

## Halbjahresbericht 6M/Q2 2011

Konzern-Finanzkennzahlen im Überblick	1
Vorwort des Vorstands	2
Aktie	4
Konzernzwischenlagebericht	7
Konzern und Berichtszeitraum	7
Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns	7
Geschäfts- und Ertragsentwicklung Segmente	13
Mitarbeiter	14
Chancen- und Risikenbericht	15
Nachtragsbericht	15
Ausblick auf das Jahr 2011	15
Konzernzwischenabschluss	17
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	17
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	18
Konzernbilanz	19
Konzern-Kapitalflussrechnung	20
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	21
Berichterstattung nach operativen Segmenten	22
Berichterstattung nach Produktgruppen	22
Erläuterungen zum verkürzten Konzernzwischenabschluss	23
Allgemeine Informationen	23
Ausgewählte Angaben zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, zur Konzernbilanz und zur Konzern-Kapitalflussrechnung sowie sonstige Angaben	25
Versicherung der gesetzlichen Vertreter	26
Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung / Überleitungsrechnung	27
Finanzkalender, Kontakt, Impressum, Disclaimer	28

## Kennzahlen

### Konzern-Finanzkennzahlen im Überblick

In Mio. EUR	Q2 2011	Q2 2010	Veränderung	6M 2011	6M 2010	Veränderung
<b>Umsatz</b>	<b>159,4</b>	<b>137,1</b>	<b>16,3%</b>	<b>282,3</b>	<b>242,2</b>	<b>16,6%</b>
<b>pro Segment</b>						
Ströer Deutschland	115,9	107,9	7,5%	207,8	194,9	6,6%
Ströer Türkei	26,2	14,4	81,4%	44,9	23,5	91,4%
Sonstige	17,5	14,8	18,3%	29,8	23,8	25,1%
<b>pro Produktgruppe</b>						
Billboard	89,2	73,4	21,5%	152,1	125,3	21,4%
Street Furniture	39,0	33,3	17,3%	72,8	59,5	22,3%
Transport	22,5	18,6	20,9%	40,9	34,3	19,4%
Sonstige	8,7	11,8	-26,5%	16,5	23,1	-28,6%
Organisches Wachstum <sup>1)</sup>	5,4%	14,0%		7,3%	10,0%	
Bruttoergebnis vom Umsatz <sup>2)</sup>	63,9	57,2	11,6%	100,6	93,2	7,9%
<b>Operational EBITDA<sup>3)</sup></b>	<b>43,6</b>	<b>35,7</b>	<b>22,0%</b>	<b>59,8</b>	<b>52,4</b>	<b>14,0%</b>
<b>Operational EBITDA<sup>3)</sup> - Marge</b>	<b>27,3%</b>	<b>26,1%</b>		<b>21,2%</b>	<b>21,6%</b>	
Bereinigtes EBIT <sup>4)</sup>	35,8	29,2	22,7%	42,6	39,5	7,9%
Bereinigte EBIT <sup>4)</sup> - Marge	22,5%	21,3%		15,1%	16,3%	
Bereinigter Periodenüberschuss/-fehlbetrag <sup>5)</sup>	17,7	12,1	46,6%	16,5	11,7	41,0%
Bereinigtes Ergebnis je Aktie <sup>6)</sup> (EUR)	0,42	0,29		0,39	0,28	
Periodenüberschuss/-fehlbetrag	5,5	4,2	29,8%	-1,2	-5,2	n.d.
Ergebnis je Aktie <sup>7)</sup> (EUR)	0,13	0,10		-0,03	-0,12	
				<b>6M 2011</b>	<b>6M 2010</b>	<b>Veränderung</b>
Investitionen <sup>8)</sup>				22,5	6,6	>100%
Free Cash-Flow <sup>9)</sup>				1,7	3,2	-46,3%
				<b>30.6.2011</b>	<b>31.12.2010</b>	<b>Veränderung</b>
Bilanzsumme				975,1	987,1	-1,2%
Eigenkapital				280,6	294,4	-4,7%
Eigenkapitalquote				28,8%	29,8%	
Nettoverschuldung <sup>10)</sup>				319,3	320,1	-0,2%
Mitarbeiter <sup>11)</sup>				1.734	1.731	0,1%

1) Organisches Wachstum: ohne Währungskurseffekte und Effekte aus (Ent-)Konsolidierung und Beendigung von Geschäftsbereichen

2) Umsatz abzüglich Umsatzkosten

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

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

5) Bereinigtes EBIT abzüglich um Sondereffekte bereinigtes Finanzergebnis und normalisierter Steueraufwand

6) Berechnet auf Basis des bereinigten Periodenergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien nach Börsengang

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

8) Beinhaltet Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen, aber keine Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen und Auszahlungen aus dem Kauf von konsolidierten Unternehmen

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

10) Finanzverbindlichkeiten abzüglich derivative Finanzinstrumente und liquide Mittel

11) Nach Anzahl der Personen

## Vorwort des Vorstands

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

im 1. Halbjahr 2011 konnten wir den Wachstumskurs ungeachtet des in Europa volatileren gesamtwirtschaftlichen Marktumfelds fortsetzen. Der Konzernumsatz stieg in den ersten sechs Monaten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 16,6 Prozent auf 282,3 Millionen Euro – teilweise bedingt durch die in der zweiten Hälfte des Vorjahres vorgenommenen Aufstockungen im Beteiligungsportfolio. Bleiben diese Veränderungen sowie Effekte aus Währungskursveränderungen unberücksichtigt, verzeichnete die Gruppe ein organisches Wachstum von 7,3 Prozent. Die robuste Entwicklung von Ströer Deutschland war ein wesentlicher Treiber für diesen Erfolg.

Ein wichtiger Hebel für das Wachstum der geschäftlichen Aktivitäten in Deutschland ist der Bereich Digital Business, der inzwischen einen mittleren einstelligen Prozentsatz zum Konzernumsatz beiträgt und seinen Umsatzanteil weiter ausbauen konnte. Dazu wird zukünftig die bundesweite Verbreitung des Out-of-Home-Channels verstärkt beitragen, von dem wir bis Ende Juli bereits über 730 großformatige HD-Bildschirme in den frequentiertesten deutschen Bahnhöfen installiert haben. Mit dem Out-of-Home-Channel setzen wir wegweisende Impulse in der Außenwerbung, die von unseren Kunden positiv aufgenommen und bereits mit 7-stelligen Auftragsvolumina honoriert wurden. Besonders unsere wichtigste Kundengruppe in Deutschland, die TOP-200-Werbetreibenden, die ungefähr 40 Prozent der gesamten Werbespendings generieren, glauben wir für dieses Angebot maßgeblich gewinnen zu können. Neben dem florierenden Digitalgeschäft sehen wir aber auch weiterhin eine dynamische Entwicklung unserer Premiumwerbeträger in den Produktgruppen Street Furniture und Billboards. Zudem arbeiten wir daran, die virtuelle mit der realen Welt zu verbinden. Im April haben wir dafür die „Virtual Out-of-Home“ App, kurz Vooh!, für Smartphones eingeführt. Sie ermöglicht es Werbetreibenden, ihre Kampagnenmotive mit Mehrwert-Inhalten aus dem Web zu verbinden, zum Beispiel Wegeführungen, Gewinnspielen oder Bewegtbild-Spots. Das Digital- und das Premium Business sind aus unserer Sicht wichtige Bausteine, um unsere Unternehmensentwicklung auch in Zukunft dynamisch und profitabel zu gestalten.

Unsere internationalen Aktivitäten in der Türkei und Polen konnten hingegen unsere Erwartungen im ersten Halbjahr nicht vollständig erfüllen. Beide Volkswirtschaften entwickelten sich zwar im Berichtszeitraum günstig, jedoch verhinderten marktbedingte Strukturen bzw. Veränderungen, dass sich die positiven, makroökonomischen Impulse im gleichen Umfang in den lokalen Geschäftsvolumina widerspiegeln. In der Türkei verzeichneten wir im zweiten Quartal ein organisches Wachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich, obwohl die im Juni abgehaltenen Parlamentswahlen und die sich noch immer auswirkende Gesetzesänderung in Bezug auf Fernsehwerbung für Umsatzeinbußen sorgten. Bei der Umrechnung der türkischen Geschäftsergebnisse in Euro mussten wir darüber hinaus die Auswirkungen einer schwächeren Türkischen Lira verarbeiten. In Polen wurden unsere Geschäftsaktivitäten von der rückläufigen Entwicklung des Außenwerbemarktes beeinflusst. Nach der Verstärkung des Managements konnten wir jedoch neue vertriebliche Impulse setzen und Terrain zurückgewinnen. Gemeinsam mit anderen Branchenvertretern trieben wir die Professionalisierung weiter voran und unterzeichneten die Vereinbarung zur Einführung des Reichweitenmessungssystems POSTAR. Unsere europaweit vertretene Riesenposter-Tochtergesellschaft blowUP media erzielte im ersten Halbjahr ein Wachstum im hohen einstelligen Prozentbereich. Sowohl blowUP als auch das um News Outdoor Poland erweiterte Geschäft von Ströer Polen trugen in den ersten sechs Monaten dieses Jahres dazu bei, die Operational EBITDA-Marge des Segments Sonstige um 173 Basispunkte auf 7,5 Prozent zu verbessern.

