

**STRÖER**  
Quartalsfinanzbericht  
Q1 2015

**STRÖER  
MEDIA SE**

## INHALT

<b>Konzernfinanzkennzahlen im Überblick</b>	<b>3</b>
<b>Vorwort des Vorstands</b>	<b>4</b>
<b>Aktie</b>	<b>5</b>
<b>Konzernzwischenlagebericht</b>	
Grundlagen des Ströer Konzerns	8
<b>Wirtschaftsbericht</b>	
Gesamtwirtschaftliche Entwicklung	9
Ertragslage Gruppe und Segmente	10
Finanzlage	15
Vermögenslage	18
Mitarbeiter	20
Chancen- und Risikobericht	21
Prognosebericht	21
Nachtragsbericht	21
<b>Konzernzwischenabschluss</b>	
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	23
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	24
Konzernbilanz	25
Konzern-Kapitalflussrechnung	26
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	27
<b>Erläuterungen zum verkürzten Konzernzwischenabschluss</b>	<b>28</b>
Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung / Überleitungsrechnung	38
Finanzkalender, Kontakt, Impressum, Disclaimer	39

## KONZERNFINANZKENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

		Q1 2015	Q1 2014	Veränderung
<b>Umsatz<sup>1)</sup></b>	Mio. EUR	<b>161,8</b>	<b>145,7</b>	<b>11,0%</b>
<b>pro Segment</b>				
OoH Deutschland <sup>2)</sup>	Mio. EUR	96,1	90,2	6,5%
Ströer Digital	Mio. EUR	41,7	31,3	33,3%
OoH International	Mio. EUR	29,7	29,0	2,5%
<b>pro Produktgruppe</b>				
Billboard <sup>2)</sup>	Mio. EUR	65,2	62,9	3,7%
Street Furniture <sup>2)</sup>	Mio. EUR	33,5	33,4	0,2%
Transport <sup>2)</sup>	Mio. EUR	12,5	12,1	3,6%
Digital <sup>3)</sup>	Mio. EUR	42,8	32,2	33,0%
Sonstige <sup>2)</sup>	Mio. EUR	11,2	8,1	38,1%
Organisches Wachstum <sup>4)</sup>	%	8,4	4,5	
Bruttoergebnis vom Umsatz <sup>5)</sup>	Mio. EUR	41,6	37,8	10,1%
Operational EBITDA <sup>6)</sup>	Mio. EUR	26,3	16,5	59,4%
Operational EBITDA <sup>6)</sup> - Marge	%	15,9	11,1	
Bereinigtes EBIT <sup>7)</sup>	Mio. EUR	9,5	5,0	90,0%
Bereinigte EBIT <sup>7)</sup> - Marge	%	5,7	3,4	
Bereinigter Periodenüberschuss/-fehlbetrag <sup>8)</sup>	Mio. EUR	4,5	0,1	> 100%
Bereinigtes Ergebnis je Aktie <sup>9)</sup>	€	0,10	0,00	> 100%
Periodenüberschuss/-fehlbetrag <sup>10)</sup>	Mio. EUR	-2,4	-6,9	64,8%
Ergebnis je Aktie <sup>11)</sup>	€	-0,05	-0,14	67,5%
Investitionen <sup>12)</sup>	Mio. EUR	14,9	7,1	> 100%
Free Cash-Flow <sup>13)</sup>	Mio. EUR	-22,0	-4,1	< -100%
		<b>31.03.2015</b>	<b>31.12.2014</b>	<b>Veränderung</b>
Bilanzsumme <sup>1)</sup>	Mio. EUR	975,3	952,0	2,5%
Eigenkapital <sup>1)</sup>	Mio. EUR	321,0	320,1	0,3%
Eigenkapitalquote	%	32,9	33,6	
Nettoverschuldung <sup>14)</sup>	Mio. EUR	304,0	275,4	10,4%
Mitarbeiter <sup>15)</sup>	Anzahl	2.343	2.380	-1,6%

1) Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform

2) Joint Ventures sind quotal berücksichtigt (Management Ansatz)

3) Umsätze des Segments Ströer Digital und digitale Außenwerbeumsätze anderer Segmente

