



PRESSEMITTEILUNG

Köln, 21. Juni 2010

Ströer Out-of-Home Media AG strebt an die Börse

- Einer der führenden Anbieter von Außenwerbung in Europa bereitet Handelsaufnahme im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse im zweiten Halbjahr 2010 vor
- Platzierung neuer Aktien aus einer Kapitalerhöhung im Volumen von ca. €275 Millionen geplant
- Teil des Emissionserlöses für strategische Akquisitionen vorgesehen: Anteilserhöhung an dem türkischen Joint Venture Ströer Kentvizyon und Übernahme von News Outdoor Poland
- Nach Abschluss der Akquisition von News Outdoor Poland erwartet Ströer, neben Deutschland und der Türkei auch im polnischen Markt gemessen an Umsatzerlösen zum Außenwerber Nummer 1 zu werden
- Weiterer Emissionserlös dient der Forcierung des organischen Wachstums durch Produktinnovationen und der Optimierung der Kapitalstruktur
- Positiver Geschäftsverlauf im ersten Quartal 2010 bestätigt erfolgreiches Geschäftsmodell und rechtfertigt Optimismus für das laufende Jahr

Die Ströer Out-of-Home Media AG („Ströer“), einer der führenden Anbieter von Außenwerbung in Europa mit Hauptsitz in Köln, bereitet ihren Börsengang vor. Das Unternehmen beabsichtigt, seine Aktien im zweiten Halbjahr 2010 im Regulierten Markt (Prime Standard) der Frankfurter Wertpapierbörse notieren zu lassen. Als Joint Bookrunner sind J.P. Morgan und Morgan Stanley mandatiert. Geplant ist eine Platzierung neuer Aktien aus einer Kapitalerhöhung im Volumen von ca. €275 Millionen. Die Gesellschafter von Ströer, Udo Müller (Mitgründer und CEO) und Dirk Ströer (Mitglied des Aufsichtsrats)

Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen sind nicht zur Verteilung, Veröffentlichung oder Weitergabe in die bzw. innerhalb der Vereinigten Staaten von Amerika, Kanada, Australien oder Japan bestimmt.

und Sohn des Mitgründers Heinz Ströer), werden im Rahmen des Börsengangs keine Aktien verkaufen.

Der erwartete Nettoemissionserlös aus dem Börsengang soll teilweise zur Realisierung strategischer Akquisitionen verwendet werden. Hierzu zählen die Anteilserhöhung von 50 auf 90 Prozent an dem türkischen Joint Venture Ströer Kentvizyon sowie die Übernahme des polnischen Außenwerbeunternehmens News Outdoor Poland, die gegenwärtig von den zuständigen Kartellbehörden in Polen geprüft wird. Ein weiterer Teil des Nettoemissionserlöses ist für Investitionen in das organische Wachstum von Ströer und für konkrete Produktinnovationen im Bereich der digitalen Außenwerbung vorgesehen. Darüber hinaus beabsichtigt das Unternehmen, mit den erzielten Erlösen die Nettoverschuldung zu reduzieren, die Kapitalstruktur zu optimieren und die finanzielle Flexibilität zu erhöhen.

Nachdem es der Ströer-Gruppe im Jahr 2009 gelungen ist, trotz eines sehr schwierigen wirtschaftlichen Umfelds das operative Ergebnis annähernd stabil zu halten, bestätigt das Umsatz- und Ergebniswachstum im ersten Quartal 2010 den Aufwärtstrend der Außenwerbebranche. „Der gesamte Out-of-Home-Markt steht vor spannenden Veränderungen. Diese wollen wir als einer der führenden Außenwerber Europas vorantreiben. Mit dem größten Marktanteil in Deutschland und starken Positionen in den Wachstumsmärkten Türkei und Polen sind wir hierfür optimal vorbereitet. Der Börsengang soll uns die Möglichkeit geben, unsere erfolgreiche Wachstumsgeschichte fortzuschreiben und zu beschleunigen“, sagt Udo Müller, Mitgründer und CEO von Ströer.

Steigende Bedeutung der Außenwerbung

Laut aktuellen Erhebungen der Mediengruppe ZenithOptimedia sind die Ausgaben für Out-of-Home-Werbung in Deutschland in den vergangenen zehn Jahren deutlich gestiegen. Nach Nielsen Media Research hat sich das Medium Plakat im vergangenen Jahr unter sämtlichen Werbeträgern am besten entwickelt und konnte somit den relativen Marktanteil ausbauen. Ströer geht davon aus, dass sich diese Entwicklung fortsetzen wird. „Der Anteil der Außenwerbung am Gesamtwerbemarkt wird unseres Erachtens weiter deutlich wachsen“, erklärt Udo Müller. Diesen Trend bestätigt nach Einschätzung von Ströer auch der Frühjahrsmonitor der Organisation der Media-Agenturen

Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen sind nicht zur Verteilung, Veröffentlichung oder Weitergabe in die bzw. innerhalb der Vereinigten Staaten von Amerika, Kanada, Australien oder Japan bestimmt.

