

## Quartalsfinanzbericht Q1 2011

Konzern-Finanzkennzahlen im Überblick	1
Vorwort des Vorstands	2
Aktie	3
Konzernzwischenlagebericht	5
Konzern und Berichtszeitraum	5
Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns	5
Geschäfts- und Ertragsentwicklung Segmente	9
Mitarbeiter	10
Chancen- und Risikenbericht	11
Nachtragsbericht	11
Ausblick auf das Jahr 2011	11
Konzernzwischenabschluss	13
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	13
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	14
Konzernbilanz	15
Konzern-Kapitalflussrechnung	16
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	17
Berichterstattung nach operativen Segmenten	18
Berichterstattung nach Produktgruppen	18
Erläuterungen zum verkürzten Konzernzwischenabschluss	19
Allgemeine Informationen	19
Ausgewählte Angaben zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, zur Konzernbilanz und zur Konzern-Kapitalflussrechnung sowie sonstige Angaben	21
Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung / Überleitungsrechnung	23
Finanzkalender, Kontakt, Impressum, Disclaimer	24

## Kennzahlen

### Konzern-Finanzkennzahlen im Überblick

In Mio. EUR	Q1 2011	Q1 2010	Veränderung
<b>Umsatz</b>	<b>122,9</b>	<b>105,1</b>	<b>17,0%</b>
Ströer Deutschland	91,9	87,0	5,6%
Ströer Türkei	18,7	9,0	>100%
Sonstige	12,3	9,0	36,3%
Billboard	62,9	51,9	21,3%
Street Furniture	33,7	26,2	28,6%
Transport	18,4	15,7	17,6%
Sonstige	7,8	11,3	-30,9%
Organisches Wachstum <sup>1)</sup>	9,7%	5,3%	85,1%
Bruttoergebnis vom Umsatz <sup>2)</sup>	36,7	36,0	2,0%
<b>Operational EBITDA<sup>3)</sup></b>	<b>16,2</b>	<b>16,7</b>	<b>-3,1%</b>
<b>Operational EBITDA<sup>3)</sup> - Marge</b>	<b>13,2%</b>	<b>15,9%</b>	
Bereinigtes EBIT <sup>4)</sup>	6,8	10,3	-34,2%
Bereinigte EBIT <sup>4)</sup> - Marge	5,5%	9,8%	
Bereinigter Periodenüberschuss/-fehlbetrag <sup>5)</sup>	-1,2	-0,4	n.d.
Periodenüberschuss/-fehlbetrag	-6,7	-9,5	n.d.
Ergebnis je Aktie <sup>6)</sup> (EUR)	-0,16	-0,22	
	<b>Q1 2011</b>	<b>Q1 2010</b>	<b>Veränderung</b>
Investitionen <sup>7)</sup>	12,0	3,4	>100%
Free Cash-Flow <sup>8)</sup>	-22,0	-0,7	n.d.
	<b>31.3.2011</b>	<b>31.12.2010</b>	<b>Veränderung</b>
Bilanzsumme	978,6	989,1	-1,1%
Eigenkapital	284,8	296,5	-3,9%
Eigenkapitalquote	29,1%	30,0%	
Nettoverschuldung <sup>9)</sup>	333,6	320,1	4,2%
Mitarbeiter <sup>10)</sup>	1.728	1.731	-0,2%

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 tatsächlichen Periodenergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien nach Börsengang

7) 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 konsolidiert

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

9) Finanzverbindlichkeiten abzüglich derivative Finanzinstrumente und liquide Mittel

10) Nach Anzahl der Personen

## Vorwort des Vorstands

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

wir haben im 1. Quartal 2011 die Erfolge unseres Rekordjahres 2010 fortgesetzt. Der Konzernumsatz stieg in den ersten drei Monaten um 17,0 Prozent auf 122,9 Millionen Euro (Vj.: 105,1 Millionen Euro). Mit einem entsprechenden organischen Umsatzwachstum von 9,7 Prozent gehören wir einmal mehr zu den wachstumsstärksten Medienunternehmen Europas. Besonders positiv entwickelte sich im 1. Quartal 2011 unser Kerngeschäft in Deutschland, dem größten europäischen Werbemarkt. Im Vergleich zum Vorjahr konnten wir dort sowohl hinsichtlich des organischen Umsatzes als auch des Operational EBITDA weiter zulegen. Auch unser in der blowUP zusammengefasstes Riesenpostergeschäft und das Segment Türkei verzeichneten äußerst positive Umsatzentwicklungen.

Bereits im letzten Jahr hatten wir den Grundstein zum Aufbau unseres innovativen digitalen Out-of-Home-Channels mit nationaler Reichweite gelegt. Bis April dieses Jahres wurden über 500 großformatige HD-Bildschirme in deutschen Bahnhöfen wie Berlin, München, Stuttgart und Frankfurt installiert. Wie geplant werden wir Ende des Jahres unseren Kunden ein Werbenetz von bis zu 1000 Screens anbieten, mit denen wir 20 Prozent der Gesamtbevölkerung erreichen. Auch die technische Umsetzung unseres zweiten Wachstumsprojekts in Deutschland, des Premium Billboard, verläuft plangemäß. Mit diesen Produktoffensiven und unseren weiteren Premium-Produkten stoßen wir vor allem bei unserer strategischen Kernzielgruppe der Top-200-Werbekunden auf hohes Interesse und konnten daher im ersten Quartal einen überproportionalen Anstieg des Buchungsvolumens verzeichnen. Auch jüngste Branchenumfragen stimmen uns optimistisch für das laufende Geschäftsjahr: Über 90 Prozent der Experten aus deutschen Medienagenturen erwarten für 2011 einen Anstieg der gesamten Bruttowerbeaufwendungen und über 80 Prozent rechnen mit höheren Ausgaben für Außenwerbung.

Das organische Umsatzwachstum des türkischen Segments setzte sich mit einem Plus von 8,9 Prozent im 1. Quartal 2011 eindrucksvoll fort, wenngleich eine Gesetzesänderung in Bezug auf TV-Vermarktung und die voraussichtlichen Preiserhöhungen für medienübergreifende Buchungsverzögerungen sorgten, die auch zu Beginn des zweiten Quartals noch spürbar sind. Erst nach dem Auslaufen dieses Effekts, der noch durch die Anfang Juni anstehenden türkischen Parlamentswahlen verstärkt wird, erwarten wir wieder eine höhere Wachstumsdynamik. In Polen verzeichneten der Werbemarkt und die Außenwerbung im ersten Quartal trotz positiver makroökonomischer Effekte eine rückläufige Tendenz. Perspektivisch ist diese Region für uns aber weiterhin von hoher Attraktivität, die sich durch sukzessive Konsolidierungs- und Professionalisierungsschritte deutlich steigern wird.

