beeinflusst. Der starke Anstieg der Finanzerträge auf 5,8 Millionen Euro (Vj.: 0,9 Millionen Euro) resultierte aus nicht liquiditätswirksamen Wechselkurerträgen im Zusammenhang mit Krediten sowie aus der Wertveränderung von nicht in Sicherungsbeziehungen befindlichen Derivaten. Die Finanzaufwendungen wuchsen um 6,0 Millionen Euro. Dies ist größtenteils auf die Beendigung von Sicherungsbeziehungen zurückzuführen, in deren Rahmen die bisher erfolgsneutral im Eigenkapital erfassten kumulierten Verluste in die Gewinn- und Verlustrechnung umzugliedern waren.

Insgesamt verbesserte der Konzern im ersten Halbjahr 2010 sein Periodenergebnis trotz nennenswerter Sonderbelastungen um 10,3 Millionen Euro. Dadurch verringerte sich der Fehlbetrag des ersten Halbjahres auf 5,2 Millionen Euro, nach einem Fehlbetrag von 15,5 Millionen Euro in der entsprechenden Vorjahresperiode. Ohne die Berücksichtigung von Kosten zur Vorbereitung und Durchführung des Börsengangs sowie Zinseffekte aus der Beendigung der Sicherungsbeziehungen wäre ein deutlich positiver Periodenüberschuss auszuweisen gewesen.

Vermögenslage

Aus Gründen der Übersichtlichkeit stellen wir im Folgenden eine im Vergleich zur IFRS-Gliederung auf die wesentlichen Positionen verkürzte Bilanz dar. Sie ist gleichzeitig Grundlage für die weitere Kommentierung.

In Mio. EUR	30.6.2010	31.12.2009	Veränderung
Aktiva			
Immaterielle Vermögenswerte	385,6	393,3	-1,9 %
Sachanlagen	177,2	180,9	-2,0 %
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	48,0	41,1	16,7 %
Liquide Mittel	59,0	57,3	3,1 %
Übrige Vermögenswerte	88,9	76,1	16,9 %
Bilanzsumme	758,8	748,6	1,4 %
Passiva			
Eigenkapital	-46,4	-43,4	7,1 %
Finanzielle Verbindlichkeiten	580,8	577,7	0,5 %
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	59,6	50,9	17,0 %
Verbindlichkeiten aus Steuern	78,8	82,1	-3,9 %
Übrige Verbindlichkeiten	86,0	81,2	5,8 %
Bilanzsumme	758,8	748,6	1,4 %

Die Bilanzsumme des Konzerns vergrößerte sich im Vergleich zum 31. Dezember 2009 um 1,4 Prozent auf 758,8 Millionen Euro. Auf der Aktivseite wurde diese Entwicklung hauptsächlich durch die mit dem Umsatzwachstum einhergehenden höheren Forderungen aus Lieferungen und Leistungen verursacht. Gleichzeitig erhöhten sich die übrigen Vermögenswerte, insbesondere in Folge des planmäßigen Anstiegs der Pacht- und Mietvorauszahlungen. Der Rückgang der langfristigen Vermögenswerte ist im Wesentlichen durch planmäßige Abschreibung bedingt. Die Reduktion im Sachanlagevermögen wird allerdings teilweise durch eine Erhöhung der Rückbauverpflichtung kompensiert, die aus einer überarbeiteten Einschätzung der in Zukunft anfallenden Abbaukosten resultiert. Die Zunahme der in den immateriellen Vermögenswerten enthaltenen Geschäfts- oder Firmenwerte resultiert aus der erstmaligen Anwendung der Regelungen des IFRS 3 (überarbeitet 2008) auf den sukzessiven Erwerb aller Anteile an drei bisher quotall konsolidierten Gesellschaften. Korrespondierend zum Umsatzzuwachs und zu den zurückhaltenden Investitionen hat sich der Bestand an liquiden Mitteln erhöht.

Auf der Passivseite der Bilanz vergrößerten sich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen im Einklang mit den vermehrten Umsatzerlösen um 8,6 Millionen Euro. Die sonstigen Verbindlichkeiten legten ebenfalls zu, in erster Linie aufgrund der Abgrenzung von Kundenvorauszahlungen. Der Anstieg der Finanzverbindlichkeiten ergibt sich vorrangig aus der Wertveränderung der Derivate, die der Konzern zur Sicherung seiner offenen Zinspositionen einsetzt. Bei den Steuerverbindlichkeiten führte die planmäßige Abschreibung – insbesondere von Werbenutzungsrechten, für die bei erstmaliger Aktivierung passive latente Steuern gebildet worden sind – zu einem Rückgang der ausgewiesenen Steuerlatenzen.

Finanzlage

In Mio. EUR	1.1. – 30.6.2010	1.1. – 30.6.2009
Cash-Flow aus operativer Tätigkeit	9,8	10,3
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-6,6	-11,7
Free Cash-Flow	3,2	-1,4
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	-1,4	-1,1
Mittelveränderung	1,8	-2,5
Mittelbestand	59,0	40,0

Der Cash-Flow aus operativer Tätigkeit wird wie das Periodenergebnis durch signifikante Sonderbelastungen rund um den Börsengang beeinflusst. Mit 9,8 Millionen Euro erreicht er dennoch annähernd den Wert der Vorjahresperiode. Zusätzlich ist zu berücksichtigen, dass das Nettoumlaufvermögen zum Stichtag um 8,8 Millionen Euro über dem Vorjahreswert liegt. Das größere Nettoumlaufvermögen ist im Wesentlichen auf höhere Vorauszahlungen von Pachten zum Jahresanfang, den Umsatzanstieg sowie die im Rahmen des Börsengangs und der Refinanzierung notwendigen Zahlungen zurückzuführen.

Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeit verbesserte sich aufgrund rückläufiger investiver Maßnahmen um rund 5 Millionen Euro gegenüber Vorjahr. Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit blieb mit 1,4 Millionen Euro nahezu konstant und wird hauptsächlich von Rückzahlungen kurzfristiger Kredite bestimmt.

In Folge des Umsatzwachstums und zurückhaltender Investitionen hat sich der Bestand an liquiden Mitteln trotz der mit dem Börsengang einhergehenden Zusatzaufwendungen um 19,0 Millionen Euro im Vergleich zur Vorjahresperiode signifikant verbessert.

Nettoverschuldung

In Mio. EUR	30.6.2010	31.12.2009
(1) Langfristige Finanzverbindlichkeiten	560,0	555,9
(2) Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	20,8	21,8
(3) Summe Finanzverbindlichkeiten	580,8	577,7
(4) Derivative Finanzinstrumente	28,9	25,0
(3) - (4) Finanzverbindlichkeiten ohne derivative Finanzinstrumente	552,0	552,6
(5) Liquide Mittel	59,0	57,3
(3) - (4) - (5) Nettoverschuldung	492,9	495,4

Zur niedrigeren Nettoverschuldung trugen sowohl der Mittelzufluss durch den positiven Free Cash-Flow als auch die Verringerung der kurzfristigen Kredite bei.

Geschäfts- und Ertragsentwicklung Segmente

Ströer Deutschland

In Mio. EUR	Q2 2010	Q2 2009	Veränderung	1. HJ 2010	1. HJ 2009	Veränderung
Umsatz	107,9	98,4	9,6 %	194,9	181,5	7,4 %
Billboard	50,4	46,0	9,5 %	87,8	80,6	9,0 %
Street Furniture	28,3	25,8	9,5 %	51,8	48,6	6,6 %
Transport	18,2	17,4	4,7 %	33,6	32,4	3,4 %
Sonstige	11,0	9,3	19,6 %	21,8	20,0	9,0 %
Operational EBITDA	30,8	23,4	31,4 %	48,2	39,1	23,3 %

Auf Brutto-Basis (vor Abzug von Rabatten und sonstigen Erlösschmälerungen) legte der Werbemarkt in Deutschland insgesamt 9,4 Prozent zu. Eine Analyse der Netto-Marktentwicklung ist unterjährig nicht verfügbar. Ströer Deutschland steigerte die Netto-Umsatzerlöse (nach Abzug von Rabatten und sonstigen Erlösschmälerungen) gegenüber dem 1. Halbjahr 2009 um 7,4 Prozent. Wir gehen davon aus, dass sich damit die relative Stellung dieses Segments unter Berücksichtigung der marktüblichen Erlösschmälerungen weiter verbessert hat.

Maßgebend für das Umsatzwachstum war die zunehmende Nachfrage nach Werbeleistungen, insbesondere im Bereich Billboard. Der starke Anteil an hochpreisigen Werbeträgern führte zu zusätzlichen positiven Effekten im EBITDA. Weitere Folge ist, dass die Bewirtschaftungskosten unterproportional gestiegen sind, da diese Werbeträger in der Regel über Mehrfachbelegungen (Wechseltechnik) verfügen, wodurch Bewirtschaftungskosten überwiegend nur einmal anfielen. Im Bereich Transport konnte die mit einem zweistelligen Umsatzplus sehr gute Entwicklung der digitalen Medien den leichten Umsatzrückgang bei den verkehrsmittelbezogenen Werbeumsätzen mehr als kompensieren.

Ströer Türkei

In Mio. EUR	Q2 2010	Q2 2009	Veränderung	1. HJ 2010	1. HJ 2009	Veränderung
Umsatz	14,4	8,5	70,1 %	23,5	15,7	49,4 %
Billboard	9,3	6,1	52,1 %	15,5	10,7	44,4 %
Street Furniture	4,8	2,2	>100 %	7,5	4,6	62,3 %
Transport	0,3	0,2	48,3 %	0,5	0,3	31,2 %
Operational EBITDA	4,7	2,5	87,2 %	6,3	3,4	83,1 %

Die türkische Wirtschaft hat sich im 1. Halbjahr 2010 von den Folgen der Wirtschaftskrise schnell erholt. Im ersten Quartal verzeichnete sie ein Wachstum von 11,7 Prozent, das vorrangig auf anziehenden Konsumausgaben beruhte und damit den Werbemarkt belebte. Aufgrund der in den letzten Jahren vorgenommenen Investitionen in weitere moderne Werbeträger war das Segment Ströer Türkei in der Lage, vom Aufschwung überproportional zu profitieren. Bereinigt um Wechselkurseffekte verzeichnete Ströer Türkei im Vergleich zum 1. Halbjahr 2009 ein Umsatzwachstum von 40,1 Prozent.