OMG. Nach Ansicht der befragten Medienexperten wird die Gattung Plakat neben Internet und TV auch im laufenden Jahr stärker als andere Werbemedien von den steigenden Werbeinvestitionen profitieren.

Im Vergleich zu anderen Werbemedien wird das Wachstum der Außenwerbung vor allem durch gesellschaftliche Trends wie der steigenden Mobilität der Bevölkerung und der Urbanisierung angetrieben. Diese bewirken, dass erfolgreiche Werbekampagnen immer stärker auf innovative Werbeträger jenseits der klassischen Medien wie Zeitung oder TV setzen. „Für contentgebundene Werbung wird es aufgrund der Digitalisierung und der damit zusammenhängenden Fragmentierung der Werbekonsumenten immer schwieriger, große Reichweiten zu erzielen. Der Vorteil der Außenwerbung dagegen ist klar: Sie liefert schnell große Bilder und erreicht ein Massenpublikum. Nicht zuletzt profitieren Out-of-Home-Medien auch davon, dass die Menschen immer mehr Zeit unterwegs verbringen“, so Udo Müller. Damit Außenwerbeunternehmen von diesen Trends profitieren können, müssen sie ihren Werbekunden flächendeckende Kampagnen aus einer Hand anbieten können. Durch die Kombination öffentlicher und privater Werbeflächen sowie den Vertrag mit der Deutschen Bahn AG verfügt Ströer heute über das größte Werbeträgernetz in Deutschland und erreicht damit attraktive Zielgruppen. Mit ihrem breiten Produktportfolio bietet die Ströer-Gruppe ihren Kunden zudem die Möglichkeit, bei der Umsetzung von Werbekampagnen eine Vielzahl unterschiedlicher Werbeträger entlang der gesamten Mobilitätskette zu kombinieren.

Ströer mit starken Positionen in attraktiven Märkten

Gemessen an Umsatzerlösen ist Ströer einer der führenden Anbieter von Außenwerbung in Europa. In seinen Kernmärkten Deutschland, Türkei und Polen bietet das Unternehmen seinen Kunden umfassende Netzwerke für landesweite Werbekampagnen an. In Deutschland, dem größten Werbemarkt Europas, hat die Ströer-Gruppe, gemessen an Umsatzerlösen, den höchsten Marktanteil in der Außenwerbung. Im starken Wachstumsmarkt Türkei ist das Unternehmen mit seinem Joint Venture Partner Akademi Reklam ebenfalls der größte Außenwerber nach Umsatzerlösen. Durch die Akquisition von News Outdoor Poland, dem nach Umsatzerlösen viertgrößten Außenwerbeunternehmen in Polen mit rund 3.300 Werbeflächen, steigt Ströer gemessen an Umsatzerlösen nach eigenen Schätzungen auch zur Nummer eins im pol-

Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen sind nicht zur Verteilung, Veröffentlichung oder Weitergabe in die bzw. innerhalb der Vereinigten Staaten von Amerika, Kanada, Australien oder Japan bestimmt.

nischen Außenwerbemarkt auf. Darüber hinaus betreibt Ströer über sein Tochterunternehmen blowUP media das nach eigener Ansicht größte Netzwerk für Riesenposter in Europa.

Ströer will sich auch in Zukunft aktiv an der Konsolidierung des fragmentierten europäischen Außenwerbemarktes beteiligen. Dabei konzentriert sich das Unternehmen gezielt auf attraktive Märkte, in denen die Chance auf eine führende Wettbewerbsposition besteht. In der Türkei und in Polen will Ströer vom erwarteten Wirtschafts- und Bevölkerungswachstum sowie dem damit verbundenen Anstieg der Gesamtwerbeausgaben profitieren. Durch die Anteilserhöhung von 50 auf 90 Prozent an dem türkischen Joint Venture werden für Ströer neue Möglichkeiten erwartet, die Marktkonsolidierung voranzutreiben. In Polen wird Ströer nach der erfolgten Übernahme von News Outdoor Poland nach eigener Einschätzung als einziger Außenwerber in der Lage sein, landesweite Kampagnen anzubieten. Gleichzeitig wird Ströer durch die Akquisition seine bereits führende Position im stark wachsenden Segment der großflächigen Plakatformate stärken.