4) Ohne Währungskurseffekte und Effekte aus (Ent-)Konsolidierung und Beendigung von Geschäftsbereichen (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)

5) Umsatz abzüglich Umsatzkosten (Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform)

6) Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen bereinigt um Sondereffekte (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)

7) Ergebnis vor Zinsen und Steuern bereinigt um Sondereffekte, Abschreibungen auf erworbene Werberechtungskonzessionen und Wertminderungsaufwendungen auf immaterielle Vermögenswerte (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)

8) Bereinigtes EBIT vor Minderheiten abzüglich um Sondereffekte bereinigtes Finanzergebnis und normalisierter Steueraufwand (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)

9) Bereinigtes Periodenergebnis nach Abzug des ausgewiesenen Minderheitsergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien, die sich aus dem Bestand nach Börsengang (42.098.238) zuzüglich des zeitlich gewichteten Zugangs der Aktien aus Kapitalerhöhung (6.771.546) am 3. Juni 2013 zusammensetzen

10) Periodenüberschuss/-fehlbetrag vor Minderheiten (Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform)

11) Tatsächliches Periodenergebnis nach Abzug des ausgewiesenen Minderheitsergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien, die sich aus dem Bestand nach Börsengang (42.098.238) zuzüglich des zeitlich gewichteten Zugangs der Aktien aus Kapitalerhöhung (6.771.546) am 3. Juni 2013 zusammensetzen

12) Beinhaltet Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen (Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform)

13) Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich Cash-Flow aus Investitionstätigkeit (Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform)

14) Finanzverbindlichkeiten abzüglich derivative Finanzinstrumente und liquide Mittel (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)

15) Nach Anzahl der Personen in Voll- und Teilzeitbeschäftigungsverhältnissen (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)

## VORWORT DES VORSTANDS

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

wir sind sehr gut in das aktuelle Geschäftsjahr gestartet und konnten den positiven Kurs des Unternehmens auch im ersten Quartal fortführen. Die Umsätze, das Operational EBITDA und der Gewinn haben weiterhin deutlich zugelegt. Verantwortlich für diese Entwicklung sind die überragenden Ergebnisse des deutschen Geschäfts von Ströer. Sowohl das Plakatgeschäft als auch das Digital-Segment steuern erhebliches Wachstums-Momentum bei. Insbesondere bei der Multi-Channel-Vermarktung stellen wir eine große Nachfrage fest.

Insgesamt ergibt sich für die gesamte Ströer Gruppe ein Umsatzwachstum für das erste Quartal von rund 11 Prozent und ein organisches Wachstum von 8,4 Prozent. Vor diesem Hintergrund erfährt auch das Operational EBITDA eine sehr deutliche Steigerung um fast 60 Prozent, was auch zu einer ebenfalls deutlichen Verbesserung der Operational EBITDA-Marge führt. Gleichzeitig konnten wir unseren dynamischen Verschuldungsgrad gegenüber dem ersten Quartal des Vorjahres reduzieren. Dieser liegt zum Quartalsende bei rund 1,9.

Aus einem reinen Außenwerbeanbieter hat sich Ströer zu einem integrierten Medienhaus gewandelt und gehört heute zu den fünf größten Vermarktern über alle Medien hinweg im deutschen Werbemarkt. Ströer bietet seinen Kunden individuelle und maßgeschneiderte Kommunikationslösungen aus einem breiten Produktportfolio entlang der gesamten Wertschöpfungskette an. Als integrierter Vermarkter sind wir in der Lage von Branding bis Performance, vom Internet bis zum Outernet, von großen Standbildern bis hin zu Bewegtbild alles aus einer Hand anbieten zu können.

Der Vorstand und der Aufsichtsrat haben beschlossen, der Hauptversammlung am 30. Juni 2015 die Erhöhung der Dividende auf 0,4 Euro pro Aktie für das Geschäftsjahr 2014 vorzuschlagen.

Aufgrund der guten Entwicklung des ersten Quartals und des verbesserten Ausblicks für den Rest des Jahres, erhöhten wir unsere Guidance für das Gesamtjahr 2015. Wir rechnen mit einem organischen Umsatzanstieg im mittleren bis höheren einstelligen Prozentbereich und einem operational EBITDA von mindestens 180 Millionen Euro.