Begleitet von einem vorteilhaften Wandel der Mediennutzung liegen wir mit unseren geschäftlichen Aktivitäten auch in diesem Jahr auf Wachstumskurs. Wir halten für das Gesamtjahr am Korridor für das organische Umsatzwachstum der Gruppe im Bereich eines mittleren bis hohen einstelligen Prozentsatzes fest, erwarten aber aufgrund der sich eintrübenden makroökonomischen Rahmenbedingungen sowie eingeschränkter Visibilität nur eine Entwicklung am unteren Ende dieses Korridors.

Vielen Dank für Ihr Vertrauen



Udo Müller



Alfried Bürdel



Dirk Wiedenmann

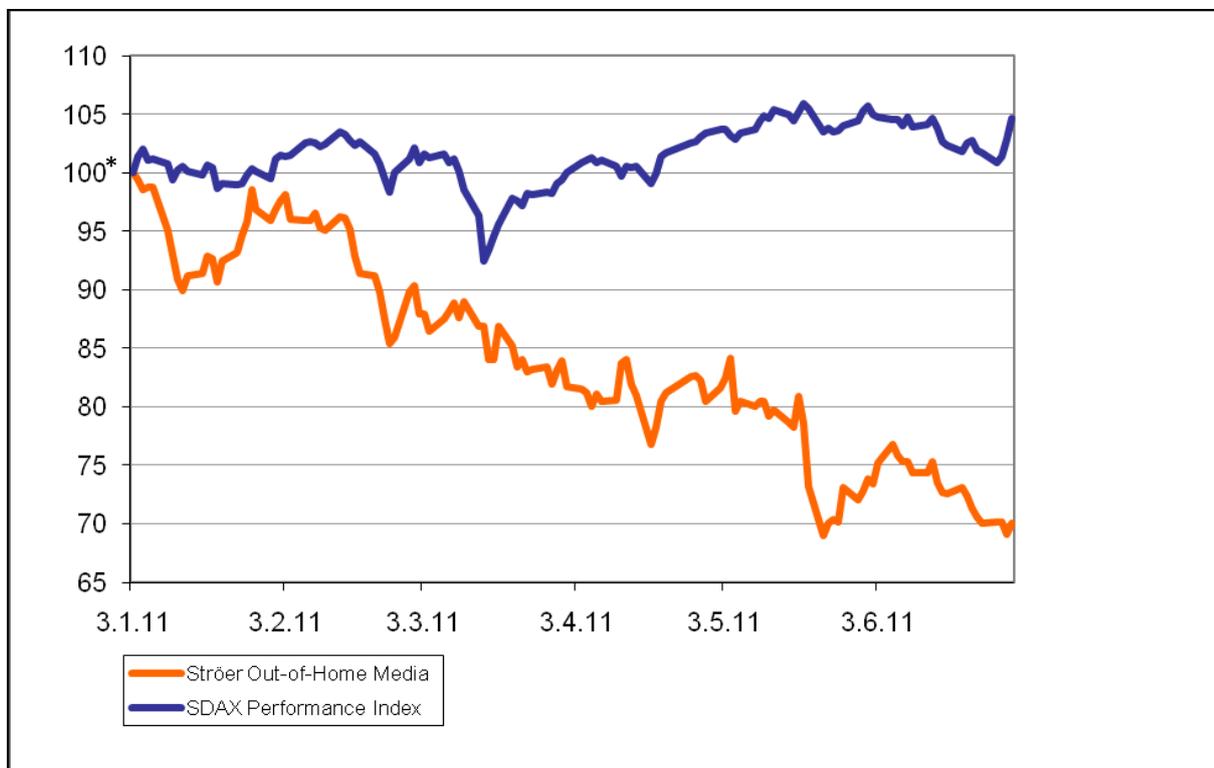
## Aktie

Mit dem Jahresschlusskurs 2010 hatte die Aktie der Ströer Out-of-Home Media AG ihren Emissionskurs um fast 34 Prozent übertroffen. Diese positive Entwicklung konnte sie im 1. Halbjahr 2011 nicht fortsetzen. Nach einem volatilen Kursverlauf zum Jahresauftakt setzte Mitte Februar ein Abwärtstrend ein, der zu deutlichen Kursverlusten führte. Die allgemeine Erholung der Börsen ab Mitte März brachte keine Unterstützung. Am 23. Mai 2011 notierte die Ströer Aktie unter dem Emissionspreis von 20,00 Euro und erreichte mit 18,87 Euro den tiefsten Stand der ersten sechs Monate dieses Jahres. Bis Anfang Juni legte die Aktie wieder auf 21,00 Euro zu, konnte den Anstieg aber nicht dauerhaft halten. Am 30. Juni 2011 beendete sie den Handel mit einem Kurs von 19,15 Euro bzw. einem Minus von nahezu 30 Prozent gegenüber Jahresanfang. Der SDAX verzeichnete im Vergleichszeitraum ein leichtes Plus von knapp 5 Prozent.

Die Kursrückgänge des ersten Halbjahres sind zum Teil auf Gewinnmitnahmen von Investoren zurückzuführen. Dabei wirkte sich auch aus, dass die Liquidität unserer Aktie noch nicht das gewünschte Niveau erreicht hat, mit dem sonst bei größeren Ordnern überproportional starke Schwankungen eher vermieden werden können. Hinzu kam, dass bei der Veröffentlichung unserer Zahlen zum 1. Quartal 2011 Mitte Mai einzelne Erwartungen des Kapitalmarktes nicht bestätigt werden konnten. Eine damit verbundene Reduktion des Zielkurses und die entsprechende Verkaufsempfehlung eines Analysten-Teams wirkten sich dämpfend auf die weitere Entwicklung der Aktie aus.

### Die Ströer Aktie im Vergleich zum SDAX

(1. Januar bis 30. Juni 2011)



\* 3.1.2011 = 100, Kursverläufe indiziert, Schlusskurse Xetra

Quelle: Deutsche Börse Group

## Ordentliche Hauptversammlung

Am 15. Juni 2011 fand die erste Hauptversammlung der Ströer Out-of-Home Media AG nach dem Börsengang statt. Rund 70 Anteilseigner, Gäste und Vertreter der Presse folgten der Einladung des Vorstands in das Congress-Centrum der Koelnmesse. Insgesamt waren rund 83,5 Prozent des Grundkapitals vertreten. Alle Beschlussvorschläge des Aufsichtsrats und des Vorstands wurden mit Mehrheiten von mindestens 95,1 Prozent angenommen.

## Börsennotierung, Marktkapitalisierung und Handelsvolumen

Die Aktie der Ströer Out-of-Home Media AG ist im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notiert und seit September 2010 im Auswahlindex SDAX gelistet. Auf Basis des Aktienkurses vom 30. Juni 2011 erreichte die Marktkapitalisierung einen Wert von 807 Millionen Euro.

Das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen der Ströer Aktie an den deutschen Börsen lag in den ersten sechs Monaten des Jahres 2011 bei gut 33.000 Stück. Unter zusätzlicher Berücksichtigung der außerbörslichen Handelsaktivitäten, die zwischen Investoren und Brokern over-the-counter (OTC) abgewickelt werden, wurden im ersten Halbjahr im Schnitt rund 128.000 Aktien pro Tag gehandelt. Insgesamt entfiel im Berichtszeitraum ein Anteil von 73 Prozent auf den OTC-Handel.

Um die Liquidität der Ströer Aktie im fortlaufenden Handel auf Xetra weiter zu verbessern und damit die Attraktivität für Investoren zu steigern, hat die Ströer Out-of-Home Media AG neben J.P. Morgan und Morgan Stanley seit Juli 2011 mit der Close Brothers Seydler Bank AG einen weiteren Designated Sponsor verpflichtet.