Ströer als Treiber der Digitalisierung

Ströer erwartet, dass der Trend zur Digitalisierung von Werbeträgern die Bedeutung der Out-of-Home-Medien zusätzlich steigern wird. „Die Digitalisierung revolutioniert den Medienmarkt. Zukünftig werden wir vermehrt digitale Werbeträger an zentralen Knotenpunkten wie Bahnhöfen sehen. Diese können beispielsweise abhängig von Uhrzeit, Wochentag oder Wetter mit unterschiedlichen Werbeinhalten bespielt werden. Gleichzeitig wird Außenwerbung durch die Einführung von Bewegtbildern noch attraktiver. Vorlaufzeiten werden praktisch auf null reduziert“, sagt Udo Müller. Durch gezielte Investitionen in Produktinnovationen plant Ströer, bei der Digitalisierung von Werbeflächen eine Vorreiterrolle einzunehmen und damit das eigene Wachstum zusätzlich zu forcieren. Durch die Innovationskraft ist es der Ströer-Gruppe seit ihrer Gründung vor 20 Jahren kontinuierlich gelungen, neue Akzente auf dem europäischen Markt der Außenwerbung zu setzen.

Guter Start von Ströer ins Jahr 2010 bestätigt Aufwärtstrend

Angesichts der sich abzeichnenden Belebung des europäischen Werbemarkts blickt Ströer zuversichtlich in die Zukunft. Das Unternehmen erzielte

Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen sind nicht zur Verteilung, Veröffentlichung oder Weitergabe in die bzw. innerhalb der Vereinigten Staaten von Amerika, Kanada, Australien oder Japan bestimmt.

im ersten Quartal 2010 Umsatzerlöse in Höhe von € 105,1 Millionen. Dies entspricht einem Plus von 5,6 Prozent im Vergleich zum ersten Quartal des Vorjahres (Q1 2009: € 99,5 Millionen). Das operative EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) stieg um 12,3 Prozent auf € 16,7 Millionen (Q1 2009: € 14,9 Millionen). In Deutschland verzeichnete der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ein Wachstum von 4,7 Prozent auf € 87,0 Millionen (Q1 2009: € 83,1 Millionen). Der Umsatz in der Türkei entwickelte sich besonders erfreulich und legte gegenüber dem ersten Quartal 2009 um 25,0 Prozent auf € 9,0 Millionen zu (Q1 2009: € 7,2 Millionen). „Dank unseres stabilen Geschäftsmodells haben wir die Krise im vergangenen Jahr hervorragend gemeistert. Nun wollen wir uns wieder auf weiteres Wachstum konzentrieren. Das starke erste Quartal 2010 bestätigt unseren Optimismus“, sagt Alfried Bührdel, CFO von Ströer. Im Geschäftsjahr 2009 erzielte die Ströer-Gruppe in einem der konjunkturell schwierigsten Jahre der Nachkriegszeit vergleichsweise stabile Umsatzerlöse in Höhe von € 469,8 Millionen (2008: € 493,4 Millionen) und ein um Sondereffekte bereinigtes operatives EBITDA von € 100,0 Millionen (2008: € 100,0 Millionen). Durch verschiedene Kostensenkungsmaßnahmen konnte das Unternehmen seine operative EBITDA-Marge von 20,3 Prozent auf 21,3 Prozent im Geschäftsjahr 2009 steigern. Die Umsätze des Unternehmens entwickelten sich damit deutlich besser als die europäischen Nettowerbeausgaben, die 2009 laut einer Studie von ZenithOptimedia um 13,8 Prozent sanken.

Erfolgsbilanz in der Konsolidierung des deutschen Außenwerbemarkts

Gemeinsam mit Heinz Ströer gründete Udo Müller 1990 die Ströer City Marketing GmbH und legte damit den Grundstein für die heutige Ströer-Gruppe. Anfang 2004 übernahm Ströer die DSM Deutsche Städte Medien GmbH und wurde damit, gemessen an Umsatzerlösen, zum größten Unternehmen im deutschen Out-of-Home-Werbemarkt. Mit der Übernahme der Infoscreen Gesellschaft für Stadtinformationsanlagen GmbH zum Ende des Jahres 2004 baute Ströer seine Kompetenz bei digitalen Werbeträgern weiter aus. Mit dem Kauf der heutigen Ströer DERG Media GmbH (früher Deutsche Eisenbahn Reklame GmbH) erschloss sich Ströer 2005 das Geschäftsfeld der Bahnhofswerbung. Heute wird Ströer von einem wachstumsorientierten Management-Team mit langjähriger Erfahrung im Mediensektor geführt. Der Vorstand

Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen sind nicht zur Verteilung, Veröffentlichung oder Weitergabe in die bzw. innerhalb der Vereinigten Staaten von Amerika, Kanada, Australien oder Japan bestimmt.

besteht aus Udo Müller (CEO), Alfried Bührdel (CFO) und Dirk Wiedenmann, der das Deutschland-Geschäft des Unternehmens verantwortet.