Sonstige

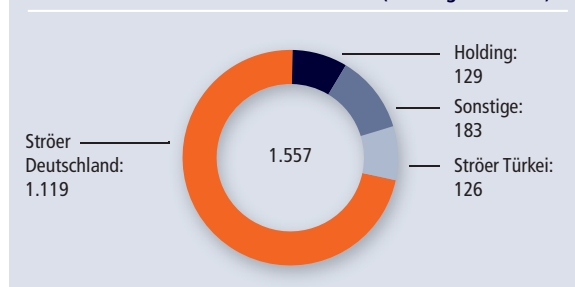
In Mio. EUR	Q2 2010	Q2 2009	Veränderung	1. HJ 2010	1. HJ 2009	Veränderung
Umsatz	14,8	11,7	26,1 %	23,8	21,0	13,4 %
Billboard	13,7	11,3	21,7 %	21,9	20,2	8,7 %
Street Furniture	0,1	0,1	45,3 %	0,2	0,2	26,9 %
Transport	0,1	0,1	-2,3 %	0,3	0,2	31,7 %
Sonstige	0,8	0,2	>100 %	1,4	0,4	>100 %
Operational EBITDA	2,1	1,1	99,5 %	1,4	1,2	11,1 %

Das Segment Sonstige entwickelte sich uneinheitlich. Während sich die Aktivitäten auf dem Riesenpostermarkt wieder belebten und mit einem Umsatzwachstum von 29,5 Prozent sogar den allgemeinen Trend auf dem Werbemarkt übertrafen, blieben unsere Aktivitäten in Polen aufgrund anhaltender Auswirkungen der Finanzkrise hinter den Erwartungen zurück.

Mitarbeiter

Am 30. Juni 2010 waren insgesamt 1.557 Mitarbeiter im Ströer Konzern beschäftigt. Im Vergleich zum 31. Dezember 2009 hat sich die Mitarbeiterzahl um 30 vermindert.

Mitarbeiter nach Unternehmensbereichen (Stichtag 30.6.2010)



Chancen- und Risikenbericht

Wir verweisen zur Darstellung der Chancen und Risiken auf unseren im Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2009 dargestellten Risikobericht.

Nachtragsbericht

Die Gesellschaft hat zirka 19,7 Millionen Aktien am Tag der Erstnotiz an der Wertpapierbörse Frankfurt platziert, davon 13,75 Millionen neue Aktien aus einer Kapitalerhöhung, rund 4,16 Millionen Aktien aus dem Eigentum des abgebenden Aktionärs Cerberus sowie etwa 1,79 Millionen Aktien im Rahmen von Mehrzuteilungen im Zusammenhang mit einer den Konsortialbanken von Ströer eingeräumten Greenshoe-Option. Im Zuge dieser Kapitalerhöhung sowie der teilweisen Ausnutzung der Greenshoe-Option durch Ausgabe von 640.000 neuen Aktien, die zum 18. August 2010 ebenfalls zum Börsenhandel zugelassen wurden, sind dem Konzern rund 288 Millionen Euro vor Abzug der Transaktionskosten zugeflossen.

Ausblick auf das Jahr 2010

Gesamtwirtschaft

Die Deutsche Bundesbank prognostiziert für das Gesamtjahr 2010 einen durchschnittlichen Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts (BIP) um rund 3 Prozent. Allein im zweiten Quartal wuchs die deutsche Wirtschaft um 2,2 Prozent, was das stärkste Wachstum seit der Wiedervereinigung darstellt. Auch das Konsumklima verbessert sich: Die Ergebnisse der Konsumklimastudie der GfK zeigen erfreuliche Werte für den Monat Juli. So verbesserte sich der Indikator für die Konjunkturerwartung deutlich auf 36,8 Punkte, den höchsten Wert seit Oktober 2007. Gleichzeitig entspannt sich die Lage auf dem Arbeitsmarkt weiter. Die deutschen Arbeitgeber rechnen im Herbst mit einem Sinken der Anzahl der Arbeitslosen auf unter 3 Millionen. In den übrigen für Ströer relevanten Märkten setzt sich der konjunkturelle Aufschwung ebenfalls fort. Prognosen zufolge dürfte das BIP 2010 in Polen um 2,5 Prozent und in der Türkei um 4,5 Prozent zulegen.

Branchenumfeld

Der weltweite Werbemarkt setzt seinen Erholungskurs fort und wird in diesem Jahr, laut einer Studie der Mediaagentur Zenith-Optimedia, um 3,5 Prozent wachsen. Vor allem in Westeuropa sind die Werbeausgaben im 1. Halbjahr 2010 stärker gestiegen als angenommen, so dass hier für 2010 mit einem Plus von 2,2 Prozent zu rechnen ist. Für den deutschen Werbemarkt wird ein Zuwachs von 2,2 Prozent erwartet. Auch die Media-Entscheider in Deutschland schauen positiv in die Zukunft. Sie erwarten mehrheitlich steigende Werbeaufwendungen, wie die im März durchgeführte Online-Befragung unter den Media-Agenturen (OMG Frühjahrsmonitor 2010) zeigt. Für das Jahr 2010 rechnet MAGNAGlobal damit, dass die Out-of-Home-Medien in Deutschland wie in den Vorjahren weiter Marktanteile hinzugewinnen.

Ausblick auf die weitere Geschäfts- und Ertragsentwicklung

Wir gehen für den Rest des Jahres 2010 davon aus, dass die vorteilhafte Entwicklung der Gesamtwirtschaft und der Werbeindustrie anhält. Damit würde dem Konzern ermöglicht, auch im Gesamtjahr höhere Umsatzerlöse und ein verbessertes operatives Ergebnis auszuweisen. Für das dritte Quartal konnte der Konzern bereits einen im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum verbesserten Auftragsbestand erreichen.

Zusätzlich werden wir in Polen, vorbehaltlich der kartellrechtlichen Genehmigung, die Anteile an News Outdoor Poland sp. z. o. o. übernehmen. In der Türkei erwerben wir im dritten Quartal 40 Prozent von unserem bisherigen Joint-Venture-Partner hinzu. Insgesamt erwarten wir aus diesen Neuakquisitionen positive Effekte auf Umsatz und operatives Ergebnis in den entsprechenden Segmenten. Für das Segment Ströer Deutschland gehen wir ebenfalls von einer positiven Entwicklung des Umsatzes und des operativen Ergebnisses aus.