Mit den besten Wünschen

Der Vorstand



Udo Müller



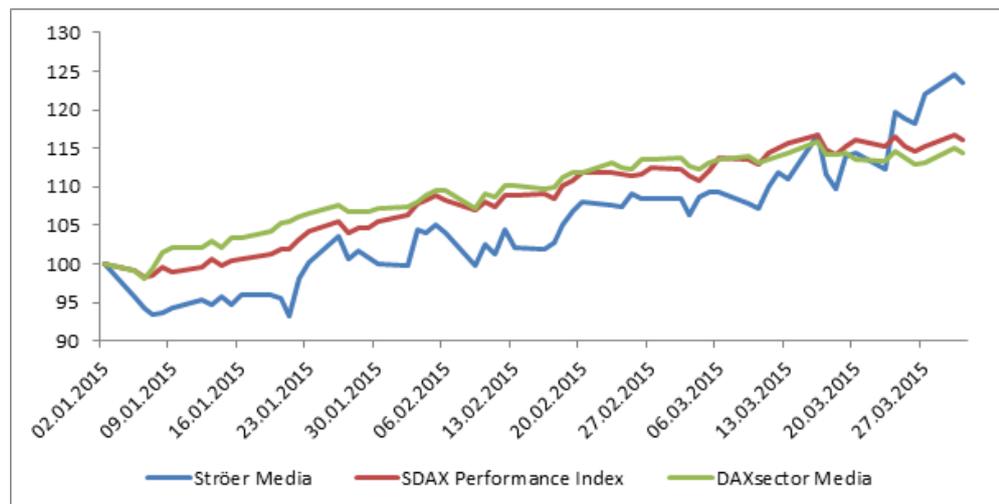
Dr. Bernd Metzner



Christian Schmalzl

## AKTIE

Die Ströer Aktie hat sich im ersten Quartal 2015 überdurchschnittlich positiv entwickelt und im SDAX die beste Performance erreicht. Gegenüber dem Jahresanfangskurs von 25,84 Euro stieg sie in den ersten drei Monaten um mehr als 6 Euro auf 31,86 Euro an. Dies entspricht einem Anstieg von über 23 Prozent über den gesamten Quartalsverlauf.



\*2.1.2015 = 100, Kursverläufe indiziert, Schlusskurse Xetra

Quelle: Bloomberg

## Börsennotierung, Marktkapitalisierung und Handelsvolumen

Die Aktie der Ströer Media SE ist im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notiert und seit September 2010 im Auswahlindex SDAX gelistet. Die Marktkapitalisierung auf Basis des Schlusskurses vom 31. März 2015 summierte sich auf ungefähr 1,5 Milliarden Euro.

Wir sind weiterhin bestrebt, die Attraktivität der Ströer Aktie für Investoren unter anderem durch eine verbesserte Liquidität und einen erhöhten Handelsanteil auf Xetra zu steigern. Das durchschnittliche Handelsvolumen der Ströer Aktie an den deutschen Börsen lag im ersten Quartal 2015 bei rund 100.000 Stück pro Tag und hat sich im Vergleich zum Vorjahr fast verdoppelt.

### Analysten-Studien

Die Ströer Media SE wird von elf Analysten-Teams begleitet. Von den jüngsten Einschätzungen lauten zehn ‚Kaufen‘ und eine ‚Halten‘. Die aktuellen Broker-Einschätzungen können unter <http://ir.stroeer.de> eingesehen und der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

<b>Investment Bank</b>	<b>Empfehlung</b>
Bankhaus Lampe	Kaufen
Citigroup Global Markets	Kaufen
Oddo Seydler	Kaufen
Commerzbank	Kaufen
KeplerCheuvreux	Kaufen
Deutsche Bank	Kaufen
ExaneBNP	Kaufen
Hauck & Aufhäuser	Kaufen
J.P. Morgan	Kaufen
Liberum	Kaufen
Morgan Stanley	Halten

### Aktionärsstruktur

Die Gesamtzahl der Aktien unserer Gesellschaft beträgt 48.869.784 Stück. Dirk Ströer (Mitglied des Aufsichtsrats) hält 29,95 Prozent, Udo Müller (Vorsitzender des Vorstands) 24,22 Prozent und Christian Schmalzl ca. 0,06 Prozent des Aktienkapitals.