Begleitet von einem vorteilhaften Wandel der Mediennutzung setzen wir mit unseren Produktinnovationen konsequent auf Wachstum. Für das Geschäftsjahr 2011 gehen wir von einem organischen Umsatzwachstum im mittleren bis oberen einstelligen Bereich aus.

Am 15. Juni 2011 findet in Köln unsere erste Hauptversammlung als börsennotiertes Unternehmen statt. Wir freuen uns darauf, Sie als unsere Aktionärinnen und Aktionäre im Congress-Centrum der Kölnmesse zu begrüßen!

Ihre



Udo Müller



Alfred Bührdel



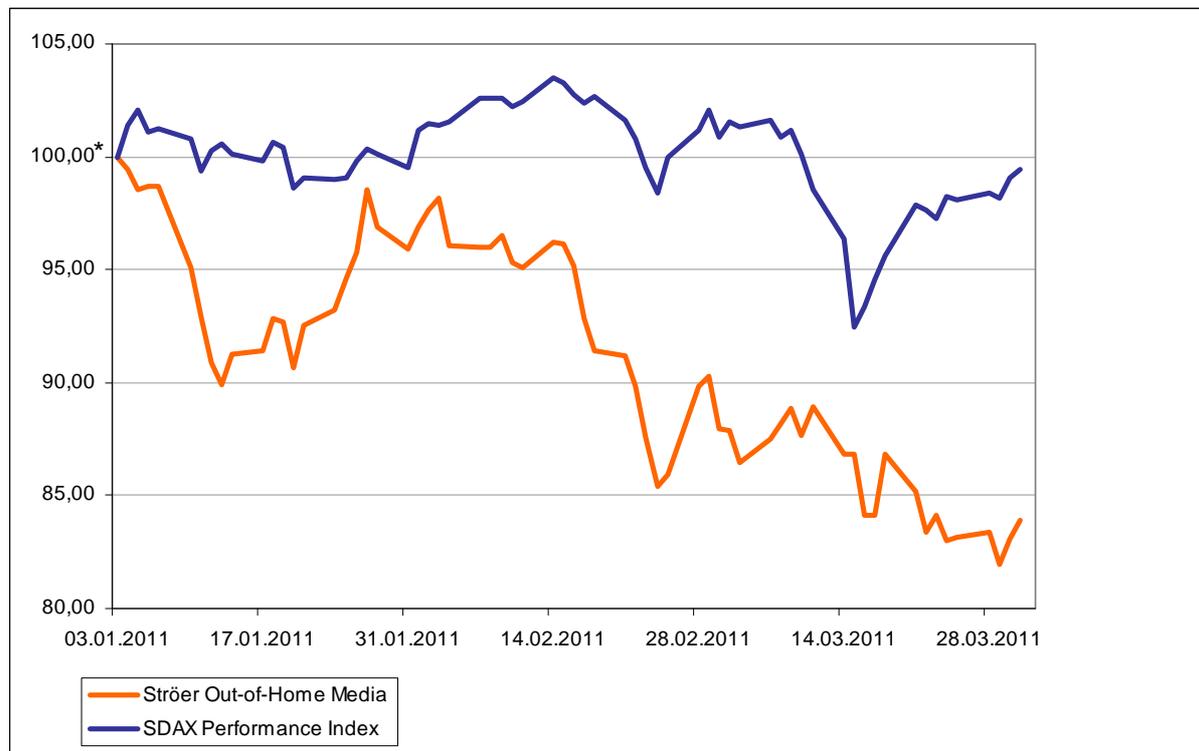
Dirk Wiedenmann

## Aktie

Das Börsenjahr 2010 hatte die Aktie der Ströer Out-of-Home Media AG mit dem Höchstwert von 26,74 Euro und einem deutlichen Plus gegenüber dem Ausgabekurs von 20,00 Euro beendet. Die vor allem gegen Ende vergangenen Jahres positive Entwicklung konnte im 1. Quartal 2011 nicht nahtlos fortgesetzt werden. Nachdem die Aktie zu Jahresbeginn nahezu unverändert in den Handel gestartet war, bewegte sie sich von Mitte Januar bis Mitte Februar bei hoher Volatilität in einem Kursband zwischen 27,00 Euro am oberen und 24,60 Euro am unteren Ende. Danach setzte eine Abwärtsbewegung ein, die auf ein Kursniveau von 22,41 Euro führte. Bis zum 31. März 2011, dem letzten Handelstag des ersten Quartals, legte die Aktie wieder leicht zu. Am Stichtag beendete sie den Handel mit einem Kurs von 22,95 Euro bzw. einem Minus von 16 Prozent gegenüber Jahresanfang. Der SDAX erreichte Ende März einen Stand von 5.144 Punkten und verzeichnete im Vergleichszeitraum ebenfalls einen Rückgang, wenngleich nur in Höhe von -0,6 Prozent.

### Die Ströer Aktie im Vergleich zum SDAX

(1. Januar bis 31. März 2011)



\* 3.1.2011 =100 , Kursverläufe indiziert, Schlusskurse Xetra

Quelle: Deutsche Börse Group

### 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 31. März 2011 erreichte die Marktkapitalisierung einen Wert von 0,97 Milliarden Euro.

Das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen der Aktie an den deutschen Börsen lag im ersten Quartal bei 23.038 Stück. Dieser Wert berücksichtigt nicht die außerbörslichen Handelsaktivitäten, die zwischen Investoren und Brokern over-the-counter (OTC) abgewickelt wurden. Insgesamt entfiel im Berichtszeitraum ein Handelsanteil von 74 Prozent auf OTC-Volumina. Umgerechnet auf die im Schnitt pro Tag gehandelten Stücke entsprach dieser OTC-Anteil knapp 71.000 Aktien. Er belief sich somit auf mehr als das Dreifache des durchschnittlichen täglichen Handelsvolumens mit der Ströer Aktie an den deutschen Börsen.

### Analysten-Studien

Derzeit wird die Ströer Out-of-Home Media AG von zwölf Analysten-Teams begleitet. Von den jüngsten Einschätzungen lauten neun ‚Kaufen‘ bzw. ‚Übergewichten‘, zwei ‚Halten‘ und eine ‚Untergewichten‘.