Die Finanz- und Vermögenslage des Konzerns wird sich im dritten Quartal signifikant verbessern. Durch den erfolgreichen Börsengang fließt dem Konzern Eigenkapital in erheblichem Umfang zu. Die so gewonnenen Finanzmittel werden unter anderem zur Finanzierung der oben erwähnten Unternehmenserwerbe und zur Rückführung von Darlehen genutzt. Hinsichtlich weitergehender Angaben zu diesen geplanten Transaktionen verweisen wir auf die entsprechenden Angaben im Börsenzulassungsprospekt.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

In TEUR	1.4.– 30.6.2010	1.4.– 30.6.2009	1.1.– 30.6.2010	1.1.– 30.6.2009
Fortzuführende Geschäftsbereiche				
Umsatzerlöse	137.084	118.686	242.151	218.146
Umsatzkosten	-79.840	-73.712	-148.930	-142.009
Bruttoergebnis vom Umsatz	57.244	44.974	93.221	76.138
Vertriebskosten	-17.399	-17.040	-34.564	-32.640
Verwaltungskosten	-20.308	-15.723	-38.309	-32.431
Sonstige betriebliche Erträge	2.320	2.323	6.469	6.330
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.420	-2.100	-3.379	-4.250
Finanzerträge	3.864	529	5.814	916
Finanzaufwendungen	-19.798	-11.782	-32.269	-26.288
Ergebnis vor Steuern	4.504	1.180	-3.017	-12.226
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-256	297	-2.198	-3.081
Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen	4.248	1.478	-5.215	-15.307
Aufgegebener Geschäftsbereich				
Ergebnis nach Steuern aus dem aufgegebenen Geschäftsbereich	0	-84	0	-223
Überschuss/Fehlbetrag	4.248	1.394	-5.215	-15.530
Davon entfallen auf:				
Anteilseigner des Mutterunternehmens	3.585	1.228	-6.039	-15.796
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	663	166	823	266
	4.248	1.394	-5.215	-15.530
Ergebnis je Aktie (EUR, unverwässert)				
aus fortgeführten Geschäftsbereichen	0,16	0,06	-0,28	-0,71
aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	0,00	0,00	0,00	-0,01
Ergebnis je Aktie (EUR, verwässert)				
aus fortgeführten Geschäftsbereichen	0,14	0,05	-0,28	-0,71
aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	0,00	0,00	0,00	-0,01

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

In TEUR	1.4.– 30.6.2010	1.4.– 30.6.2009	1.1.– 30.6.2010	1.1.– 30.6.2009
Überschuss/Fehlbetrag	4.248	1.394	-5.215	-15.530
Fremdwährungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	-773	1.023	1.041	-724
Absicherung von Zahlungsströmen	5.518	1.163	2.222	-10.187
Ertragssteuern auf das sonstige Ergebnis	-1.694	-357	-637	3.253
Sonstiges Ergebnis nach Ertragssteuern	3.051	1.829	2.626	-7.657
Gesamtergebnis nach Ertragssteuern	7.298	3.223	-2.590	-23.187
Davon entfallen auf:				
Anteilseigner des Mutterunternehmens	6.610	3.030	-3.543	-23.458
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	689	193	953	271
	7.298	3.223	-2.590	-23.187

Konzernbilanz zum 30. Juni 2010

Aktiva (in TEUR)	30.6.2010	31.12.2009
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögensgegenstände		
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	200.605	209.095
Entwicklungskosten	4.045	3.551
Geleistete Anzahlungen	625	439
	205.275	213.084
Geschäfts- oder Firmenwerte	180.332	180.186
Sachanlagen		
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	10.696	10.842
Technische Anlagen und Maschinen	332	317
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	154.863	156.436
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	11.320	13.260
	177.211	180.854
Als Finanzinvestitionen gehaltene Immobilien	1.520	1.530
Finanzanlagen	121	121
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.698	1.342
Finanzielle Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
Finanzielle Forderungen	2.236	2.559
Sonstige Vermögenswerte	3.987	3.514
	6.224	6.074
Ertragsteueransprüche	947	939
Latente Steueransprüche	30.019	30.601
	603.347	614.731
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	4.990	4.086
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	46.297	39.778
Finanzielle Forderungen	8.234	8.456
Sonstige Vermögenswerte	32.764	19.962
Laufende Ertragsteueransprüche	4.111	4.293
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	59.045	57.257
	155.442	133.831
	758.789	748.562

Passiva (in TEUR)	30.6.2010	31.12.2009
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	23.552	512
– Bedingtes Kapital: TEUR 90 (Vj.: TEUR 90)		
Kapitalrücklage	25.512	34.509
Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	-97.766	-77.681
Kumuliertes übriges Konzernergebnis	-14.595	-17.091
	-63.297	-59.752
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	16.865	16.382
	-46.432	-43.370
Langfristige Schulden		
Pensionsrückstellungen und ähnliche Verpflichtungen	19.929	20.069
Sonstige Rückstellungen	13.197	11.820
Finanzverbindlichkeiten	559.976	555.886
Latente Steuerverbindlichkeiten	73.383	75.575
	666.486	663.350
Kurzfristige Schulden		
Sonstige Rückstellungen	22.737	23.628
Finanzverbindlichkeiten	20.828	21.792
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	59.585	50.937
Sonstige Verbindlichkeiten	30.130	25.724
Laufende Ertragsteuerverbindlichkeiten	5.455	6.501
	138.735	128.581
	758.789	748.562