## Analysten-Studien

Die Coverage durch Research Analysten konnten wir im laufenden Geschäftsjahr erneut deutlich ausbauen. So wird die Ströer Out-of-Home Media AG inzwischen von fünfzehn Analysten-Teams begleitet. Von den jüngsten Einschätzungen lauten zwölf ‚Kaufen‘ bzw. ‚Übergewichten‘, zwei ‚Halten‘ und eine ‚Verkaufen‘. Die aktuellen Broker-Einschätzungen können der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

<b>Investment Bank</b>	<b>Empfehlung</b>
Berenberg Bank	Verkaufen
BHF Bank	Halten
Citigroup Global Markets	Kaufen
Close Brothers Seydler Research	Kaufen
Commerzbank	Kaufen
Crédit Agricole Chevreux	Kaufen
Deutsche Bank	Kaufen
DZ Bank	Kaufen
Goldman Sachs	Kaufen
Hauck & Aufhäuser Institutional Research	Kaufen
J.P. Morgan	Kaufen
LGT Bank	Attraktiv
Morgan Stanley	Halten
The Royal Bank of Scotland	Kaufen
WestLB	Kaufen

## Aktionärsstruktur

Die Gesamtzahl der Aktien unserer Gesellschaft beträgt 42.098.238 Stück. Dirk Ströer, Mitglied des Aufsichtsrats, hält 28,33 Prozent, Udo Müller, Vorsitzender des Vorstands, 28,12 Prozent und Finanzvorstand Alfried Bührdel zusammen mit Vorstandsmitglied Dirk Wiedenmann rund 0,13 Prozent der Aktien an der Ströer Out-of-Home Media AG. Dirk Ströer, Udo Müller und Alfried Bührdel hatten sich im Rahmen des Börsengangs zu einer Veräußerungssperfrist (Lock-Up) von zwölf Monaten verpflichtet, die am 15. Juli 2011 planmäßig endete.

Zum 30. Juni 2011 belief sich der Streubesitz gemäß Definition der Deutschen Börse auf 43,44 Prozent. Seit Ablauf der Lock-Up-Frist am 15. Juli 2011 beträgt der Streubesitz 43,55 Prozent. Laut den der Gesellschaft vorliegenden Mitteilungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts am 16. August 2011 sind uns die folgenden Stimmrechtsanteile an der Ströer Out-of-Home Media AG von über 3 Prozent bekannt: TIAA-CREF 5,69 Prozent, Fidelity 4,99 Prozent, Franklin Templeton Gruppe 4,76 Prozent und Tiger Global 3,05 Prozent.

## Konzernzwischenlagebericht

### Konzern und Berichtszeitraum

Die Ströer Out-of-Home Media Gruppe ist in Europa einer der führenden Anbieter von Out-of-Home-Medien und betreibt geschäftliche Aktivitäten schwerpunktmäßig in Deutschland, der Türkei und Polen. Mit Tochtergesellschaften der blowUP-Gruppe ist sie auch in vier weiteren Ländern Europas vertreten. In allen Kernmärkten werden Leistungen in den Bereichen Billboard, Street Furniture und Transport angeboten.

Dieser Zwischenlagebericht befasst sich mit dem Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2011.

### Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns

#### Ertragslage

##### Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

In Mio. Euro

	Q2 2011		Q2 2010		Veränderung	
<b>Fortzuführende Geschäftsbereiche</b>						
Umsatzerlöse	159,4	100,0%	137,1	100,0%	22,3	16,3%
Umsatzkosten	-95,5	-59,9%	-79,8	-58,2%	-15,7	19,6%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>63,9</b>	<b>40,1%</b>	<b>57,2</b>	<b>41,8%</b>	<b>6,6</b>	<b>11,6%</b>
Vertriebskosten	-18,7	-11,8%	-17,4	-12,7%	-1,4	7,8%
Verwaltungskosten	-19,3	-12,1%	-20,3	-14,8%	1,0	-5,1%
Sonstige betriebliche Erträge	3,8	2,4%	2,3	1,7%	1,5	65,5%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-5,8	-3,7%	-1,4	-1,0%	-4,4	>100%
<b>EBIT</b>	<b>23,9</b>	<b>15,0%</b>	<b>20,4</b>	<b>14,9%</b>	<b>3,4</b>	<b>16,8%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>38,0</b>	<b>23,8%</b>	<b>30,8</b>	<b>22,5%</b>	<b>7,1</b>	<b>23,1%</b>
<b>Operational EBITDA</b>	<b>43,6</b>	<b>27,3%</b>	<b>35,7</b>	<b>26,1%</b>	<b>7,9</b>	<b>22,0%</b>
Finanzergebnis	-13,8	-8,7%	-15,9	-11,6%	2,1	13,4%
<b>EBT</b>	<b>10,1</b>	<b>6,3%</b>	<b>4,5</b>	<b>3,3%</b>	<b>5,6</b>	<b>&gt;100%</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-4,6	-2,9%	-0,3	-0,2%	-4,3	>100%
<b>Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>5,5</b>	<b>3,5%</b>	<b>4,2</b>	<b>3,1%</b>	<b>1,3</b>	<b>29,8%</b>
<b>Überschuss</b>	<b>5,5</b>	<b>3,5%</b>	<b>4,2</b>	<b>3,1%</b>	<b>1,3</b>	<b>29,8%</b>

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

In Mio. Euro

	6M 2011		6M 2010		Veränderung	
<b>Fortzuführende Geschäftsbereiche</b>						
Umsatzerlöse	282,3	100,0%	242,2	100,0%	40,1	16,6%
Umsatzkosten	-181,7	-64,4%	-148,9	-61,5%	-32,8	22,0%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>100,6</b>	<b>35,6%</b>	<b>93,2</b>	<b>38,5%</b>	<b>7,3</b>	<b>7,9%</b>
Vertriebskosten	-37,9	-13,4%	-34,6	-14,3%	-3,4	9,7%
Verwaltungskosten	-38,3	-13,6%	-38,3	-15,8%	0,0	-0,1%
Sonstige betriebliche Erträge	7,1	2,5%	6,5	2,7%	0,6	9,7%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-8,3	-2,9%	-3,4	-1,4%	-4,9	>100%
<b>EBIT</b>	<b>23,2</b>	<b>8,2%</b>	<b>23,4</b>	<b>9,7%</b>	<b>-0,3</b>	<b>-1,2%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>53,1</b>	<b>18,8%</b>	<b>44,2</b>	<b>18,2%</b>	<b>9,0</b>	<b>20,3%</b>
<b>Operational EBITDA</b>	<b>59,8</b>	<b>21,2%</b>	<b>52,4</b>	<b>21,6%</b>	<b>7,4</b>	<b>14,0%</b>
Finanzergebnis	-23,6	-8,4%	-26,5	-10,9%	2,8	10,7%
<b>EBT</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-3,0</b>	<b>-1,1%</b>	<b>2,5</b>	<b>n. d.</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-0,7	-0,2%	-2,2	-0,9%	1,5	67,9%
<b>Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>-1,2</b>	<b>-0,4%</b>	<b>-5,2</b>	<b>-2,2%</b>	<b>4,0</b>	<b>77,5%</b>
<b>Überschuss/Fehlbetrag</b>	<b>-1,2</b>	<b>-0,4%</b>	<b>-5,2</b>	<b>-2,2%</b>	<b>4,0</b>	<b>77,5%</b>

Im zweiten Quartal konnte der Konzern seinen Wachstumskurs weiter fortsetzen und damit auch bezogen auf das 1. Halbjahr 2011 einen deutlichen Umsatzzuwachs erzielen. Die Umsatzerlöse stiegen im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um 16,6 Prozent auf 282,3 Millionen Euro, beinhalten jedoch Konsolidierungseffekte aus in der zweiten Jahreshälfte 2010 vollzogenen Veränderungen im Beteiligungsportfolio. Aber auch ohne Berücksichtigung dieser Effekte und unter Außerachtlassung von Währungskursveränderungen verzeichnete die Gruppe erneut einen Anstieg des Geschäftsvolumens.

Das Operational EBITDA erhöhte sich um 14,0 Prozent auf 59,8 Millionen Euro. Neben dem höheren Umsatz wird die positive EBITDA-Entwicklung auch von einer um 0,9 Prozentpunkte geringeren Vertriebskostenquote gestützt. Die Verwaltungskosten konnten in Summe ebenfalls auf dem Vorjahresniveau gehalten werden, so dass sich deren Quote um 2,2 Prozentpunkte auf 13,6 Prozent verbesserte. Unterstützend wirkte sich dabei aus, dass die Verwaltungskosten des Vorjahres bereits vorbereitende Aufwendungen für den Börsengang enthielten.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen werden im Jahr 2011 durch Effekte aus einer umfangreichen Steuervereinfachung in der Türkei beeinflusst, die von den meisten Unternehmen in der Türkei in Anspruch genommen wurde und generell zu Zahlungen pauschaler Beträge für abgelaufene Veranlagungszeiträume führte.