### Aktionärsstruktur

Die Gesamtzahl der Aktien unserer Gesellschaft beträgt 42.098.238 Stück. Udo Müller, Vorsitzender des Vorstands, hält 28,12 Prozent, Dirk Ströer, Mitglied des Aufsichtsrats, 28,33 Prozent und Finanzvorstand Alfried Bührdel zusammen mit Vorstandsmitglied Dirk Wiedenmann rund 0,1 Prozent der Aktien der Ströer Out-of-Home Media AG. Udo Müller, Dirk Ströer und Alfried Bührdel verpflichteten sich im Rahmen des Börsengangs zu einer Veräußerungssperrfrist (Lock-Up) von zwölf Monaten, die am 15. Juli 2011 ausläuft.

Der Streubesitz beträgt 43,44 Prozent. Nach den der Gesellschaft vorliegenden Informationen hielten zum 31. März 2011 Fonds der Franklin Templeton Gruppe sowie von Tiger Global, Blackrock und TIAA CREF jeweils über 3 Prozent der Anteile der Ströer Out-of-Home Media AG. Nach dem Stichtag gingen unserem Unternehmen weitere Stimmrechtsmitteilungen zu. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts sind uns die folgenden Stimmrechtsanteile an der Ströer Out-of-Home Media AG von über 3 Prozent bekannt: Fidelity 5,30 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 31. März 2011.

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

#### Ertragslage

##### Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung In Mio. EUR

	Q1 2011		Q1 2010		Veränderung	
<b>Fortzuführende Geschäftsbereiche</b>						
Umsatzerlöse	122,9	100,0%	105,1	100,0%	17,8	17,0%
Umsatzkosten	-86,2	-70,1%	-69,1	-65,8%	-17,1	24,8%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>36,7</b>	<b>29,9%</b>	<b>36,0</b>	<b>34,2%</b>	<b>0,7</b>	<b>2,0%</b>
Vertriebskosten	-19,2	-15,6%	-17,2	-16,3%	-2,0	11,7%
Verwaltungskosten	-19,0	-15,4%	-18,0	-17,1%	-1,0	5,5%
Sonstige betriebliche Erträge	3,3	2,7%	4,1	3,9%	-0,9	-21,0%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2,5	-2,0%	-2,0	-1,9%	-0,5	28,4%
<b>EBIT</b>	<b>-0,7</b>	<b>-0,6%</b>	<b>3,0</b>	<b>2,9%</b>	<b>-3,7</b>	<b>n. d.</b>
<b>EBITDA</b>	<b>15,2</b>	<b>12,3%</b>	<b>13,3</b>	<b>12,7%</b>	<b>1,8</b>	<b>13,9%</b>
<b>Operational EBITDA</b>	<b>16,2</b>	<b>13,2%</b>	<b>16,7</b>	<b>15,9%</b>	<b>-0,5</b>	<b>-3,1%</b>
Finanzergebnis	-9,8	-8,0%	-10,5	-10,0%	0,7	6,5%
<b>EBT</b>	<b>-10,5</b>	<b>-8,6%</b>	<b>-7,5</b>	<b>-6,1%</b>	<b>-3,0</b>	<b>-40,1%</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	3,9	3,1%	-1,9	-1,8%	5,8	n. d.
<b>Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>-6,7</b>	<b>-5,4%</b>	<b>-9,5</b>	<b>-9,0%</b>	<b>2,8</b>	<b>29,3%</b>
<b>Überschuss</b>	<b>-6,7</b>	<b>-5,4%</b>	<b>-9,5</b>	<b>-9,0%</b>	<b>2,8</b>	<b>29,3%</b>

Im saisonal geringer gewichteten ersten Quartal konnte der Konzern seine Umsatzerlöse um 17,0 Prozent von 105,1 Millionen Euro auf 122,9 Millionen Euro steigern. Neben Effekten aus der Konsolidierung der im 2. Halbjahr 2010 erworbenen bzw. aufgestockten Beteiligungen (insbesondere in der Türkei und Polen) machten sich markante organische Umsatzzuwächse in den Kernmärkten Deutschland und Türkei bemerkbar. Die Wachstumsdynamik der Türkei war dabei durch den Beschluss einer deutlichen Einschränkung der Werbezeiten im TV beeinträchtigt, wodurch der türkische Medienmarkt derzeit eine Phase der Unsicherheit durchmacht.

Das EBITDA erhöhte sich um 13,2 Prozent auf 15,2 Millionen Euro. Ausschlaggebend hierfür ist im Wesentlichen der Umsatzzuwachs von 17,8 Millionen Euro, dem bei den um Abschreibungen bereinigten

Umsatzkosten nur ein Anstieg von 11,6 Millionen Euro gegenüber stand. Vorteilhaft entwickelten sich auch die Vertriebs- und Verwaltungskostenquoten. Sie reduzierten sich im Vergleich zum 1. Quartal 2010 in Summe um 2,4 Prozentpunkte und entsprechen damit nur noch 31 Prozent des Umsatzes.

Der Anstieg der EBITDA-relevanten Umsatzkostenquote von 57,1 Prozent auf 58,3 Prozent wurde durch die verbesserten Fixkostenrelationen mehr als kompensiert. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Umsatzkosten durch die Vollkonsolidierung der erworbenen Unternehmenseinheiten einen höheren Anteil an Festmieten aufweisen. Darüber hinaus wurden – insbesondere in der Türkei – bereits Mietzahlungen für neu erworbene Werberechtskonzessionen geleistet, mit denen angesichts erst beginnender Werbeträgerinstallationen jedoch noch keine nennenswerten Umsätze erzielt werden konnten. Die vorgenannten Effekte aus Konsolidierungsmaßnahmen und anlaufenden Projekten wirkten sich entsprechend auf das Operational EBITDA aus. Der leichte Ergebnismrückgang um 0,5 Millionen Euro auf 16,2 Millionen Euro ist auch darauf zurückzuführen, dass im Vorjahreszeitraum größere Kosten für den Börsengang angefallen sind, die für die Operational EBITDA-Betrachtung bereinigt wurden.

Das Bruttoergebnis vom Umsatz ist beeinflusst durch Abschreibungseffekte, die sich im Zusammenhang mit den im Rahmen der Kaufpreisallokationen aufgedeckten stillen Reserven und dem im 2. Halbjahr 2010 verstärkten Neuaufbau von Werbeträgern ergeben. Im 1. Quartal 2011 betragen diese Abschreibungen insgesamt 14,5 Millionen Euro nach 9,0 Millionen Euro im Vorjahr.