Konzern-Kapitalflussrechnung zum 30. Juni 2010

In TEUR	1.1.– 30.6.2010	1.1.– 30.6.2009
Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit		
Periodenergebnis vor Zinsen und Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen	23.438	13.146
Periodenergebnis vor Zinsen und Steuern aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	0	-223
Abschreibungen (+)/Zuschreibungen (-) auf Gegenstände des Anlagevermögens	20.720	24.671
Gezahlte (-) Zinsen	-22.266	-27.060
Erhaltene (+) Zinsen	1.149	498
Gezahlte (-)/erhaltene (+) Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-6.443	-2.458
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Rückstellungen	-957	-1.430
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+)/Erträge (-)	2.254	1.842
Gewinn (-)/Verlust (+) aus Anlageabgängen	628	73
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	-19.140	1.580
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	10.402	-292
Cash-Flow aus operativer Tätigkeit	9.785	10.347
Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit		
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens	313	2.329
Auszahlungen (-) für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-5.625	-13.025
Auszahlungen (-) für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-1.015	-1.072
Auszahlungen (-) für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-65	-15
Einzahlungen (+)/Auszahlungen (-) aus dem Kauf von konsolidierten Unternehmen	-222	85
Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit	-6.614	-11.698

In TEUR	1.1.– 30.6.2010	1.1.– 30.6.2009
Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit		
Auszahlungen (-) an Gesellschafter	-473	-392
Einzahlungen (+) aus der Aufnahme von (Finanz-) Krediten	0	258
Auszahlungen (-) aus der Tilgung von (Finanz-) Krediten	-911	-989
Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit	-1.383	-1.123
Finanzmittelfonds am Ende der Periode		
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	1.788	-2.474
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	57.257	42.499
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	59.045	40.025
Zusammensetzung des Finanzmittelfonds		
Liquide Mittel	59.045	40.025
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	59.045	40.025

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung zum 30. Juni 2010

Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital

	Gezeichnetes Kapital		Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern- Eigenkapital
	Stammaktien	Vorzugsaktien		
In TEUR				
1.1.2010	474	38	34.509	-77.681
Überschuss/Fehlbetrag	0	0	0	-6.039
Sonstiges Ergebnis	0	0	0	0
Gesamtergebnis	0	0	0	-6.039
Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln	21.312	1.728	-8.997	-14.043
Dividenden	0	0	0	-3
	21.312	1.728	-8.997	-14.046
30.6.2010	21.786	1.766	25.512	-97.766

	Gezeichnetes Kapital		Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern- Eigenkapital
	Stammaktien	Vorzugsaktien		
In TEUR				
1.1.2009	474	38	34.509	-77.085
Überschuss/Fehlbetrag	0	0	0	-15.796
Sonstiges Ergebnis	0	0	0	0
Gesamtergebnis	0	0	0	-15.796
Sonstige Veränderung	0	0	0	0
Dividenden	0	0	0	0
	0	0	0	0
30.6.2009	474	38	34.509	-92.881

Kumuliertes übriges Konzernergebnis		Summe	Anteile ohne beherrschenden Einfluss	Summe Eigenkapital
Fremdwährungsrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	Absicherung von Zahlungszuströmen			
-4.667	-12.424	-59.752	16.382	-43.370
0	0	-6.039	823	-5.215
911	1.585	2.496	130	2.626
911	1.585	-3.543	953	-2.590
0	0	0	0	0
0	0	-3	-470	-473
0	0	-3	-470	-473
-3.756	-10.839	-63.297	16.865	-46.432

Kumuliertes übriges Konzernergebnis		Summe	Anteile ohne beherrschenden Einfluss	Summe Eigenkapital
Fremdwährungsrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	Absicherung von Zahlungszuströmen			
-5.359	-5.459	-52.882	17.125	-35.756
0	0	-15.796	266	-15.530
-728	-6.934	-7.662	5	-7.657
-728	-6.934	-23.458	271	-23.187
0	0	0	14	14
0	0	0	-392	-392
0	0	0	-378	-378
-6.087	-12.393	-76.340	17.018	-59.321

Berichterstattung nach operativen Segmenten

In TEUR	Ströer Deutschland	Ströer Türkei	Sonstige	Überleitung	Konzernwert
1.4.–30.6.2010					
Außenumsatzerlöse	107.878	14.434	14.772	0	137.084
Innenumsatzerlöse	4	0	13	-17	0
Segmentumsätze	107.882	14.434	14.785	-17	137.084
Operational EBITDA	30.801	4.675	2.103	-1.869	35.710
1.4.–30.6.2009					
Außenumsatzerlöse	98.424	8.485	11.776	0	118.685
Innenumsatzerlöse	0	0	-40	40	0
Segmentumsätze	98.424	8.485	11.736	40	118.685
Operational EBITDA	23.421	2.497	1.054	-1.702	25.270

Berichterstattung nach Produktgruppen

In TEUR	Billboard	Street Furniture	Transport	Sonstige	Konzernwert
1.4.–30.6.2010					
Außenumsatzerlöse	73.420	33.268	18.601	11.795	137.084
1.4.–30.6.2009					
Außenumsatzerlöse	63.407	28.112	17.685	9.481	118.685

In TEUR	Ströer Deutschland	Ströer Türkei	Sonstige	Überleitung	Konzernwert
1.1.–30.6.2010					
Außenumsatzerlöse	194.901	23.468	23.782	0	242.151
Innenumsatzerlöse	8	0	13	-21	0
Segmentumsätze	194.909	23.468	23.795	-21	242.151
Operational EBITDA	48.211	6.302	1.381	-3.489	52.405
1.1.–30.6.2009					
Außenumsatzerlöse	181.529	15.711	20.906	0	218.146
Innenumsatzerlöse	0	0	80	-80	0
Segmentumsätze	181.529	15.711	20.986	-80	218.146
Operational EBITDA	39.099	3.441	1.244	-3.567	40.217

In TEUR	Billboard	Street Furniture	Transport	Sonstige	Konzernwert
1.1.–30.6.2010					
Außenumsatzerlöse	125.292	59.488	34.282	23.088	242.151
1.1.–30.6.2009					
Außenumsatzerlöse	111.451	53.344	32.996	20.356	218.146

Erläuterungen zum verkürzten Konzernzwischenabschluss

Allgemeine Informationen

Informationen zu Gesellschaft und Konzern

Die Ströer Out-of-Home Media AG (im Folgenden: „Ströer“) hat ihren Firmensitz in der Ströer Allee 1 in Köln (Deutschland) und ist beim Amtsgericht Köln im Handelsregister unter HRB 41548 eingetragen.