Das Bruttoergebnis vom Umsatz ist beeinflusst durch Abschreibungseffekte, die primär im Zusammenhang mit den im Rahmen der Kaufpreisallokationen aufgedeckten stillen Reserven stehen, aber auch durch den im 2. Halbjahr 2010 verstärkten Neuaufbau von Werbeträgern bedingt sind. Im 1. Halbjahr 2011 beliefen sich diese Abschreibungen auf insgesamt 27,4 Millionen Euro nach 18,1 Millionen Euro im Vorjahr.

Das Finanzergebnis verbesserte sich um 2,8 Millionen Euro auf -23,6 Millionen Euro. Die in Folge des Börsengangs optimierte Kapitalstruktur ermöglichte entsprechende Zinseinsparungen. Sie wurden jedoch durch nicht zahlungswirksame Wechselkurseffekte aus der in Euro gewährten Konzerninnenfinanzierung in Höhe von 7,8 Millionen Euro (Vj.: 2,6 Millionen Euro) teilweise kompensiert. Gleichzeitig ergaben sich aus der für uns günstigen Entwicklung der Zinsstrukturkurve ebenfalls zahlungsneutrale Bewertungseffekte bei Derivaten mit einem Ertrag in Höhe von 2,3 Millionen Euro (Vj.: Aufwand von 4,4 Millionen Euro).

Der für das erste Halbjahr ausgewiesene Fehlbetrag verringerte sich um rund 78 Prozent auf nur noch 1,2 Millionen Euro nach 5,2 Millionen Euro im Vorjahr.

## Vermögenslage

### Konzern-Bilanz

In Mio. Euro

	30.6.2011	31.12.2010	Veränderung	
<b>Aktiva</b>				
Langfristig gebundenes Vermögen				
Immaterielle Vermögenswerte	503,0	531,5	-28,5	-5,4%
Sachanlagen	211,0	212,8	-1,9	-0,9%
Steueransprüche	9,2	9,4	-0,2	-1,9%
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	10,1	10,7	-0,6	-5,8%
	733,3	764,5	-31,2	-4,1%
Kurzfristig gebundenes Vermögen				
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	123,7	107,2	16,6	15,5%
Liquide Mittel	106,2	106,1	0,1	0,1%
Steueransprüche	3,5	4,2	-0,8	-18,4%
Vorräte	8,4	5,1	3,3	64,7%
	241,8	222,6	19,2	8,6%
Bilanzsumme	975,1	987,1	-12,0	-1,2%
<b>Passiva</b>				
Langfristige Finanzierungsmittel				
Eigenkapital	280,6	294,4	-13,9	-4,7%
Fremdkapital				
Finanzielle Verbindlichkeiten	420,2	426,6	-6,3	-1,5%
Latente Steuerverbindlichkeiten	59,5	64,9	-5,5	-8,4%
Rückstellungen	31,5	36,8	-5,3	-14,5%
	511,2	528,3	-17,1	-3,2%
Kurzfristige Finanzierungsmittel				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	81,8	67,9	13,9	20,4%
Finanz- und sonstige Verbindlichkeiten	74,3	70,3	4,0	5,7%
Rückstellungen	17,3	17,7	-0,4	-2,2%
Ertragsteuerverbindlichkeiten	9,9	8,4	1,5	18,1%
	183,3	164,3	19,0	11,6%
Bilanzsumme	975,1	987,1	-12,0	-1,2%

Im Vergleich zum 31. Dezember 2010 verringerte sich die Bilanzsumme des Konzerns nur marginal.

Das langfristig gebundene Vermögen ging um 31,2 Millionen Euro auf 733,3 Millionen Euro zurück. Ausschlaggebend hierfür waren im Wesentlichen laufende Abschreibungen von erworbenen Werberechtskonzessionen, die zum Teil durch unterjährige Abgrenzung von latenten Steuern auf die im 1. Halbjahr 2011 aufgelaufenen steuerlichen Fehlbeträge kompensiert wurden.

Der Anstieg des kurzfristig gebundenen Vermögens um 8,6 Prozent ist vorrangig auf die gestiegenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zurückzuführen, die sich im Gleichklang mit dem Anstieg der Umsätze entwickelten.

Sowohl beim Polnischen Zloty als auch bei der Türkischen Lira veränderten sich die Umrechnungskurse zu unseren Ungunsten. Die sich daraus ergebenden währungsbedingten Umrechnungsdifferenzen der polnischen und türkischen Abschlüsse sind direkt im Eigenkapital erfasst und ausschlaggebend für die Eigenkapitalminderung.

Der Rückgang des langfristigen Fremdkapitals wird durch die positive Entwicklung der Zinssicherungsinstrumente getrieben. Aufgrund der für uns vorteilhaften Veränderung der erwarteten Zinsstruktur konnten die passivierten Barwerte der Zinssicherungsinstrumente vermindert werden. Die niedrigeren langfristigen Rückstellungen sind bedingt durch die Auflösung nicht mehr benötigter Beträge für Rückbauverpflichtungen von Werbeträgern.

Der Anstieg der kurzfristigen Verbindlichkeiten ist durch die umsatzabhängigen Pachtverbindlichkeiten dominiert.

### Finanzlage

In Mio. EUR	6M 2011	6M 2010
Cash-Flow aus operativer Tätigkeit	23,7	9,8
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-22,0	-6,6
Free Cash-Flow	1,7	3,2
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	-1,6	-1,4
Mittelveränderung	0,1	1,8
Mittelbestand	106,2	59,0

Durch ein verbessertes Working Capital Management sowie geringere Steuer- und Zinszahlungen konnte der operative Cash-Flow im ersten Halbjahr deutlich auf 23,7 Millionen Euro gesteigert werden. Die liquiden Mittel bewegten sich per 30. Juni 2011 trotz anziehender Investitionstätigkeit auf dem hohen Niveau vom Jahresende 2010.

Der signifikant gestiegene Zahlungsmittelabfluss für Investitionen ist in erster Linie auf die Fortsetzung der organischen Wachstumsprojekte in Deutschland zurückzuführen, speziell den Aufbau des Out-of-Home-Channels und die Installationen von Premium Billboards.

### Nettoverschuldung

In Mio. EUR	30.6.2011	31.12.2010	Veränderung	
(1) Langfristige Finanzverbindlichkeiten	420,2	426,6	-6,3	-1,5%
(2) Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	36,1	39,2	-3,1	-7,9%
(1)+(2) Summe Finanzverbindlichkeiten	456,3	465,7	-9,4	-2,0%
(3) Derivative Finanzinstrumente	30,7	39,5	-8,8	-22,2%
Finanzverbindlichkeiten ohne derivative				
(1)+(2)-(3) Finanzinstrumente	425,6	426,2	-0,6	-0,2%
(4) Liquide Mittel	106,2	106,1	0,1	0,1%
<b>(1)+(2)-(3)-(4) Nettoverschuldung</b>	<b>319,3</b>	<b>320,1</b>	<b>-0,8</b>	<b>-0,2%</b>

Die Nettoverschuldung des Konzerns blieb im Vergleich zum 31. Dezember 2010 nahezu unverändert. Der sich aus dem Verhältnis von Nettoverschuldung zu Operational EBITDA ergebende Verschuldungskoeffizient weist unter Berücksichtigung einer vollständigen Konsolidierung des türkischen Geschäfts im relevanten Zeitraum 1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011 einen Faktor in Höhe von 2,4x aus.

## Geschäfts- und Ertragsentwicklung Segmente

### Ströer Deutschland

In Mio. Euro	Q2 2011	Q2 2010	Veränderung		6M 2011	6M 2010	Veränderung	
Umsatz, davon	115,9	107,9	8,0	7,5%	207,8	194,9	12,9	6,6%
Billboard	52,7	50,4	2,3	4,6%	91,0	87,8	3,1	3,6%
Street Furniture	32,8	28,3	4,5	16,0%	61,5	51,8	9,7	18,8%
Transport	22,1	18,2	3,9	21,4%	40,1	33,6	6,6	19,6%
Sonstige	8,3	11,0	-2,7	-24,5%	15,2	21,8	-6,6	-30,1%
Operational EBITDA	35,8	30,8	5,0	16,4%	54,6	48,2	6,4	13,2%
Operational EBITDA-Marge	30,9%	28,6%	+2,3 Prozentpunkte		26,3%	24,7%	+1,6 Prozentpunkte	

Das Segment Ströer Deutschland setzte seinen Wachstumskurs fort und verzeichnete dabei nicht nur einen substanziellen Umsatzanstieg, sondern auch eine überproportionale Verbesserung des Operational EBITDA.