Die im Jahr 2010 optimierte Kapitalstruktur des Konzerns ermöglichte im Berichtszeitraum Zinseinsparungen von 2,1 Millionen Euro und führte zu einer Zinsabgrenzung von nur noch 8,7 Millionen Euro. Diese günstige Entwicklung wurde jedoch überlagert von nicht zahlungswirksamen Bewertungssachverhalten. Einerseits war die Türkische Lira im 1. Quartal 2011 einem Abwertungsdruck ausgesetzt, was Bewertungseffekte auf konzerninterne Darlehen in Höhe von saldiert 3,9 Millionen Euro auslöste. Andererseits führten höhere Zinserwartungen im Geldmarkt zu positiven Bewertungseffekten bei nicht in Sicherheitsbeziehungen befindlichen Zinssicherungsinstrumenten von saldiert 2,6 Millionen Euro. In Summe verbesserte sich das Finanzergebnis gegenüber dem Vergleichszeitraum um 6,5 Prozent auf einen Wert von -9,8 Millionen Euro.

Infolge positiver Effekte aus der Anwendung der Konzernsteuerquote stieg das Periodenergebnis um 2,8 Millionen Euro und erreichte damit einen Zuwachs von 29,3 Prozent. Der Fehlbetrag des ersten Quartals belief sich dadurch nur noch auf 6,7 Millionen Euro nach 9,5 Millionen Euro im entsprechenden Vorjahreszeitraum.

## Vermögenslage

### Konzern-Bilanz In Mio. EUR

	31.3.2011	31.12.2010	Veränderung	
<b>Aktiva</b>				
Langfristig gebundenes Vermögen				
Immaterielle Vermögenswerte	518,5	533,6	-15,1	-2,8%
Sachanlagen	212,8	214,3	-1,5	-0,7%
Steueransprüche	11,8	9,4	2,5	26,1%
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	9,3	9,2	0,0	0,6%
	752,4	766,5	-14,1	-1,8%
Kurzfristig gebundenes Vermögen				
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	130,7	107,2	23,5	22,0%
Liquide Mittel	86,4	106,1	-19,7	-18,6%
Steueransprüche	3,3	4,2	-0,9	-22,4%
Vorräte	5,8	5,1	0,7	14,0%
	226,2	222,6	3,6	1,6%
<b>Bilanzsumme</b>	<b>978,6</b>	<b>989,1</b>	<b>-10,5</b>	<b>-1,0%</b>
<b>Passiva</b>				
Langfristige Finanzierungsmittel				
Eigenkapital	284,8	296,5	-11,7	-3,9%
Fremdkapital				
Finanzielle Verbindlichkeiten	420,1	426,6	-6,5	-1,5%
Latente Steuerverbindlichkeiten	62,1	64,9	-2,8	-4,4%
Rückstellungen	35,4	36,8	-1,4	-3,8%
	517,7	528,3	-10,7	-2,0%
Kurzfristige Finanzierungsmittel				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	70,5	67,9	2,6	3,8%
Finanz- und sonstige Verbindlichkeiten	83,3	70,3	13,0	18,5%
Rückstellungen	14,6	17,7	-3,1	-17,5%
Ertragsteuerverbindlichkeiten	7,7	8,4	-0,6	-7,7%
	176,1	164,3	11,8	7,2%
<b>Bilanzsumme</b>	<b>978,6</b>	<b>989,1</b>	<b>-10,5</b>	<b>-1,0%</b>

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

Das langfristig gebundene Vermögen ging um 10,4 Millionen Euro auf 752,4 Millionen Euro zurück. Ausschlaggebend hierfür waren im Wesentlichen laufende Abschreibungen von Werberechtskonzessionen, die zum Teil durch unterjährige Abgrenzung von latenten Steuern auf die im 1. Quartal 2011 aufgelaufenen steuerlichen Fehlbeträge kompensiert wurden.

Das kurzfristig gebundene Vermögen blieb mit einem Anstieg von 1,6 Prozent nahezu unverändert. Innerhalb dieser Vermögenskategorie fand allerdings eine Verschiebung zwischen liquiden Mitteln sowie Forderungen und sonstigen Vermögenswerten statt, da der Konzern im ersten Quartal Pachtvorauszahlungen leistet, die im Jahresverlauf mit anfallenden Pachtverbindlichkeiten verrechnet werden.

Der Rückgang des langfristigen Fremdkapitals wird durch die Entwicklung der Zinssicherungsinstrumente getrieben. Aufgrund der für uns vorteilhaften Entwicklung der erwarteten Zinsstruktur konnten die passivierten Barwerte der Zinssicherungsinstrumente vermindert werden.

Das kurzfristige Fremdkapital erhöht sich um 11,8 Millionen Euro auf 176,1 Millionen Euro. Auslöser dieser Entwicklung sind die in den Finanz- und sonstigen Verbindlichkeiten ausgewiesenen Kundenvorauszahlungen für langfristige Vertragsverhältnisse, die am Jahresanfang generell einen hohen Stand aufweisen. Darüber hinaus wurden übliche Zinsabgrenzungen vorgenommen.

#### Finanzlage

In Mio. EUR	Q1 2011	Q1 2010
Cash-Flow aus operativer Tätigkeit	-10,1	2,7
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-11,9	-3,4
Free Cash-Flow	-22,0	-0,7
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	2,3	-0,9
Mittelveränderung	-19,7	-1,7
Mittelbestand	86,4	55,6

Die Entwicklung des Bestands an liquiden Mitteln wird primär von Basiseffekten im Working Capital und einer erhöhten Investitionstätigkeit beeinflusst, die zu einem Free Cash-Flow von -22,0 Millionen Euro führten.

Bei der Veränderung des Cash-Flow aus operativer Tätigkeit ist zu berücksichtigen, dass sich die im Working Capital ausgewiesenen Pachtvorauszahlungen unter anderem an den im Jahr 2010 deutlich erhöhten Pachtvolumina orientieren. So wurden 2,2 Millionen Euro mehr aufgewandt als im entsprechenden Vergleichsquartal. Gleichzeitig erhöhte sich die Anzahl der Zahläufe, was jedoch im zweiten Quartal zu einer entsprechenden Entlastung führen wird.

Der signifikant gestiegene Zahlungsmittelabfluss für Investitionen ist in erster Linie auf den Aufbau des Out-of-Home-Channels zurückzuführen.