Unternehmensgegenstand der Ströer AG und der im verkürzten Konzernzwischenabschluss zusammengefassten Unternehmen (im Folgenden: „Ströer Konzern“ oder „Konzern“) ist die Vermarktung von Out-of-Home-Medien. Zum Einsatz kommen hierbei vom klassischen Billboard über Transportmedien bis hin zu elektronischen Medien alle Out-of-Home-Werbeformen. Für eine ausführlichere Beschreibung der Konzernstruktur und der operativen Segmente verweisen wir auf die entsprechenden Ausführungen im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009.

Grundlagen der Erstellung des Abschlusses

Der verkürzte Konzernzwischenabschluss für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2010 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt. Dieser Konzernzwischenabschluss muss im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009 gelesen werden.

Die nach IAS 34 notwendigen Angaben über die Veränderung einzelner Positionen der Konzernbilanz, Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Konzernkapitalflussrechnung werden im Konzernzwischenlagebericht vorgenommen.

Aus rechnerischen Gründen können sich in den Tabellen Rundungsdifferenzen zu den mathematisch exakten Werten ergeben.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für diesen Konzernzwischenabschluss wurden die Werte unter Anwendung der International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, ermittelt. Auf den Konzernzwischenabschluss wurden mit Ausnahme der im folgenden Absatz dargestellten Änderungen die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden angewandt wie im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009.

Mit Wirkung zum 1. Januar 2010 wurde der IFRS 8 „Segmentberichterstattung“ dahingehend geändert, dass die bisherige unbedingte Angabepflicht zu den Vermögenswerten je Segment entfällt und durch eine bedingte Angabepflicht ersetzt worden ist. In unserer internen Berichterstattung wird diese Kenngröße nicht der verantwortlichen Unternehmensinstanz vorgelegt. Daher geben wir die Kenngröße nicht mehr innerhalb der Segmentberichterstattung an. Die Vorjahresangabe entfällt ebenso ersatzlos.

Zum 1. Januar 2010 haben wir die Richtlinie zur Ermittlung des Operational EBITDA geändert. Ab diesem Zeitpunkt werden (nicht zahlungswirksame) Bewertungseffekte für Rückstellungen aus einem Phantom-Stock-Programm für den Vorstand als Bestandteil eines langfristigen Vergütungsprogramms bei der Berechnung des Operational EBITDA herausgerechnet. Hintergrund ist, dass dieses Programm mit dem Börsengang endet und ausbezahlt wird. Die Vergleichszahlen des 2. Quartals 2009 wurden rückwirkend angepasst. Der Effekt der Anpassung beträgt TEUR 163.

Auf die drei im Geschäftsjahr 2010 erfolgten Unternehmenserwerbe im Markt für Stadtkulturwerbung (siehe auch Angaben zu Unternehmenserwerben) wurden erstmals die ab dem 1. Januar 2010 geltenden Regelungen des IFRS 3 „Unternehmenszusammenschlüsse“ und des IAS 27 „Konzern- und Einzelabschlüsse“ prospektiv angewandt. Die Vergleichsperioden wurden nicht angepasst.

Die für die vorgenommenen Transaktionen wesentlichen Änderungen gegenüber der bisherigen Fassung des IFRS 3 stellen sich zusammengefasst wie folgt dar:

- Bei sukzessiven Unternehmenserwerben werden die bereits zum Zeitpunkt der Kontrollerlangung gehaltenen Anteile erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Der Goodwill ermittelt sich im Anschluss als Differenz zwischen dem Kaufpreis zuzüglich dem Zeitwert der neubewerteten Anteile abzüglich des Werts des erworbenen Nettovermögens.
- Anschaffungsnebenkosten werden sofort ergebniswirksam erfasst.
- IFRS 3 regelt erstmals den Ansatz und die Bewertung von Rechten, die bereits vor dem Zusammenschluss den erworbenen Unternehmen durch den Erwerber eingeräumt worden sind und nun wirtschaftlich an den Erwerber zurückfallen (so genannte zurückerworbenne Rechte).

Schätzungen

Die Erstellung des Konzernzwischenabschlusses in Übereinstimmung mit den IFRS macht es erforderlich, Annahmen und Schätzungen zu treffen, welche die Beträge beeinflussen, die im Konzernabschluss oder –zwischenabschluss ausgewiesen werden. Die Schätzungen basieren auf Erfahrungen der Vergangenheit und anderen Kenntnissen der zu bilanzierenden Geschäftsvorfälle. Die tatsächlichen Ergebnisse können von solchen Schätzungen abweichen.

Auf die in diesem Konzernzwischenabschluss dargestellten geschätzten Werte wurden mit Ausnahme der im nächsten Abschnitt dargestellten Änderung die gleichen Schätzverfahren und Annahmen wie im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009 angewandt.