Zum 31. März 2015 belief sich der Streubesitz gemäß Definition der Deutschen Börse auf rund 40 Prozent. Laut den der Gesellschaft vorliegenden Mitteilungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts am 13. Mai 2015 sind uns die folgenden Stimmrechtsanteile an der Ströer Media SE von über 3 Prozent bekannt: Sambara Stiftung (5,73 Prozent), Allianz Global Investors Europe (5,13 Prozent), und Credit Suisse (4,63 Prozent)

Die aktuelle Aktionärsstruktur kann jederzeit online unter <http://ir.stroeer.de> abgerufen werden.

# KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT

<b>Konzernzwischenlagebericht</b>	
Grundlagen des Ströer Konzerns	8
Wirtschaftsbericht	9
Mitarbeiter	20
Chancen- und Risikobericht	21
Prognosebericht	21
Nachtragsbericht	21

## KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT

### GRUNDLAGEN DES STRÖER KONZERNS

#### Geschäftsmodell, Segmente und Organisationsstruktur

Die Ströer Media SE ist einer der führenden Anbieter der Vermarktung von Außen- und Online-Werbeflächen und bietet den werbungstreibenden Kunden individualisierte und integrierte Kommunikationslösungen an. Das Portfolio von Branding und Performance-Produkten eröffnet den Kunden neue Möglichkeiten der exakten Zielgruppenansprache und erhöht gleichzeitig die Relevanz der Ströer Gruppe als Ansprechpartner für Mediaagenturen und Werbungtreibende.

Das Geschäftsmodell basiert auf dem Angebot von klassischen Medien der Außenwerbung (Out of-Home, OOH) und den in Bahnhöfen und Einkaufszentren installierten Bildschirmen des Public Video (vormals: Digital Out-of-Home-Channel (DOOH)) sowie der Online-Display- und Video-Vermarktung über das stationäre Internet und mobile Endgeräte und Tablets. Hierdurch können wir den Werbungtreibenden eine Plattform für optimal ausgesteuerte Kampagnen anbieten, welche große Reichweite mit einer genauen Ansteuerung der Zielgruppen verbinden.

Durch die hohe Werbewirkung und die Ansprache des Konsumenten direkt am Point of Sale kann die Kaufentscheidung messbar beeinflusst werden. Die Ströer Gruppe kann zudem alle Schritte der digitalen Wertschöpfungskette, die für die Umsetzung des vollintegrierten, digitalen Geschäftsmodells erforderlich sind, aus einer Hand anbieten: sowohl für Publisher als auch für Agenturen und Werbungtreibende.

Der Ströer Konzern hat die Bandbreite seines Angebots im ersten Quartal dieses Jahres weiter ausgebaut. So hat Ströer sämtliche Anteile an der Erdbeerlounge GmbH, Köln, erworben. Die Erdbeerlounge GmbH betreibt eine Website mit interaktivem Online-Angebot, welches sich ausdrücklich an Frauen richtet. Sie bietet den Nutzerinnen ein Kommunikationsnetzwerk, ein Magazin mit redaktionellen Inhalten zu frauenspezifischen Themen und eine Unterhaltungssektion. Der Kaufpreis für die übernommenen Anteile beträgt rund 2,3 Millionen Euro.

Darüber hinaus hat die Ströer Gruppe für einen Kaufpreis von 3,5 Millionen Euro einen Geschäftsbereich zum Betrieb des Internetportals „spieletipps.de“ übernommen. Der Geschäftsbereich betreibt unter dieser Domain ein Internetspieleportal mit einer Datenbank, die Tipps und Lösungen zu Computer- und Videospiele bereithält, sowie mit einer Online-Redaktion, die News, Tests und Hintergrundberichte liefert. Zudem hat Ströer einen Geschäftsbereich zum Betrieb der Internetportale „SpielAffe“, „KralOyun“ und

„Games1.com“ zu einem Kaufpreis von 4,4 Millionen Euro übernommen. Über diese Internetportale werden Internetnutzern kostenlose Online-Spiele bereitgestellt.