#### Nettoverschuldung

In Mio. EUR	31.3.2011	31.12.2010	Veränderung	
(1) Langfristige Finanzverbindlichkeiten	420,1	426,6	-6,5	-1,5%
(2) Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	48,5	39,2	9,4	23,9%
(1)+(2) Summe Finanzverbindlichkeiten	468,6	465,7	2,9	0,6%
(3) Derivative Finanzinstrumente	48,7	39,5	9,2	23,3%
(1)+(2)-(3) Finanzverbindlichkeiten ohne derivative Finanzinstrumente	420,0	426,2	-6,3	-1,5%
(4) Liquide Mittel	86,4	106,1	-19,7	-18,6%
<b>(1)+(2)-(3)-(4) Nettoverschuldung</b>	<b>333,6</b>	<b>320,1</b>	<b>13,5</b>	<b>4,2%</b>

Die Nettoverschuldung des Konzerns stieg infolge der geringeren liquiden Mittel leicht um 4,2 Prozent auf 333,6 Millionen Euro.

## Geschäfts- und Ertragsentwicklung Segmente

### Ströer Deutschland

In Mio. EUR	Q1 2011	Q1 2010	Veränderung	
Umsatz, davon	91,9	87,0	4,9	5,6%
Billboard	38,3	37,5	0,8	2,2%
Street Furniture	28,7	23,5	5,2	22,2%
Transport	18,1	15,4	2,7	17,4%
Sonstige	6,9	10,7	-3,9	-36,0%
Operational EBITDA	18,7	17,4	1,3	7,6%
Operational EBITDA-Marge	20,4%	20,0%	+0,4 Prozentpunkte	

Das Segment Ströer Deutschland setzte seinen im letzten Jahr eingeschlagenen Wachstumskurs fort. Umsatz und Operational EBITDA konnten abermals gesteigert werden.

Hervorzuheben ist die um 40 Basispunkte höhere Operational EBITDA-Marge. Die positive Margenentwicklung basiert im Wesentlichen auf einer verbesserten Pachtquote (definiert als Anteil von Mieten und Pachten im Verhältnis zum Umsatz). Darüber hinaus profitierte das Geschäftsfeld erneut von einem größeren Kampagnen-Volumen auf margen-attraktiven Premium-Werbeträgern, die als Netzprodukte in den Bereichen Street Furniture und Billboard national vermarktet werden. Dementsprechend wuchs auch der Anteil des mit den TOP-200-Werbetreibenden abgewickelten Geschäftsvolumens am Gesamtumsatz.

Das starke Umsatzwachstum im Segment Transport spiegelt deutlich den Vertriebs Erfolg mit digitalen Produkten wider. Im Vergleich zur Vorjahresperiode erhöhten sich die entsprechenden Umsätze erneut um einen hohen zweistelligen Prozentsatz.

In der Produktgruppe Sonstige ist der Umsatzrückgang auf eine Beendigung von nicht zum Kerngeschäft gehörenden Serviceaktivitäten zurückzuführen, die ausschlaggebend ist für den Unterschied zwischen der ausgewiesenen und der organischen Umsatzwachstumsrate.

### Ströer Türkei

In Mio. EUR	Q1 2011	Q1 2010	Veränderung	
Umsatz, davon	18,7	9,0	9,7	>100%
Billboard	13,5	6,2	7,3	>100%
Street Furniture	4,9	2,7	2,2	83,9%
Transport	0,3	0,2	0,2	>100%
Operational EBITDA	0,9	1,6	-0,8	-46,7%
Operational EBITDA-Marge	4,6%	18,0%	-13,4 Prozentpunkte	

Die Entwicklung des Segments Ströer Türkei ist maßgeblich 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. EUR	Q1 2011	Q1 2010	Veränderung	
Umsatz	18,7	18,1	0,7	3,7%
Operational EBITDA	0,9	3,3	-2,4	-73,3%
Operational EBITDA-Marge	4,6%	18,0%	-13,4 Prozentpunkte	

Mit einem Plus von 8,9 Prozent setzte sich das organische Umsatzwachstum des türkischen Segments im 1. Quartal 2011 eindrucksvoll fort. Der organische Umsatzanstieg wäre noch wesentlich stärker ausgefallen, wenn nicht die geänderten TV-Vermarktungsbedingungen und die damit einhergehenden Preiserhöhungen

das Marktwachstum beeinträchtigt hätten. Der Unterschied zum berichteten Umsatzwachstum resultiert ausschließlich aus einer ungünstigen Veränderung der Währungskursrelation zum Euro.

Der Rückgang des Operational EBITDA und der Operational EBITDA-Marge ist unter anderem auf Einmaleffekte aus dem Abschluss von neuen Konzessionsverträgen zurückzuführen, für die bereits Miet- und Pacht aufwendungen anfallen, denen aber noch keine entsprechenden Umsätze gegenüberstehen. Außerdem wurden vor dem Hintergrund des intakten Wachstumsszenarios einzelne Verträge von Umsatzpachten auf Festmieten umgestellt, was sich bei nachhaltig steigenden Umsätzen margenerhöhend auswirken wird.

#### Sonstige

In Mio. EUR	Q1 2011	Q1 2010	Veränderung	
Umsatz, davon	12,3	9,0	3,3	36,3%
Billboard	11,1	8,2	2,9	35,6%
Street Furniture	0,1	0,1	0,1	65,0%
Transport	0,1	0,1	-0,1	-61,0%
Sonstige	1,0	0,6	0,4	67,1%
Operational EBITDA	-0,8	-0,7	-0,1	-12,7%
Operational EBITDA-Marge	-6,6%	-8,0%	+1,4	Prozentpunkte

Dem Segment Sonstige sind unsere polnischen Außenwerbeaktivitäten sowie das in der blowUP-Gruppe zusammengefasste westeuropäische Riesenpostergeschäft zugeordnet. Im ersten Quartal verzeichnete das Segment einen deutlichen Umsatzanstieg bei einem insgesamt nur leicht veränderten Operational EBITDA. Die Operational EBITDA-Marge verbesserte sich um 1,4 Prozentpunkte.

Mit einem hohen zweistelligen Umsatzwachstum erwies sich das blowUP-Geschäft erneut als außerordentlich dynamisch und erreichte ein signifikant höheres Operational EBITDA. Der polnische Werbemarkt zeigte im Berichtszeitraum eine rückläufige Tendenz, der sich auch die Außenwerbung nicht entziehen konnte. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verzeichneten wir bei der organischen Umsatzentwicklung einen Rückgang im mittleren einstelligen Bereich. Da unsere Werberechtskonzessionen in Polen im Wesentlichen auf Festmieten basieren, wurde das Operational EBITDA deutlich belastet.