Die bereits im ersten Quartal erzielte Verbesserung der Pachtquote (definiert als Anteil von Mieten und Pachten im Verhältnis zum Umsatz) setzte sich im zweiten Quartal fort. Gleichzeitig steigerten die margenstarken Werbeträger erneut ihren Anteil am Buchungsvolumen, insbesondere im Bereich Street Furniture und Transport. Das starke Umsatzwachstum im Segment Transport spiegelt deutlich den Vertriebs Erfolg mit bestehenden und zusätzlich installierten digitalen Produkten wider. Im Vergleich zur Vorjahresperiode erhöhten sich die entsprechenden Digitalumsätze nochmals um einen hohen zweistelligen Prozentsatz.

In der Produktgruppe Sonstige ist der Umsatzrückgang auf eine Beendigung von nicht zum Kerngeschäft gehörenden Serviceaktivitäten zurückzuführen, darunter insbesondere der über eine konzerninterne Agentur abgewickelte Zukauf von Werbeflächen Dritter. Dieser Geschäftsbetrieb wurde zum Ende des letzten Geschäftsjahres aufgegeben. Dies begründet maßgeblich den Unterschied zwischen der ausgewiesenen und der organischen Umsatzwachstumsrate.

Insgesamt erreichte das Geschäftsfeld Ströer Deutschland im ersten Halbjahr eine um 160 Basispunkte erhöhte Operational EBITDA-Marge.

### Ströer Türkei

In Mio. Euro	Q2 2011	Q2 2010	Veränderung		6M 2011	6M 2010	Veränderung	
Umsatz, davon	26,2	14,4	11,7	81,4%	44,9	23,5	21,5	91,4%
Billboard	19,8	9,3	10,5	>100%	33,3	15,5	17,8	>100%
Street Furniture	6,1	4,8	1,2	25,4%	11,0	7,5	3,5	46,2%
Transport	0,3	0,3	0,0	2,5%	0,6	0,5	0,2	40,9%
Operational EBITDA	7,2	4,7	2,5	53,9%	8,1	6,3	1,8	28,0%
Operational EBITDA-Marge	27,5%	32,4%	-4,9 Prozentpunkte		18,0%	26,9%	-8,9 Prozentpunkte	

Die Entwicklung des Segments Ströer Türkei ist nachhaltig geprägt von der im September 2010 vorgenommenen Vollkonsolidierung. Wir stellen daher für die weitere Kommentierung auf das Umsatz- und Ergebnisbild ab, das sich bei einer unterstellten Vollkonsolidierung zum 1. Januar 2010 ergeben hätte:

In Mio. Euro	Q2 2011	Q2 2010	Veränderung		6M 2011	6M 2010	Veränderung	
Umsatz	26,2	28,9	-2,7	-9,3%	44,9	46,9	-2,0	-4,3%
Operational EBITDA	7,2	9,4	-2,2	-23,0%	8,1	12,6	-4,5	-36,0%
Operational EBITDA-Marge	27,5%	32,4%	-4,9 Prozentpunkte		18,0%	26,9%	-8,9 Prozentpunkte	

Das Segment Türkei konnte im ersten Halbjahr - bereinigt um Wechselkurseffekte - ein Wachstum im mittleren einstelligen Bereich erzielen. Die Wachstumsdynamik wurde von drei wesentlichen exogenen Faktoren nachteilig beeinflusst. Einerseits wirkte sich die in diesem Jahr verschärfte Regulierung des TV-Werbemarktes aus. Sie sieht unter anderem eine Limitierung der pro Stunde erlaubten Werbezeiten vor, was eine Verknappung von Werbeblöcken und damit einhergehende drastische Preiserhöhungen im TV-Bereich zur Folge hatte. Dies führte zu einer kurzfristigen Verschiebung von Mediaaufwendungen aus allen anderen Werbeformen in den TV-Bereich. Die Reallokation der Medien-Budgets betrifft insbesondere Werbetreibende, die überwiegend landesweit ausgerichtet sind. Sie halten an ihren geplanten TV-Mediaplänen fest und verlagern nun vorübergehend größere Anteile ihrer verfügbaren Werbebudgets auf das Medium TV.

Andererseits verzeichnete das Geschäftsfeld Umsatzeinbußen im Zusammenhang mit den im Juni 2011 abgehaltenen Parlamentswahlen, da dem Parteienspektrum eine wesentliche Anzahl von Werbeträgern zu insgesamt deutlich rabattierten Konditionen zur Verfügung gestellt werden musste. Als weiterer externer Effekt machte sich die ungünstige Wechselkursentwicklung zwischen der Türkischen Lira und dem Euro bemerkbar, die den ausgewiesenen Umsatz deutlich reduzierte.

Trotz des geringeren Umsatzes mit national operierenden Werbekunden gelang es Ströer Türkei, das Geschäftsvolumen mit regional ausgerichteten Kunden deutlich zu verbessern und den Anteil des Riesenpostergeschäfts weiter zu steigern.

Die vorgenannten fehlenden Umsatzbeiträge schlugen sich bei insgesamt gestiegenen Umsatzkosten nachteilig im Ergebnis nieder. Während die Gemeinkosten im Vergleich zum Vorjahr gesenkt werden konnten, verzeichneten insbesondere die Miet- und Pachtaufwendungen einen deutlichen Anstieg. Dies ist zum einen darauf zurückzuführen, dass für diverse neue Konzessionsverträge – unter anderem in Erzurum, Izmir, Istanbul, Gaziantep und Bursa – bereits Mieten anfallen, denen aber wegen der im Aufbau befindlichen Werbeflächenkapazität noch keine entsprechenden Umsätze gegenüberstehen. Zum anderen enthält eine Vielzahl von Festmietverträgen Inflationsschutzklauseln, die eine automatische Anpassung der zu zahlenden Miete an die Inflationsrate vorsehen.

Unter Berücksichtigung der erwähnten Faktoren konnte das Segment Türkei das Operational EBITDA und die damit verbundene Marge des Vorjahres nicht erreichen.

## Sonstige

In Mio. Euro	Q2 2011	Q2 2010	Veränderung		6M 2011	6M 2010	Veränderung	
Umsatz	17,5	14,8	2,7	18,3%	29,8	23,8	6,0	25,1%
Billboard	16,7	13,7	2,9	21,3%	27,8	21,9	5,9	26,7%
Street Furniture	0,2	0,1	0,0	11,4%	0,3	0,2	0,1	30,6%
Transport	0,1	0,1	0,0	-17,7%	0,2	0,3	-0,1	-40,6%
Sonstige	0,6	0,8	-0,2	-17,76%	1,5	1,3	+0,2	11,6%
Operational EBITDA	3,1	2,1	1,0	45,3%	2,2	1,4	0,9	62,3%
Operational EBITDA-Marge	17,5%	14,2%	+3,3 Prozentpunkte		7,5%	5,8%	+1,7 Prozentpunkte	

Dem Segment Sonstige sind unsere polnischen Außenwerbeaktivitäten sowie das in der blowUP-Gruppe zusammengefasste westeuropäische Riesenpostergeschäft zugeordnet. Im ersten Halbjahr verzeichnete das Geschäftsfeld im Wesentlichen konsolidierungsbedingt einen Umsatzanstieg, da im gleichen Zeitraum des Vorjahres noch keine Beiträge aus den erworbenen Aktivitäten von News Outdoor Poland enthalten waren. Mit einem hohen einstelligen Umsatzwachstum und einer verbesserten Operational EBITDA-Marge im niedrigen zweistelligen Prozentbereich war das Riesenpostergeschäft in den ersten sechs Monaten unverändert Träger der bereinigten Segmententwicklung. Trotz des unverändert schwierigen Marktumfelds in Polen und vergleichbar rückläufiger Umsätze ist es uns gelungen, die Operational EBITDA-Marge der kombinierten polnischen Aktivitäten im Vorjahresvergleich leicht auf einen mittleren einstelligen Prozentwert anzuheben. Dabei wirkten sich insbesondere die gehobenen Kostensynergien günstig aus.

## Mitarbeiter

Am 30. Juni 2011 beschäftigte der Ströer Konzern insgesamt 1.734 Mitarbeiter (31. Dezember 2010: 1.731). Die Zuordnung der Mitarbeiter zu den einzelnen Unternehmensbereichen ist in der folgenden Tabelle dargestellt.