Pressekontakt:

Frau Petra Kaiser

Ströer Out-of-Home Media AG

Unternehmenskommunikation

Ströer Allee 1 | 50999 Köln

Telefon 02236 / 96 45-246

Fax 02236 / 96 45-6246

E-Mail: pkaiser@stroeer.de

Über Ströer

Die Ströer Out-of-Home Media AG ist Spezialist für alle Werbeformen, die außer Haus zum Einsatz kommen – von klassischen Plakatmedien über Werbung auf Wartehallen und Transportmitteln bis hin zu digitalen und interaktiven Medien. Das Unternehmen vermarktet über 280.000 Werbeflächen und ist einer der führenden Außenwerber in Europa: Ströer ist nach Umsatzerlösen die Nummer 1 in seinen Kernmärkten Deutschland, Türkei und Polen (nach der Akquisition von News Outdoor Poland). Das Unternehmen bietet seinen Kunden in diesen Märkten umfassende Netzwerke für landesweite Werbekampagnen. Die Ströer-Gruppe beschäftigt rund 1.400 Mitarbeiter an 69 Standorten. Das Portfolio des Unternehmens besteht aus über 150 verschiedenen Außenwerbeprodukten. Bei Werbeträgern und Stadtmöbeln legt das Unternehmen Wert auf hohe Qualität, Innovation und anspruchsvolles Design. Mit seinen Produkten setzt Ströer neue Maßstäbe bei der Gestaltung des öffentlichen Raumes. Bereits 26-mal wurden Ströer-Stadtmöbel mit internationalen Preisen ausgezeichnet. Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter www.stroeer.com

Disclaimer

Diese Pressemitteilung ist kein Angebot zum Verkauf von Wertpapieren in den Vereinigten Staaten von Amerika, in Kanada, Australien, Japan oder anderen Jurisdiktionen, in denen ein Angebot gesetzlichen Beschränkungen unterliegt. Die in dieser Pressemitteilung genannten Wertpapiere dürfen in den Vereinigten Staaten von Amerika nur mit vorheriger Registrierung unter den Vorschriften des U.S. Securities Act von 1933 in derzeit gültiger Fassung (der „Securities Act“) oder ohne vorherige Registrierung nur aufgrund einer Ausnahmeregelung verkauft oder zum Verkauf angeboten werden. Vorbehaltlich bestimmter Ausnahmeregelungen nach dem Securities Act dürfen die in dieser Bekanntmachung genannten Wertpapiere

Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen sind nicht zur Verteilung, Veröffentlichung oder Weitergabe in die bzw. innerhalb der Vereinigten Staaten von Amerika, Kanada, Australien oder Japan bestimmt.

in Australien, Kanada oder Japan, oder an oder für Rechnung von australischen, kanadischen oder japanischen Einwohnern, nicht verkauft oder zum Verkauf angeboten werden. Es findet keine Registrierung des Angebots oder des Verkaufs der in dieser Bekanntmachung genannten Wertpapiere gemäß den jeweiligen gesetzlichen Bestimmungen in Kanada, Australien, und Japan statt. In den Vereinigten Staaten von Amerika erfolgt kein öffentliches Angebot von Wertpapieren.

Diese Pressemitteilung dient ausschließlich Werbezwecken und stellt keinen Prospekt dar. Interessierte Anleger sollten ihre Anlageentscheidung bezüglich der in dieser Bekanntmachung erwähnten Wertpapiere ausschließlich auf Grundlage der Informationen aus einem von der Gesellschaft im Zusammenhang mit dem Angebot dieser Wertpapiere durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) gebilligten und veröffentlichten Wertpapierprospekt treffen. Der Wertpapierprospekt wird nach seiner Veröffentlichung bei der Ströer Out-of-Home Media AG (Ströer Allee 1, 50999 Köln) oder auf der Webseite www.stroeer.com kostenfrei erhältlich sein.

Diese Mitteilung enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die auf gegenwärtigen, nach bestem Wissen vorgenommenen Einschätzungen und Annahmen des Managements der Ströer Out-of-Home Media AG beruhen. Zukunftsgerichtete Aussagen unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken, Ungewissheiten und anderen Faktoren, die dazu führen können, dass die Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder das Ergebnis der Ströer Out-of-Home Media AG wesentlich von derjenigen Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder demjenigen Ergebnis abweichen, die in diesen zukunftsgerichteten Aussagen ausdrücklich oder implizit angenommen oder beschrieben werden. In Anbetracht dieser Risiken, Ungewissheiten sowie anderer Faktoren sollten sich Empfänger dieser Unterlagen nicht unangemessen auf diese zukunftsgerichteten Aussagen verlassen. Die Ströer Out-of-Home Media AG übernimmt keine Verpflichtung, derartige zukunftsgerichtete Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse und Entwicklungen anzupassen.