#### Mitarbeiter

Am 31. März 2011 beschäftigte der Ströer Konzern insgesamt 1.728 Mitarbeiter (31. Dezember 2010: 1.731). Die Zuordnung der Mitarbeiter zu den einzelnen Unternehmensbereichen ist in der folgenden Tabelle dargestellt.

Unternehmensbereich	Mitarbeiter
Ströer Deutschland	1.135
Ströer Türkei	240
Sonstige	208
Holding	145
<b>Summe</b>	<b>1.728</b>

## Chancen- und Risikenbericht

Wir verweisen zur Darstellung der Chancen und Risiken auf unsere Ausführungen im Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2010.

## Nachtragsbericht

Nachtragsberichtspflichtige Ereignisse sind nicht eingetreten.

## Ausblick auf das Jahr 2011

### Gesamtwirtschaft

Die Bundesregierung hat im April 2011 ihre Wachstumsprognose für das Gesamtjahr erneut nach oben revidiert. Sie erwartet jetzt einen auf breiter Basis stehenden Anstieg des Bruttoinlandsprodukts um 2,6 Prozent. Nach Auffassung des Bundeswirtschaftsministeriums wird der Aufschwung in Deutschland sowohl von einer regen Investitionstätigkeit als auch von einem zunehmenden Binnenkonsum getragen. Die Konsumausgaben sollen im Jahr 2011 real um 1,3 Prozent zulegen. Die positive Entwicklung dürfte sich auch auf dem Arbeitsmarkt fortsetzen, so dass die durchschnittliche Zahl der Erwerbslosen erneut leicht unter der des Vorjahres liegen wird. Die Exportorientierung der deutschen Wirtschaft ist weiterhin hoch und scheint bisher weder durch die Naturkatastrophe in Japan, noch durch die politischen Unruhen in Nordafrika beeinflusst zu werden.

In der Türkei konnte 2010 ein außerordentlich hohes Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 8,9 Prozent erzielt werden. Für 2011 bewegen sich die Wachstumserwartungen zwischen 4,5 und 4,8 Prozent, womit das Land auch weiterhin einen führenden Platz im Kreis der aufstrebenden Volkswirtschaften Europas einnimmt. Als Konjunkturtreiber gelten die robuste private Nachfrage sowie das starke Kreditwachstum. Der Aufschwung des Jahres 2010 setzt sich damit zwar auf einem niedrigeren Niveau fort, dürfte aber auch von höherer Nachhaltigkeit geprägt sein.

In Polen wird mit einer leichten Beschleunigung des Aufschwungs gerechnet. Hier wirken sich besonders profitablere Unternehmensaktivitäten, günstige Finanzierungsmöglichkeiten sowie die EU-Fördermaßnahmen positiv aus. Nach einem Wirtschaftswachstum von 3,8 Prozent im Vorjahr rechnet die polnische Regierung für 2011 mit einem Wachstum von 4,0 Prozent.

### Branchenumfeld

Für den Werbemarkt in Deutschland und in der Türkei erwarten wir eine eng mit der gesamtwirtschaftlichen Lage korrelierende Entwicklung, die der Darstellung im Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2010 entspricht.

Der polnische Außenwerbemarkt wird sich angesichts der zwar in Gang gesetzten, aber noch nicht abgeschlossenen Marktkonsolidierung sowie der erst in 2012/2013 erwarteten Ergebnisse aus der branchenweiten Reichweitenmessung sämtlicher Werbeflächen (POSTAR) im Vergleich zur Gesamtwirtschaft zunächst unterdurchschnittlich entwickeln. Mittelfristig gehen wir zwar von einer Fortsetzung der von uns eingeleiteten Konsolidierung aus, für das laufende Geschäftsjahr sehen wir in dieser Hinsicht jedoch noch keine Anzeichen. Auch vor dem Hintergrund aktuell rückläufiger Markttendenzen rechnen wir für das gesamte Geschäftsjahr nur mit einem bestenfalls stagnierenden Außenwerbemarkt, der hinter den im Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2010 genannten Prognosen von ZenithOptimedia und der polnischen Außenwerbekammer zurückbleiben könnte. Perspektivisch schätzen wir die Attraktivität des polnischen Außenwerbemarkts dagegen 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

Das Management von Ströer ist zuversichtlich, dass sich die Gruppe durch die günstige gesamtwirtschaftliche Situation, neue Projekte und ein strukturelles Wachstum im gesamten Geschäftsjahr 2011 positiv entwickeln wird. Auch in diesem Jahr erwarten wir wieder einen Rekordwert für die Umsatzerlöse und das Operational EBITDA. Grund für diese Prognose ist ein solides organisches Umsatzwachstum der Gruppe im mittleren bis hohen einstelligen Bereich, welches sich auf solides Wachstum in Deutschland und eine positive Entwicklung der Aktivitäten in der Türkei stützt. Wir erwarten, dass die Wachstumsdynamik in der Türkei im 2. Halbjahr höher als im 1. Halbjahr 2011 ausfallen wird, da bis im Jahresverlauf die Einmaleffekte aus der Einführung der deutlichen Einschränkung der TV-Werbezeiten sowie den Parlamentswahlen an Wirkung abnehmen werden. In den ersten sechs Monaten werden diese Effekte dagegen das Umsatzwachstum in der Türkei erkennbar dämpfen. Vor diesem Hintergrund ist für das 2. Quartal 2011 von einem organischen Umsatzwachstum der Gruppe von rund 4 Prozent auszugehen. Die nicht unerheblichen Investitionen in weiteres Wachstum lassen in diesem Jahr bestenfalls einen leichten Anstieg der EBITDA-Marge des Vorjahres erwarten.