Unternehmensbereich	Mitarbeiter
Ströer Deutschland	1.148
Ströer Türkei	233
Sonstige	205
Holding	148
<b>Summe</b>	<b>1.734</b>

## Chancen- und Risikenbericht

Mit Ausnahme der im folgenden Absatz beschriebenen Änderung stellt die im Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2010 abgegebene Beurteilung der Chancen und Risiken weiterhin die Lage des Konzerns dar. Eine weitere Verschlechterung des Wechselkurses der türkischen Lira zum Euro oder eine abweichende Entwicklung von den Planungsprämissen unseres türkischen Segments kann zu einer Wertberichtigung der immateriellen Vermögenswerte bzw. des Firmenwertes führen.

## Nachtragsbericht

Am 1. August 2011 hat der Konzern 100% der Anteile an der CBA İletişim ve Reklam Pazarlama Ltd. Sti., Istanbul / Türkei, für einen Kaufpreis von insgesamt 5,5 Millionen Euro erworben.

## Ausblick auf das Jahr 2011

### Gesamtwirtschaft

Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist die deutsche Wirtschaft im 1. Quartal 2011 um 5,2 Prozent gewachsen, was die höchste Wachstumsrate seit der Wiedervereinigung darstellt. Als Folge dieses außergewöhnlichen Anstiegs haben die Wirtschaftsforschungsinstitute ihre Prognosen im Juni 2011 teilweise kräftig erhöht und rechnen jetzt für das Gesamtjahr mit einem Wachstum von bis zu 4 Prozent. Allerdings dürfte die Wachstumsdynamik in den letzten Wochen aufgrund sich eintrübender Rahmenbedingungen abgenommen haben, so dass aus heutiger Sicht diese Schätzungen zu optimistisch erscheinen.

In der Türkei ist das Bruttosozialprodukt im ersten Quartal um 11 Prozent gewachsen und liegt damit weltweit sogar vor China. Dieses starke Wachstum dürfte sich allerdings im Jahresverlauf deutlich abschwächen, da die Regierung und die Zentralbank eine Überhitzung der Wirtschaft verhindern und dem starken Anstieg des Handelsbilanzdefizits entgegenwirken müssen. Dies machte sich zuletzt insbesondere im Wechselkurs der Türkischen Lira bemerkbar, die mittlerweile gegenüber dem Jahresanfang deutlich an Wert verloren hat.

Auch in Polen hat sich der Wirtschaftsaufschwung im ersten Quartal mit einer Wachstumsrate von 4,4 Prozent des Bruttosozialproduktes verstetigt. Wesentlicher Faktor war die Binnennachfrage nach Investitions- und Konsumgütern. Für das Gesamtjahr 2011 rechnet die polnische Regierung mit einem Wirtschaftswachstum von 4,2 Prozent. Etwaige Beeinträchtigungen aus den veränderten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind darin noch nicht reflektiert.

### Branchenumfeld

In Deutschland und in der Türkei profitiert der Werbemarkt nach wie vor von der robusten gesamtwirtschaftlichen Lage. Allerdings haben die Risiken einer sich im Jahresverlauf etwas abschwächenden Entwicklung zugenommen. Während in Deutschland die anhaltende Problematik der Euro- und US-Schuldenkrise das weitere Wachstum des Werbemarktes dämpfen kann, besteht in der Türkei die Gefahr einer überhitzten Inlandsnachfrage, die in der zweiten Jahreshälfte durch Maßnahmen der Regierung und der Zentralbank zu bannen ist. Darüber hinaus wird in der Türkei die zu Jahresanfang restriktiver gestaltete TV-Werbe-Vermarktung das Werbeverhalten im Gesamtjahr 2011 stark beeinflussen und damit möglicherweise die Wachstumsdynamik schmälern. Vor diesem Hintergrund

sollte bei Schätzungen zum türkischen Marktverlauf für das zweite Halbjahr eine höhere Varianz einkalkuliert werden: Wachstumsraten der Außenwerbung im einstelligen Bereich können deshalb nicht mehr ausgeschlossen werden. Demgegenüber sollte sich der Außenwerbemarkt in Deutschland auch im weiteren Jahresverlauf positiv entwickeln, wenngleich das Wachstum geringer als im ersten Halbjahr ausfallen dürfte.

Der polnische Werbemarkt blieb aufgrund struktureller Gründe hinter dem allgemeinen Wirtschaftswachstum des Landes zurück. Dies gilt auch für den Außenwerbemarkt, dessen weitere Professionalisierung und Konsolidierung sich erst sukzessive bemerkbar machen werden. Die angestoßenen Projekte, darunter die branchenweite Reichweitenmessung sämtlicher Werbeflächen (POSTAR), schreiten jedoch voran. Mittelfristig gehen wir daher von einer stetigen Verbesserung des Marktumfelds aus. Nach rückläufiger Marktentwicklung im ersten Halbjahr rechnen wir für die zweite Jahreshälfte mit Erholungstendenzen. Bezogen auf das Gesamtjahr könnte daraus bestenfalls ein Nullwachstum des Außenwerbemarktes resultieren. Damit würde der Markt hinter den im Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2010 genannten Prognosen von ZenithOptimedia und der polnischen Außenwerbekammer zurückbleiben. Perspektivisch schätzen wir die Attraktivität dieses Marktes hingegen unverändert positiv ein, da wir in den nächsten zwei Jahren von den eingeleiteten Professionalisierungsmaßnahmen in vertrieblicher, preislicher und qualitativer Hinsicht profitieren werden.

#### Ausblick auf die weitere Geschäfts- und Ertragsentwicklung

Wir erwarten im zweiten Halbjahr 2011 eine verlangsamte gesamtwirtschaftliche Entwicklung in unseren Kernmärkten. Für das Gesamtjahr halten wir an unserer Prognose eines mittleren bis hohen einstelligen organischen Umsatzwachstums der Gruppe fest, erwarten aber aufgrund der veränderten makroökonomischen Rahmenbedingungen eher eine Entwicklung am unteren Ende dieses Korridors. Für das 3. Quartal 2011 gehen wir von einem organischen Umsatzwachstum der Gruppe um 3 Prozent aus.

Wir werden auch in der jetzigen Phase unsere strategische Ausrichtung beibehalten und die Umsetzung der begonnenen Wachstumsprojekte wie geplant fortführen, auch wenn dadurch kurzfristig die Erzielung einer operativen Marge auf Vorjahresniveau erschwert werden kann. Schon in 2012 erwarten wir jedoch aus diesen Initiativen deutliche Wertbeiträge, so dass wir unsere mittelfristige Entwicklung unverändert optimistisch sehen.

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

In TEUR	Q2 2011	Q2 2010	6M 2011	6M 2010
<b>Fortzuführende Geschäftsbereiche</b>				
Umsatzerlöse	159.379	137.084	282.265	242.151
Umsatzkosten	-95.501	-79.840	-181.704	-148.930
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>63.878</b>	<b>57.244</b>	<b>100.561</b>	<b>93.221</b>
Vertriebskosten	-18.750	-17.399	-37.919	-34.564
Verwaltungskosten	-19.282	-20.308	-38.265	-38.309
Sonstige betriebliche Erträge	3.841	2.321	7.100	6.469
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-5.820	-1.420	-8.315	-3.379
Finanzerträge	1.150	3.864	7.095	5.814
Finanzaufwendungen	-14.950	-19.798	-30.728	-32.269
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>10.067</b>	<b>4.504</b>	<b>-471</b>	<b>-3.017</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-4.555	-256	-705	-2.198
<b>Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>5.512</b>	<b>4.248</b>	<b>-1.176</b>	<b>-5.215</b>
<b>Überschuss/Fehlbetrag</b>	<b>5.512</b>	<b>4.248</b>	<b>-1.176</b>	<b>-5.215</b>
<b>Davon entfallen auf:</b>				
Anteilseigner des Mutterunternehmens	5.715	3.585	-506	-6.039
Nicht beherrschende Gesellschafter	-203	663	-670	824
	<b>5.512</b>	<b>4.248</b>	<b>-1.176</b>	<b>-5.215</b>
<b>Ergebnis je Aktie (EUR, unverwässert)</b> aus fortgeführten Geschäftsbereichen	0,14	0,16	-0,01	-0,28
<b>Ergebnis je Aktie (EUR, verwässert)</b> aus fortgeführten Geschäftsbereichen	0,13	0,14	-0,01	-0,28