Schließlich hat die Ströer Gruppe ihre Anteile an der Pacemaker AOS GmbH, Köln, im abgelaufenen Quartal auf 90,0 Prozent sowie ihre Anteile an der Kölner Aussenwerbung Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Köln, und an der Ballroom International GmbH, Glonn, jeweils auf 100,0 Prozent erhöht.

## WIRTSCHAFTSBERICHT

### Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Der Internationale Währungsfonds (IWF) geht in seiner neuesten Prognose zur weiteren Entwicklung der Weltwirtschaft in den kommenden Jahren von einem stabilen Wachstum in Höhe von 3,5 Prozent für 2015 und 3,8 Prozent für 2016 aus. Als dynamischer Wachstumsmotor werden vorrangig die USA sowie zunehmend auch die Länder der Euro-Zone angesehen. Dabei machen sich insbesondere der niedrige Ölpreis und das geringe Zinsniveau positiv bemerkbar.

Auch im Hinblick auf die Wachstumsaussichten in Deutschland haben zuletzt mehrere Institute ihre Prognosen nach oben angepasst. So erhöhte die Bundesbank ihre Erwartungen gegenüber der Dezember-Prognose um 0,5 Prozentpunkte auf 1,5 Prozent. Im jüngst herausgegebenen Frühjahrgutachten der führenden Wirtschaftsforschungsinstitute erhöhten die Experten ihre Wachstumserwartungen gar auf 2,1 Prozent, waren sie doch in ihrem Herbstgutachten noch von 1,2 Prozent ausgegangen. Als Gründe wurden neben dem niedrigen Ölpreis unter anderem auch die geringe Inflation, die Konsumlaune der Verbraucher, die steigenden Löhne sowie die weiter rückläufige Arbeitslosigkeit genannt.

Für die Türkei sieht die Weltbank in ihrer jüngsten Prognose unverändert ein Wirtschaftswachstum von 3,5 Prozent in 2015 vorher, was einem leichten Anstieg gegenüber 2014 gleichkommen würde. Im Hinblick auf die wirtschaftliche Entwicklung in Polen geht die EU-Kommission in ihrer letzten Vorhersage von einem realen Wachstum in Höhe von 3,2 Prozent für 2015 und 3,4 Prozent für 2016 aus, nachdem für 2014 ein vorläufiges reales Wachstum von 3,3 Prozent ermittelt wurde. Insgesamt zeichnet sich damit für die Türkei eine marginale Verbesserung der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen gegenüber 2014 ab, während das Wachstum in Polen etwa auf Vorjahresniveau erwartet wird.

## Ertragslage Gruppe und Segmente

### Konzern-Gewinn und Verlustrechnung

In Mio. EUR	Q1 2015		Q1 2014		Veränderung	
Umsatzerlöse	161,8	100,0%	145,7	100,0%	16,0	11,0%
Umsatzkosten	-120,2	-74,3%	-107,9	-74,1%	-12,2	-11,3%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>41,6</b>	<b>25,7%</b>	<b>37,8</b>	<b>25,9%</b>	<b>3,8</b>	<b>10,1%</b>
Vertriebskosten	-25,1	-15,5%	-22,6	-15,5%	-2,4	-10,8%
Verwaltungskosten	-20,9	-12,9%	-21,5	-14,8%	0,6	2,9%
Sonstige betriebliche Erträge	4,6	2,9%	3,4	2,4%	1,2	34,1%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2,1	-1,3%	-2,0	-1,4%	-0,1	-3,5%
Anteil am Ergebnis At-Equity-bilanzierter Unternehmen	1,0	0,6%	0,8	0,6%	0,2	28,0%
<b>EBIT</b>	<b>-0,8</b>	<b>-0,5%</b>	<b>-4,1</b>	<b>-2,8%</b>	<b>3,3</b>	<b>80,4%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>22,7</b>	<b>14,0%</b>	<b>13,9</b>	<b>9,5%</b>	<b>8,8</b>	<b>63,3%</b>
<b>Operational EBITDA</b>	<b>26,3</b>		<b>16,5</b>		<b>9,8</b>	
Finanzergebnis	-2,1	-1,3%	-4,8	-3,3%	2,7	56,3%
<b>EBT</b>	<b>-2,9</b>	<b>-1,8%</b>	<b>-8,9</b>	<b>-6,1%</b>	<b>6,0</b>	<b>67,5%</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,5	0,3%	2,1	1,4%	-1,6	-76,2%
<b>Konzernergebnis</b>	<b>-2,4</b>	<b>-1,5%</b>	<b>-6,9</b>	<b>-4,7%</b>	<b>4,4</b>	<b>64,8%</b>