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

In TEUR	Q1 2011	Q1 2010
<b>Fortzuführende Geschäftsbereiche</b>		
Umsatzerlöse	122.887	105.067
Umsatzkosten	-86.202	-69.090
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>36.685</b>	<b>35.977</b>
Vertriebskosten	-19.169	-17.165
Verwaltungskosten	-18.983	-18.002
Sonstige betriebliche Erträge	3.277	4.149
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2.514	-1.958
Finanzerträge	5.945	1.950
Finanzaufwendungen	-15.778	-12.472
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-10.537</b>	<b>-7.521</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	3.850	-1.942
<b>Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>-6.687</b>	<b>-9.463</b>
<b>Überschuss/Fehlbetrag</b>	<b>-6.687</b>	<b>-9.463</b>
<b>Davon entfallen auf:</b>		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	-6.220	-9.624
Nicht beherrschende Gesellschafter	-467	161
	<b>-6.687</b>	<b>-9.463</b>
<b>Ergebnis je Aktie (EUR, unverwässert)</b> aus fortgeführten Geschäftsbereichen	<b>-0,15</b>	<b>-0,41</b>
<b>Ergebnis je Aktie (EUR, verwässert)</b> aus fortgeführten Geschäftsbereichen	<b>-0,15</b>	<b>-0,41</b>

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung

In TEUR	Q1 2011	Q1 2010
<b>Überschuss/Fehlbetrag</b>	<b>-6.687</b>	<b>-9.463</b>
<b>Sonstiges Ergebnis</b>		
Fremdwährungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	-8.222	1.813
Absicherung von Zahlungsströmen	4.822	-3.296
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste	0	0
Ertragsteuern auf das sonstige Ergebnis	-1.565	1.057
<b>Sonstiges Ergebnis nach Ertragsteuern</b>	<b>-4.965</b>	<b>-426</b>
<b>Gesamtergebnis nach Ertragsteuern</b>	<b>-11.652</b>	<b>-9.889</b>
<b>Davon entfallen auf:</b>		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	-10.339	-10.153
Nicht beherrschende Gesellschafter	-1.313	264
	<b>-11.652</b>	<b>-9.889</b>

## Konzernbilanz zum 31. März 2011

Aktiva (in TEUR)	31.03.2011	31.12.2010
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Immaterielle Vermögenswerte	518.471	533.546
Sachanlagen	211.314	212.831
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	1.505	1.510
Finanzanlagen	96	96
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.705	934
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	2.089	2.162
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	5.383	6.029
Ertragsteueransprüche	847	845
Latente Steueransprüche	11.002	8.551
	<b>752.412</b>	<b>766.504</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Vorräte	5.786	5.075
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	82.792	73.414
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	8.229	8.016
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	39.674	25.721
Laufende Ertragsteueransprüche	3.282	4.232
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	86.387	106.120
	<b>226.150</b>	<b>222.578</b>
	<b>978.562</b>	<b>989.082</b>

Passiva (in TEUR)	31.03.2011	31.12.2010
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	42.098	42.098
Kapitalrücklage	296.490	296.490
Gewinnrücklagen	-52.891	-45.095
Kumuliertes übriges Konzernergebnis	-22.679	-18.560
	<b>263.018</b>	<b>274.933</b>
Nicht beherrschende Gesellschafter	21.798	21.536
	<b>284.816</b>	<b>296.469</b>
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>		
Pensionsrückstellungen und ähnliche Verpflichtungen	21.225	21.317
Sonstige Rückstellungen	14.217	15.510
Finanzverbindlichkeiten	420.105	426.562
Latente Steuerverbindlichkeiten	62.112	64.947
	<b>517.659</b>	<b>528.336</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Sonstige Rückstellungen	14.570	17.670
Finanzverbindlichkeiten	48.539	39.170
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	70.497	67.917
Sonstige Verbindlichkeiten	34.734	31.129
Laufende Ertragsteuerverbindlichkeiten	7.747	8.391
	<b>176.087</b>	<b>164.277</b>
	<b>978.562</b>	<b>989.082</b>

## Konzern-Kapitalflussrechnung

In TEUR	Q1 2011	Q1 2010
<b>Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>		
Periodenergebnis vor Zinsen und Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-705	3.001
Abschreibungen (+) auf Gegenstände des Anlagevermögens	15.871	10.317
Gezahlte (-) Zinsen	-1.841	-2.146
Erhaltene (+) Zinsen	235	124
Gezahlte (-) / erhaltene (+) Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-2.699	-1.898
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Rückstellungen	-3.323	-1.362
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+)/Erträge (-)	-1.206	1.372
Gewinn (-)/Verlust (+) aus Anlageabgängen	207	337
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	-22.461	-20.242
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	5.788	13.177
Cash-Flow aus operativer Tätigkeit	-10.134	2.680
<b>Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit</b>		
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Sachanlagen	252	102
Auszahlungen (-) für Investitionen in Sachanlagen	-11.587	-3.029
Auszahlungen (-) für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-392	-385
Auszahlungen (-) für Investitionen in Finanzanlagen	-29	-25
Einzahlungen (+) / Auszahlungen (-) aus dem Kauf von konsolidierten Unternehmen	-99	-58
Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit	-11.855	-3.395
<b>Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit</b>		
Einzahlungen (+) aus der Aufnahme von Finanzkrediten	2.279	0
Auszahlungen (-) aus der Tilgung von (Finanz-) Krediten	-24	-945
Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit	2.255	-945
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>		
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	-19.733	-1.660
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	106.120	57.257
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	86.387	55.597
<b>Zusammensetzung des Finanzmittelfonds</b>		
Liquide Mittel	86.387	55.597
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	86.387	55.597

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung zum 31. März 2011

	Gezeichnetes Kapital		Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Kumuliertes übriges Konzernergebnis		Summe	Nicht beherrschende Gesellschafter	Summe Eigenkapital
	Stammaktien	Vorzugsaktien			Fremdwährungs-umrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	Absicherung von Zahlungsströmen			
<b>In TEUR</b>									
<b>1.1.2011</b>	<b>42.098</b>	<b>0</b>	<b>296.490</b>	<b>-45.095</b>	<b>-10.822</b>	<b>-7.738</b>	<b>274.933</b>	<b>21.536</b>	<b>296.469</b>
Überschuss/Fehlbetrag	0	0	0	-6.220	0	0	-6.220	-467	-6.687
Sonstiges Ergebnis	0	0	0	0	-7.376	3.257	-4.119	-846	-4.965
Gesamtergebnis	0	0	0	-6.220	-7.376	3.257	-10.339	-1.313	-11.652
Änderungen Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ausgabe von Anteilen	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Direkt zurechenbare Kosten des Börsengangs (nach Steuern)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
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	-2.841	0	0	-2.841	2.841	0
Dividenden	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>31.3.2011</b>	<b>42.098</b>	<b>0</b>	<b>296.490</b>	<b>-52.891</b>	<b>-18.198</b>	<b>-4.481</b>	<b>263.018</b>	<b>21.798</b>	<b>284.816</b>