Wir haben die Kosten für die Rückbauverpflichtungen für Werbeträger auf Basis der zukünftig anfallenden Kosten neu geschätzt. Daraus resultierte eine Anpassung von insgesamt TEUR 1.532, die ergebnisneutral als Erhöhung der zugrunde liegenden Vermögenswerte und der Rückstellungen erfasst worden ist. Auf Basis einer Nutzungsdauer von 15 Jahren führt diese Anpassung zu einem um TEUR 102 erhöhten Abschreibungsaufwand. Wird der derzeit für die Abzinsung der Rückstellung zugrunde gelegte Zins genutzt, führt die Anpassung in den Folgejahren zu einem höheren Zinsaufwand von mindestens TEUR 64.

Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen

Bezüglich der Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009. Es haben sich bis zum 30. Juni 2010 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

Gezahlte Dividenden

Der Konzern hat im Jahr 2010 Dividenden von insgesamt TEUR 3 auf Vorzugsaktien sowie TEUR 470 auf Anteile von nicht beherrschenden Gesellschaftern gezahlt.

Segmentberichterstattung

Bezüglich der Abgrenzung der Segmente und der Produktgruppen verweisen wir auf die Angaben im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009.

Im Vergleich zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009 wurden die Bezeichnungen der operativen Segmente wie folgt geändert: Das Segment „SMD“ wurde in „Ströer Deutschland“, das Segment „Türkei“ in „Ströer Türkei“ und der Bereich „Alle übrigen Segmente“ in das Segment „Sonstige“ umbenannt.

Überleitungsrechnung zur Segmentberichterstattung nach operativen Segmenten

In TEUR	1.4 – 30.6.2010	1.4. – 30.6.2009
Summe Segmentergebnisse (Operational EBITDA)	37.579	26.972
Zentrale Posten	-1.869	-1.702
Operational EBITDA Konzern	35.710	25.270
Bereinigungseffekte	-4.870	-1.629
EBITDA	30.840	23.641
Abschreibungen	-10.402	-11.208
Finanzerträge	3.864	529
Finanzaufwendungen	-19.798	-11.782
Ergebnis vor Steuern	4.504	1.180
In TEUR	1.1. – 30.6.2010	1.1. – 30.6.2009
Summe Segmentergebnisse (Operational EBITDA)	55.894	43.784
Zentrale Posten	-3.489	-3.567
Operational EBITDA Konzern	52.405	40.217
Bereinigungseffekte	-8.247	-2.400
EBITDA	44.158	37.817
Abschreibungen	-20.720	-24.671
Finanzerträge	5.814	916
Finanzaufwendungen	-32.269	-26.288
Ergebnis vor Steuern	-3.017	-12.226

Ausgewählte Angaben zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, zur Konzernbilanz und zur Konzern-Kapitalflussrechnung sowie sonstige Angaben

Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln

Die Konzernmuttergesellschaft hat eine Kapitalerhöhung von insgesamt TEUR 23.040 aus Gesellschaftsmitteln durchgeführt. In diesem Rahmen wurden TEUR 14.043 aus dem erwirtschafteten Eigenkapital und TEUR 8.997 aus der Kapitalrücklage in das gezeichnete Kapital umgegliedert.

Saisonalität

Die Umsatzerlöse und Ergebnisse des Konzerns unterliegen einer Saisonalität. Das erste und das dritte Quartal liegen sowohl im Umsatz als auch im Ergebnis in der Regel unter dem zweiten und vierten Quartal.

Angaben zu Unternehmenserwerben

Mit Wirkung vom 30. Juni 2010 hat der Konzern an der SK Kulturwerbung Rhein-Main GmbH, Frankfurt / Main, der SK Kulturwerbung Bremen-Hannover GmbH, Bremen, und der Stadtkultur Rhein-Ruhr GmbH Büro für Kultur- und Produktinformation, Essen, jeweils weitere 50 Prozent der Anteile erworben. Er hält damit seit diesem Datum an allen drei Gesellschaften sämtliche Gesellschaftsanteile. Die Anteile sind zur Festigung der Stellung des Konzerns auf dem Markt für Stadtkulturmarketing erworben worden.

Aus Gründen der Übersichtlichkeit werden die quantitativen Angaben für die drei erworbenen Gesellschaften in Summe gemacht.

Der Gesamtkaufpreis setzt sich wie folgt zusammen:

In TEUR	
Barleistung	424
Kaufpreiszahlungen in späteren Perioden	75
Beizulegender Zeitwert der Altanteile nach Neubewertung	499
Gesamtbetrag der Gegenleistung	998

Aus der Neubewertung der bereits gehaltenen Anteile resultiert ein Betrag von insgesamt TEUR 416, der in den sonstigen betrieblichen Erträgen erfasst worden ist.

Der beizulegende Zeitwert sowie der Bruttobetrag der erworbenen Forderungen, aufgeschlüsselt nach den wesentlichen Kategorien, setzen sich wie folgt zusammen:

In TEUR	Beizulegender Zeitwert	Bruttobetrag
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	186	189
Finanzielle Forderungen	16	16
Sonstige Vermögenswerte	160	160

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

Die für jede Hauptgruppe von Vermögenswerten und Schulden im Rahmen der Akquisition erfassten Beträge inklusive der Anpassungen aus der Zeitwertbewertung sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen.

In TEUR	Buchwert vor Akquisition	Anpassungsbetrag	Buchwert nach Akquisition
Langfristige Vermögenswerte	109	875	984
Kurzfristige Vermögenswerte	1.077	0	1.077
Langfristige Schulden	68	178	246
Kurzfristige Schulden	817	0	817

Im Rahmen der Transaktion sind Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von TEUR 313 erfasst worden. Die Geschäfts- oder Firmenwerte beruhen auf Ertragsersparungen späterer Jahre. Für steuerliche Zwecke sind keine Geschäfts- oder Firmenwerte entstanden.