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung

In TEUR	Q2 2011	Q2 2010	6M 2011	6M 2010
<b>Überschuss/Fehlbetrag</b>	<b>5.512</b>	<b>4.248</b>	<b>-1.176</b>	<b>-5.215</b>
<b>Sonstiges Ergebnis</b>				
Fremdwährungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	-7.627	-773	-15.774	1.041
Absicherung von Zahlungsströmen	302	5.518	5.124	2.222
Ertragsteuern auf das sonstige Ergebnis	-98	-1.695	-1.663	-638
<b>Sonstiges Ergebnis nach Ertragsteuern</b>	<b>-7.423</b>	<b>3.050</b>	<b>-12.313</b>	<b>2.625</b>
<b>Gesamtergebnis nach Ertragsteuern</b>	<b>-1.911</b>	<b>7.298</b>	<b>-13.489</b>	<b>-2.590</b>
<b>Davon entfallen auf:</b>				
Anteilseigner des Mutterunternehmens	-904	6.610	-11.175	-3.543
Nicht beherrschende Gesellschafter	-1.007	688	-2.314	953
	<b>-1.911</b>	<b>7.298</b>	<b>-13.489</b>	<b>-2.590</b>

Konzernbilanz zum 30. Juni 2011

<b>Aktiva (in TEUR)</b>	<b>30.6.2011</b>	<b>31.12.2010</b>
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Immaterielle Vermögenswerte	503.036	531.519
Sachanlagen	210.973	212.831
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	1.500	1.510
Finanzanlagen	96	96
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.170	934
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	1.684	2.162
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	5.661	6.029
Ertragsteueransprüche	851	845
Latente Steueransprüche	8.330	8.552
	<b>733.301</b>	<b>764.478</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Vorräte	8.359	5.075
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	79.336	73.414
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	9.405	8.016
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	34.983	25.721
Laufende Ertragsteueransprüche	3.453	4.231
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	106.240	106.120
	<b>241.776</b>	<b>222.577</b>
	<b>975.077</b>	<b>987.055</b>

<b>Passiva (in TEUR)</b>	<b>30.6.2011</b>	<b>31.12.2010</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	42.098	42.098
Kapitalrücklage	296.490	296.490
Gewinnrücklagen	-45.852	-42.457
Kumuliertes übriges Konzernergebnis	-29.387	-18.717
	<b>263.349</b>	<b>277.414</b>
Nicht beherrschende Gesellschafter	17.211	17.028
	<b>280.560</b>	<b>294.442</b>
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>		
Pensionsrückstellungen und ähnliche Verpflichtungen	21.096	21.317
Sonstige Rückstellungen	10.404	15.510
Finanzverbindlichkeiten	420.232	426.562
Latente Steuerverbindlichkeiten	59.482	64.947
	<b>511.214</b>	<b>528.336</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Sonstige Rückstellungen	17.288	17.670
Finanzverbindlichkeiten	36.073	39.170
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	81.805	67.917
Sonstige Verbindlichkeiten	38.227	31.129
Laufende Ertragsteuerverbindlichkeiten	9.910	8.391
	<b>183.303</b>	<b>164.277</b>
	<b>975.077</b>	<b>987.055</b>

## Konzern-Kapitalflussrechnung

In TEUR	6M 2011	6M 2010
<b>Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>		
Periodenergebnis vor Zinsen und Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen	23.109	23.438
Abschreibungen (+) auf Gegenstände des Anlagevermögens	29.972	20.720
Gezahlte (-) Zinsen	-19.548	-22.266
Erhaltene (+) Zinsen	524	1.149
Gezahlte (-) / erhaltene (+) Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-5.320	-6.443
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Rückstellungen	-3.775	-957
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+)/Erträge (-)	-2.508	2.254
Gewinn (-)/Verlust (+) aus Anlageabgängen	301	628
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	-16.562	-19.140
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	17.555	10.402
Cash-Flow aus operativer Tätigkeit	23.747	9.785
<b>Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit</b>		
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Sachanlagen	631	313
Auszahlungen (-) für Investitionen in Sachanlagen	-20.981	-5.625
Auszahlungen (-) für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-1.487	-1.015
Auszahlungen (-) für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-35	-65
Einzahlungen (+) / Auszahlungen (-) aus dem Kauf von konsolidierten Unternehmen	-170	-222
Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit	-22.042	-6.614
<b>Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit</b>		
Auszahlungen (-) an Gesellschafter	-392	-472
Auszahlungen (-) aus der Tilgung von (Finanz-) Krediten	-1.193	-911
Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit	-1.585	-1.383
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>		
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	119	1.788
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	106.120	57.257
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	106.240	59.045
<b>Zusammensetzung des Finanzmittelfonds</b>		
Liquide Mittel	106.240	59.045
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	106.240	59.045

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung zum 30. Juni 2011

	Gezeichnetes Kapital		Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Kumuliertes übriges Konzernergebnis		Summe	Nicht beherrschende Gesellschafter	Summe Eigenkapital
	Stammaktien	Vorzugsaktien			Fremdwährungs- umrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	Absicherung von Zahlungs- strömen			
<b>In TEUR</b>									
1.1.2011	42.098	0	296.490	-42.457	-10.979	-7.738	277.414	17.028	294.442
Überschuss/Fehlbetrag	0	0	0	-505	0	0	-505	-671	-1.176
Sonstiges Ergebnis	0	0	0	0	-14.131	3.461	-10.670	-1.643	-12.313
Gesamtergebnis	0	0	0	-505	-14.131	3.461	-11.175	-2.314	-13.489
Effekte aus der Veräußerung von Tochtergesellschaften ohne Kontrollverlust	0	0	0	1.265	0	0	1.265	-1.265	0
Verpflichtung zum Erwerb eigener Anteile	0	0	0	-4.155	0	0	-4.155	4.155	0
Dividenden	0	0	0	0	0	0	0	-392	-392
30.6.2011	42.098	0	296.490	-45.852	-25.110	-4.277	263.349	17.211	280.560

	Gezeichnetes Kapital		Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Kumuliertes übriges Konzernergebnis		Summe	Nicht beherrschende Gesellschafter	Summe Eigenkapital
	Stammaktien	Vorzugsaktien			Fremdwährungs- umrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	Absicherung von Zahlungs- strömen			
<b>In TEUR</b>									
1.1.2010	474	38	34.509	-81.543	-4.667	-12.424	-63.614	15.528	-48.086
Überschuss/Fehlbetrag	0	0	0	-6.039	0	0	-6.039	823	-5.215
Sonstiges Ergebnis	0	0	0	0	911	1.585	2.496	130	2.625
Gesamtergebnis	0	0	0	-6.039	911	1.585	-3.543	953	-2.590
Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln	21.312	1.728	-8.997	-14.043	0	0	0	0	0
Verpflichtung zum Erwerb eigener Anteile	0	0	0	-141	0	0	-141	141	0
Dividenden	0	0	0	-3	0	0	-3	-470	-473
30.6.2010	21.786	1.766	25.512	-101.769	-3.756	-10.839	-67.300	16.152	-51.148

## Berichterstattung nach operativen Segmenten

In TEUR	Ströer Deutschland	Ströer Türkei	Sonstige	Überleitung	Konzernwert
<b>Q2 2011</b>					
Außenumsatzerlöse	115.883	26.000	17.496	0	159.379
Innenumsatzerlöse	44	180	0	-223	0
Segmentumsätze	115.927	26.180	17.496	-223	159.379
Operational EBITDA	35.847	7.197	3.056	-2.516	43.585
<b>Q2 2010</b>					
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

## Berichterstattung nach Produktgruppen

In TEUR	Billboard	Street Furniture	Transport	Sonstige	Konzernwert
<b>Q2 2011</b>					
Außenumsatzerlöse	89.189	39.037	22.483	8.669	159.379
<b>Q2 2010</b>					
Außenumsatzerlöse	73.420	33.268	18.601	11.794	137.084

In TEUR	Ströer Deutschland	Ströer Türkei	Sonstige	Überleitung	Konzernwert
<b>6M 2011</b>					
Außenumsatzerlöse	207.758	44.740	29.767	0	282.265
Innenumsatzerlöse	54	180	0	-233	0
Segmentumsätze	207.812	44.920	29.767	-233	282.265
Operational EBITDA	54.586	8.065	2.243	-5.126	59.768
<b>6M 2010</b>					
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

In TEUR	Billboard	Street Furniture	Transport	Sonstige	Konzernwert
<b>6M 2011</b>					
Außenumsatzerlöse	152.098	72.761	40.930	16.476	282.265
<b>6M 2010</b>					
Außenumsatzerlöse	125.292	59.488	34.282	23.088	242.151

# Erläuterungen zum verkürzten Konzernzwischenabschluss

## Allgemeine Informationen

### 1 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 im verkürzten Konzernzwischenabschluss (im Folgenden: „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 2010.

### 2 Grundlagen der Erstellung des Abschlusses

Der Konzernzwischenabschluss für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2011 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt. Er muss im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010 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.