	Gezeichnetes Kapital		Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Kumuliertes übriges Konzernergebnis		Summe	Nicht beherrschende Gesellschafter	Summe Eigenkapital
	Stammaktien	Vorzugsaktien			Fremdwährungs-umrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	Absicherung von Zahlungsströmen			
<b>In TEUR</b>									
<b>1.1.2010</b>	<b>474</b>	<b>38</b>	<b>34.509</b>	<b>-81.543</b>	<b>-4.667</b>	<b>-12.424</b>	<b>-63.613</b>	<b>15.528</b>	<b>-48.085</b>
Überschuss/Fehlbetrag	0	0	0	-9.624	0	0	-9.624	161	-9.463
Sonstiges Ergebnis	0	0	0	0	1.710	-2.239	-529	103	-426
Gesamtergebnis	0	0	0	-9.624	1.710	-2.239	-10.152	264	-9.888
Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Verpflichtung zum Erwerb eigener Anteile	0	0	0	-69	0	0	-69	69	0
Dividenden	0	0	0	0	0	0	0	-59	-59
<b>31.3.2010</b>	<b>474</b>	<b>38</b>	<b>34.509</b>	<b>-91.236</b>	<b>-2.957</b>	<b>-14.663</b>	<b>-73.835</b>	<b>15.802</b>	<b>-58.033</b>

## Berichterstattung nach operativen Segmenten

In TEUR	Ströer Deutschland	Ströer Türkei	Sonstige	Überleitung	Konzernwert
<b>Q1 2011</b>					
Außenumsatzerlöse	91.875	18.740	12.271	0	122.887
Innenumsatzerlöse	10	0	0	-10	0
Segmentumsätze	91.885	18.740	12.271	-10	122.887
Operational EBITDA	18.739	868	-813	-2.611	16.183
<b>Q1 2010</b>					
Außenumsatzerlöse	87.023	9.034	9.010	0	105.067
Innenumsatzerlöse	4	0	0	-4	0
Segmentumsätze	87.027	9.034	9.010	-4	105.067
Operational EBITDA	17.409	1.627	-722	-1.620	16.695

## Berichterstattung nach Produktgruppen

In TEUR	Billboard	Street Furniture	Transport	Sonstige	Konzernwert
<b>Q1 2011</b>					
Außenumsatzerlöse	62.909	33.724	18.446	7.807	122.887
<b>Q1 2010</b>					
Außenumsatzerlöse	51.872	26.220	15.681	11.294	105.067

# 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.

Der 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 31. März 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.

### 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 31. März 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

<b>In TEUR</b>	<b>Q1 2011</b>	<b>Q1 2010</b>
Summe Segmentergebnisse (Operational EBITDA)	18.794	18.314
Zentrale Posten	-2.611	-1.620
Operational EBITDA Konzern	16.183	16.695
Bereinigungseffekte	-1.017	-3.377
EBITDA	15.166	13.318
Abschreibungen	-15.871	-10.317
Finanzierungserträge	5.945	1.950
Finanzierungsaufwendungen	-15.778	-12.472
Konzernergebnis vor Ertragsteuern	-10.537	-7.521

## 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 City Marketing Sp. z.o.o. (vormals: News Outdoor Poland Sp. z.o.o.)*

Die Kaufpreisallokation zum 31. Dezember 2010 ist hinsichtlich der Ermittlung des Kaufpreises noch vorläufig. Daher ist auch die Höhe des Goodwills noch vorläufig.

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

#### **In TEUR**

Werberechtskonzessionen	17.351
Goodwill	-13.532
Sachanlagevermögen	-159
Latente Steueransprüche	40
Latente Steuerverbindlichkeiten	3.298
Sonstige Rückstellungen	212
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	303
Abschreibung auf Werbenutzungsrechte und Auftragsbestand (in den Umsatzkosten enthalten)	425
Sonstige betriebliche Erträge	42
Steuern vom Einkommen und Ertrag	222

Der Goodwill leitet sich wie folgt ab:

**In TEUR**

Kaufpreis	22.618
Erworbenes Reinvermögen	16.221
Anteil nicht beherrschender Gesellschafter	64
Goodwill	6.333

9 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

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

Köln, 18. Mai 2011

Udo Müller  
Vorstandsvorsitzender

Alfried Bührdel  
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.

Q1 2011	Gewinn- und Verlustrechnung lt. IFRS	Umgliederung von Abschrei- bungen und Wertminder- ungs- aufwendungen	Umgliederung von Bereini- gungseffekten	Gewinn- und Verlust- rechnung nach Management Accounting	Wertminderungen und Abschreibungen auf Werberechts- konzessionen	Bewertungs- effekte aus Derivaten	Währungs- effekte aus innerkonzern- lichen Finanzie- rungen	Steuer- normali- sierung	Eliminierung von Sondereffekten	Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung Q1 2011	Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung Q1 2010
<b>In Mio. EUR</b>											
Umsatzerlöse	122,9			122,9						122,9	105,1
Umsatzkosten	-86,2	14,6		-71,6						-71,6	-60,0
Vertriebskosten	-19,2										
Verwaltungskosten	-19,0										
Gemeinkosten	-38,2	1,3	0,8	-36,1						-36,1	-30,5
Sonstige betriebliche Erträge	3,3										
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2,5										
Sonstiges operatives Ergebnis	0,8		0,2	1,0						1,0	2,1
<b>Operational EBITDA</b>				<b>16,2</b>						<b>16,2</b>	<b>16,7</b>
Abschreibungen		-15,9		-15,9	6,4					-9,4	-6,4
<b>EBIT</b>				<b>0,3</b>						<b>6,8</b>	<b>10,3</b>
Sondereffekte			-1,0	-1,0					1,0	0,0	0,0
Finanzerträge	5,9										
Finanzaufwendungen	-15,8										
Finanzergebnis	-9,8			-9,8		-2,6	3,9			-8,5	-10,8
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	3,9			3,9				-3,3		0,6	0,2
Fehlbetrag aus aufgegebenen Geschäftsbereichen (ohne Steuern)	0,0			0,0						0,0	0,0
<b>Periodenüberschuss/-fehlbetrag</b>	<b>-6,7</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>-6,7</b>	<b>6,4</b>	<b>-2,6</b>	<b>3,9</b>	<b>-3,3</b>	<b>1,0</b>	<b>-1,2</b>	<b>-0,4</b>

## Finanzkalender

<b>15. Juni 2011</b>	Hauptversammlung, Köln
<b>16. August 2011</b>	Veröffentlichung Halbjahresfinanzbericht H1/Q2 2011
<b>15. November 2011</b>	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 Quartalsfinanzbericht wurde am 19. Mai 2011 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.