Wenn die Gesellschaften bereits seit dem 1. Januar 2010 im Wege der Vollkonsolidierung in den Konzern einbezogen gewesen wären, hätten sich die Auswirkungen auf Umsatz und Ergebnis wie folgt dargestellt:

In TEUR	Umsatzerlöse	Ergebnis nach Steuern
1.1. – 30.6.2010	555	-41

Ausweis der Ein- und Auszahlungen aus kurzfristigen Finanzkrediten

In Übereinstimmung mit dem in IAS 7.22 (b) in Verbindung mit IAS 7.23A (c) eingeräumten Wahlrecht werden die Ein- und Auszahlungen aus Finanzkrediten mit einer Laufzeit von weniger als drei Monaten saldiert in der Linie „Einzahlungen aus der Aufnahme von (Finanz-) Krediten“ oder der Linie „Auszahlungen aus der Tilgung von (Finanz-) Krediten“ ausgewiesen, je nachdem, ob zum jeweiligen Stichtag in der saldierten Betrachtung eine Ein- oder Auszahlung vorliegt.

Erläuterungen zu einzelnen Aufwandspositionen

Aufgrund der Vorbereitungen für die nach dem Abschlussstichtag erfolgte Börsenzulassung sind Aufwendungen für Rechts- und übrige Unternehmensberatung sowie für die Erstellung der gesetzlich vorgeschriebenen Zulassungsdokumente in Höhe von TEUR 5.853 angefallen. Diese Aufwendungen sind nach Abzug der mit dem Eigenkapital brutto verrechenbaren Kosten in Höhe von TEUR 861 in den Verwaltungskosten erfasst worden.

Aufgrund des Börsengangs und der damit verbundenen Rückführung von Darlehen gehen wir bei drei Zinssicherungsinstrumenten nicht mehr davon aus, dass die gesicherten Transaktionen noch eintreten. Im Wege der Beendigung der Sicherungsbeziehungen wurden insgesamt TEUR 5.332 erfolgswirksam aus dem kumulierten übrigen Konzerneigenkapital in die Finanzaufwendungen der Gewinn- und Verlustrechnung umklassifiziert.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Die Gesellschaft hat zirka 19,7 Millionen Aktien am Tag der Erstnotiz an der Wertpapierbörse Frankfurt platziert, davon 13,75 Millionen neue Aktien aus einer Kapitalerhöhung, rund 4,16 Millionen Aktien aus dem Eigentum des abgehenden Aktionärs Cerberus sowie etwa 1,79 Millionen Aktien im Rahmen von Mehrzuteilungen im Zusammenhang mit einer den Konsortialbanken von Ströer eingeräumten Greenshoe-Option. Im Zuge dieser Kapitalerhöhung sowie der teilweisen Ausnutzung der Greenshoe-Option durch Ausgabe von 640.000 neuen Aktien, die zum 18. August 2010 ebenfalls zum Börsenhandel zugelassen wurden, sind dem Konzern rund 288 Millionen Euro vor Abzug der Transaktionskosten zugeflossen.

Köln, 30. August 2010

Ströer Out-of-Home Media AG

Udo Müller

Alfried Bührdel

Dirk Wiedenmann

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der verkürzte Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Köln, 30. August 2010

Ströer Out-of-Home Media AG



Udo Müller
Vorstandsvorsitzender



Alfried Bührdel
Finanzvorstand



Dirk Wiedenmann
Mitglied des Vorstands

Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

An die Ströer Out-of-Home Media AG

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und Gesamtergebnisrechnung, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der Ströer Out-of-Home Media AG, Köln, für den Zeitraum vom 1. Januar 2010 bis 30. Juni 2010, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 37w WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die prüferische Durchsicht von Abschlüssen vorgenommen. Danach ist die prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer

Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind. Eine prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

Köln, 30. August 2010

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Muzzu Kamann
Wirtschaftsprüfer Wirtschaftsprüferin

IR-Kontakt

Ströer Out-of-Home Media AG

Investor Relations
Ströer Allee 1 . 50999 Köln
+49 (0)2236 . 96 45-356 Telefon
+49 (0)2236 . 96 45-6356 Fax
ir@stroeer.de

Stefan Hütwohl
Director Group Finance and Investor Relations
+49 (0)2236 . 96 45-338 Telefon
+49 (0)2236 . 96 45-6338 Fax
shuetwohl@stroeer.de

Impressum

Herausgeber

Ströer Out-of-Home Media AG
Ströer Allee 1 . 50999 Köln
+49 (0)2236 . 96 45-0 Telefon
+49 (0)2236 . 96 45-299 Fax
info@stroeer.com

Amtsgericht Köln
HRB 41 548
USt.-Id.-Nr.: DE811763883
Dieser Halbjahresbericht wurde am 31. August 2010 veröffentlicht. Er liegt in deutscher und englischer Sprache vor.

Disclaimer

Dieser Quartalsfinanzbericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen mit damit verbundenen Risiken und Unwägbarkeiten. Die tatsächliche Geschäftsentwicklung und die Ergebnisse der Ströer Out-of-Home Media AG sowie des Konzerns können in der Zukunft unter Umständen wesentlich von den diesem Quartalsfinanzbericht zugrunde gelegten Annahmen

abweichen. Dieser Quartalsfinanzbericht stellt kein Angebot zum Verkauf und keine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf von Wertpapieren der Ströer Out-of-Home Media AG dar. Dieser Quartalsfinanzbericht verpflichtet nicht zu einer Aktualisierung der darin enthaltenen Aussagen.

Ströer Out-of-Home Media AG
Ströer Allee 1 . 50999 Köln
+49 (0)2236 . 96 45-0 Telefon
+49 (0)2236 . 96 45-299 Fax
www.stroer.com