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss und Konzernzwischenlagebericht ist keiner prüferischen Durchsicht unterzogen worden.

### 3 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 die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden angewandt wie im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010.

### 4 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 die gleichen Schätzverfahren und Annahmen wie im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010 angewandt.

## 5 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 2010. Es haben sich bis zum 30. Juni 2011 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

## 6 Segmentberichterstattung

In Bezug auf die Abgrenzung der Segmente und Produktgruppen verweisen wir auf die Angaben im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010.

### Überleitungsrechnung zur Segmentberichterstattung nach operativen Segmenten

In TEUR	6M 2011	6M 2010
<b>Summe Segmentergebnisse (Operational EBITDA)</b>	64.894	55.894
Zentrale Posten	-5.126	-3.489
<b>Operational EBITDA Konzern</b>	59.768	52.405
Bereinigungseffekte	-6.634	-8.247
<b>EBITDA</b>	53.134	44.158
Abschreibungen	-29.972	-20.720
Finanzierungserträge	7.095	5.814
Finanzierungsaufwendungen	-30.728	-32.269
<b>Konzernergebnis vor Ertragsteuern</b>	-471	-3.017

In TEUR	Q2 2011	Q2 2010
<b>Summe Segmentergebnisse (Operational EBITDA)</b>	46.101	37.579
Zentrale Posten	-2.516	-1.869
<b>Operational EBITDA Konzern</b>	43.585	35.710
Bereinigungseffekte	-5.617	-4.870
<b>EBITDA</b>	37.968	30.840
Abschreibungen	-14.101	-10.403
Finanzierungserträge	1.150	3.864
Finanzierungsaufwendungen	-14.950	-19.798
<b>Konzernergebnis vor Ertragsteuern</b>	10.067	4.504

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

### 7 Saisonalität

Die Umsatzerlöse und Ergebnisse des Konzerns sind saisonal geprägt. In der Regel liegen das erste und dritte Quartal sowohl im Umsatz als auch im Ergebnis unter dem zweiten und vierten Quartal.

### 8 Angaben zu Unternehmenserwerben

*Kaufpreisallokation der Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Türkei*

Die Feststellung des beizulegenden Zeitwertes der nicht-beherrschenden Anteile ist abgeschlossen. Damit ist die Kaufpreisallokation endgültig.

Aus der Anpassung der vorläufigen Kaufpreisallokation ergeben sich folgende Auswirkungen auf die Bilanz zum 31. Dezember 2010:

#### **In TEUR**

Goodwill	42.695
Zeitwert der nicht beherrschenden Anteile	16.348

Die Angabe des Zeitwertes der nicht beherrschenden Anteile erfolgt vor Umgliederung der Verpflichtung zum Kauf eigener Anteile in die Gewinnrücklage aufgrund der gewährten Put-Option.

### 9 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

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

Köln, 15. August 2011

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, 15. August 2011  
Ströer Out-of-Home Media AG



Udo Müller  
Vorstandsvorsitzender



Alfried Bürdel  
Finanzvorstand



Dirk Wiedenmann  
Mitglied des Vorstands

## Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung

Überleitungsrechnung der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung zu den nicht als IFRS-Wert ausgewiesenen Zahlen der Finanzberichte.

Q2 2011	Gewinn- und Verlustrechnung lt. IFRS	Umgliederung von Abschreibungen und Wertminderungsaufwendungen	Umgliederung von Bereinigungseffekten	Gewinn- und Verlustrechnung nach Management Accounting	Wertminderungen und Abschreibungen auf Werberechtskonzessionen	Bewertungseffekte aus Derivaten	Währungseffekte aus innerkonzernlichen Finanzierungen	Steuer-normalisierung	Eliminierung von Sondereffekten	Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung Q2 2011	Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung Q2 2010
<b>In Mio. EUR</b>											
Umsatzerlöse	159,4			159,4						159,4	137,1
Umsatzkosten	-95,5	12,8		-82,7						-82,7	-70,8
Vertriebskosten	-18,7										
Verwaltungskosten	-19,3										
Gemeinkosten	-38,0	1,3	2,1	-34,6						-34,6	-31,0
Sonstige betriebliche Erträge	3,8										
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-5,8										
Sonstiges operatives Ergebnis	-2,0		3,5	1,5						1,5	0,5
<b>Operational EBITDA</b>				<b>43,6</b>						<b>43,6</b>	<b>35,7</b>
Abschreibungen		-14,1		-14,1	6,3					-7,8	-6,5
<b>EBIT</b>				<b>29,5</b>						<b>35,8</b>	<b>29,2</b>
Sondereffekte			-5,6	-5,6					5,6	0,0	0,0
Finanzerträge	1,1										
Finanzaufwendungen	-14,9										
Finanzergebnis	-13,8			-13,8		0,3	3,9			-9,6	-11,5
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-4,6			-4,6				-3,9		-8,5	-5,6
<b>Periodenüberschuss/-fehlbetrag</b>	<b>5,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>5,5</b>	<b>6,3</b>	<b>0,3</b>	<b>3,9</b>	<b>-3,9</b>	<b>5,6</b>	<b>17,7</b>	<b>12,1</b>

6M 2011	Gewinn- und Verlustrechnung lt. IFRS	Umgliederung von Abschreibungen und Wertminderungsaufwendungen	Umgliederung von Bereinigungseffekten	Gewinn- und Verlustrechnung nach Management Accounting	Wertminderungen und Abschreibungen auf Werberechtskonzessionen	Bewertungseffekte aus Derivaten	Währungseffekte aus innerkonzernlichen Finanzierungen	Steuer-normalisierung	Eliminierung von Sondereffekten	Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung 6M 2011	Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung 6M 2010
<b>In Mio. EUR</b>											
Umsatzerlöse	282,3			282,3						282,3	242,2
Umsatzkosten	-181,7	27,4		-154,4						-154,4	-130,8
Vertriebskosten	-37,9										
Verwaltungskosten	-38,3										
Gemeinkosten	-76,2	2,6	2,9	-70,7						-70,7	-61,5
Sonstige betriebliche Erträge	7,1										
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-8,3										
Sonstiges operatives Ergebnis	-1,2		3,7	2,5						2,5	2,1
<b>Operational EBITDA</b>				<b>59,8</b>						<b>59,8</b>	<b>52,4</b>
Abschreibungen		-30,0		-30,0	12,8					-17,2	-12,9
<b>EBIT</b>				<b>29,8</b>						<b>42,6</b>	<b>39,5</b>
Sondereffekte			-6,6	-6,6					6,6	0,0	0,0
Finanzerträge	7,1										
Finanzaufwendungen	-30,7										
Finanzergebnis	-23,6			-23,6		-2,3	7,8			-18,2	-22,3
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-0,7			-0,7				-7,2		-7,9	-5,4
Fehlbetrag aus aufgegebenen Geschäftsbereichen (ohne Steuern)	0,0			0,0						0,0	0,0
<b>Periodenüberschuss/-fehlbetrag</b>	<b>-1,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>-1,2</b>	<b>12,8</b>	<b>-2,3</b>	<b>7,8</b>	<b>-7,2</b>	<b>6,6</b>	<b>16,5</b>	<b>11,7</b>

## Finanzkalender

**11. Oktober 2011**  
**15. November 2011**

Capital Markets Day  
Veröffentlichung Quartalsfinanzbericht 9M/Q3 2011

## IR-Kontakt

### **Ströer Out-of-Home Media AG**

Stefan Hütwohl  
Director Group Finance and Investor Relations  
Ströer Allee 1 . 50999 Köln  
+49 (0)2236 . 96 45-356 Telefon  
+49 (0)2236 . 96 45-6356 Fax  
[ir@stroeer.de](mailto:ir@stroeer.de)

## Pressekontakt

### **Ströer Out-of-Home Media AG**

Claudia Fasse  
Direktorin Konzern-Kommunikation  
Ströer Allee 1 . 50999 Köln  
+49 (0)2236 . 96 45-246 Telefon  
+49 (0)2236 . 96 45-6246 Fax  
[cfasse@stroeer.de](mailto:cfasse@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](mailto:info@stroeer.com)

Amtsgericht Köln  
HRB 41 548  
USt.-Id.-Nr.: DE811763883

Dieser Halbjahresbericht wurde am 16. August 2011 veröffentlicht.  
Er liegt in deutscher und englischer Sprache vor.

## Disclaimer

Dieser Halbjahresbericht 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 Halbjahresbericht zugrunde gelegten Annahmen abweichen. Dieser Halbjahresbericht 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 Halbjahresbericht verpflichtet nicht zu einer Aktualisierung der darin enthaltenen Aussagen.