Mit Beginn des Geschäftsjahres 2015 hat Ströer seine interne Steuerung und damit auch die **Segmentierung** seiner Geschäftsbereiche an die aktuellen Entwicklungen und an die neue Ausrichtung des Konzerns angepasst. In diesem Zusammenhang wurde das Public-Video-Geschäft, das bisher als digitales Geschäft dem Segment Ströer Deutschland angehörte, aufgrund weitgehender inhaltlicher Gemeinsamkeiten nun dem Segment Ströer Digital zugeordnet. Damit stellt das verbleibende Deutschland-Segment fortan ausschließlich das deutsche Außenwerbe-geschäft dar, was sich entsprechend in der neuen Bezeichnung „Out-of-Home Deutschland (OOH Deutschland)“ widerspiegelt. Auch im Hinblick auf unser internationales Out-of-Home-Geschäft haben wir unsere interne Steuerung optimiert. In diesem Zuge wurden die Bereiche Ströer Türkei, Ströer Polen und BlowUP in einem neuen Segment „Out-of-Home International (OOH International)“ zusammengefasst. Die Vorjahreszahlen wurden jeweils entsprechend der neuen Segmentierung rückwirkend angepasst.

Die überaus positive Entwicklung der **Umsatzerlöse** im vergangenen Geschäftsjahr hat sich im Ströer Konzern auch im ersten Quartal des laufenden Jahres weiter fortgesetzt. So konnte die Gruppe im abgelaufenen Quartal - ausgehend von dem bereits hohen Niveau des Vorjahresquartals - noch einmal einen deutlichen Zuwachs um 16,0 Millionen Euro vorweisen und erzielte damit einen Gesamtumsatz von 161,8 Millionen Euro. Zurückzuführen ist dieser Anstieg mit 10,2 Millionen Euro auf das nach wie vor stark wachsende Digital-Geschäft sowie mit 5,3 Millionen Euro auf ein weiterhin robustes

Geschäft im Segment OOH Deutschland. Das Segment OOH International konnte aufgrund der teilweise herausfordernden Marktbedingungen in Polen und anhaltender gesamtwirtschaftlicher Unsicherheiten in der Türkei nicht wesentlich zum Umsatzwachstum beitragen.

Mit den Umsatzerlösen haben auch die **Umsatzkosten** entsprechend zugelegt. Dabei resultierte der Anstieg einerseits aus dem Segment Ströer Digital, bei dem ein wesentlicher Teil der zusätzlichen Umsatzkosten auf jene neu erworbenen Unternehmen entfiel, die in den Vergleichszahlen des Vorjahres noch nicht enthalten waren. Andererseits vermeldete auch das Segment OOH Deutschland einen Anstieg der Umsatzkosten. Im Segment Out-of-Home International war dagegen nur ein marginaler Zuwachs bei den Umsatzkosten zu verzeichnen. Insgesamt belief sich das **Bruttoergebnis vom Umsatz** im ersten Quartal dieses Jahres auf 41,6 Millionen Euro und lag damit um 3,8 Millionen Euro über dem Vorjahr.

Die Unternehmensakquisitionen im Digital-Segment sowie auch die damit einhergehenden, teilweise einmaligen Integrationskosten waren ein wesentlicher Grund für die mit 25,1 Millionen Euro moderat erhöhten **Vertriebskosten** im ersten Quartal dieses Jahres (Vj.: 22,6 Millionen Euro). Demgegenüber zeigte sich die Vertriebskostenquote vor dem Hintergrund der gestiegenen Umsatzerlöse mit 15,5 Prozent unverändert gegenüber dem Vorjahr (Vj.: 15,5 Prozent).

Die **Verwaltungskosten** bewegten sich im ersten Quartal mit 20,9 Millionen Euro trotz zusätzlicher Kosten aus jenen Unternehmen, die erst nach dem ersten Quartal des Vorjahres akquiriert wurden, um 0,6 Millionen Euro unter dem Vorjahresniveau. Dementsprechend ging auch die Verwaltungskostenquote von 14,8 Prozent auf 12,9 Prozent zurück.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** lagen mit 4,6 Millionen Euro leicht über dem Vorjahr (Vj.: 3,4 Millionen Euro), während die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** mit 2,1 Millionen Euro nahezu unverändert blieben (Vj.: 2,0 Millionen Euro). In diese beiden Positionen fließen unter anderem die Ergebnisse aus der Bildung und Auflösung von Rückstellungen, aus Abgängen des Anlagevermögens, aus der Wertberichtigung von Forderungen sowie aus Wechselkursdifferenzen aus laufender Geschäftstätigkeit ein.

Auch der **Anteil am Ergebnis At-Equity-bilanzierter Unternehmen** bewegte sich mit 1,0 Millionen Euro etwa auf Vorjahresniveau (Vj.: 0,8 Millionen Euro).

Die positive Entwicklung im Bruttoergebnis vom Umsatz (plus 3,8 Millionen Euro) spiegelt sich auch im **EBIT** des Ströer Konzerns (plus 3,3 Millionen Euro) wider. Das **Operational EBITDA** konnte mit 26,3 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr sogar deutlich hinzugewinnen (Vj.: 16,5 Millionen Euro). Auch die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) hat sich positiv entwickelt. Bereinigt um die Amortisation auf unsere Werberechte liegt der **ROCE** bei 14,3 Prozent (Vj.: 10,8 Prozent).

Das **Finanzergebnis** zeigte sich im ersten Quartal des laufenden Jahres mit -2,1 Millionen Euro signifikant verbessert (Vj.: -4,8 Millionen Euro). Dabei haben sich insbesondere die deutlich günstigeren Zinskonditionen, die im April 2014 im Rahmen des neu abgeschlossenen Facilities Agreements vereinbart wurden, sowie der erheblich niedrigere

dynamische Verschuldungsgrad (Leverage Ratio) merklich positiv auf die an unsere Kreditgeber zu entrichtende Zinsmarge ausgewirkt. Gleichzeitig hat auch der zugrunde liegende Kapitalmarktzins gegenüber dem Vorjahresquartal nochmals nachgegeben.

Das substantiell verbesserte Ergebnis vor Steuern hat sich entsprechend auf das **Steuerergebnis** des Ströer Konzerns ausgewirkt, so dass der Steuerertrag im ersten Quartal des laufenden Jahres mit 0,5 Millionen Euro um 1,6 Millionen Euro niedriger ausgefallen ist als noch im Vorjahr (Vj.: 2,1 Millionen Euro).

Insgesamt konnte Ströer den positiven Trend aus dem abgelaufenen Geschäftsjahr weiter fortsetzen und auch das erste Quartal 2015 mit einem gegenüber dem Vorjahr verbesserten **Periodenergebnis** in Höhe von -2,4 Millionen Euro abschließen (Vj.: -6,9 Millionen Euro). Es reflektiert die weiterhin positive Entwicklung im operativen Geschäft wie auch im Finanzergebnis, die jedoch durch einen niedrigeren Steuerertrag teilweise kompensiert wurde.

## Ertragslage Segmente

### Out-of-Home Deutschland

In Mio. EUR	Q1 2015	Q1 2014	Veränderung	
Segmentumsatz, davon	96,1	90,2	5,9	6,5%
Billboard	41,5	39,3	2,3	5,7%
Street Furniture	29,1	29,3	-0,2	-0,7%
Transport	12,5	12,1	0,4	3,6%
Sonstige	12,9	9,5	3,4	36,0%
Operational EBITDA	19,1	14,4	4,7	32,8%
Operational EBITDA-Marge	19,8%	15,9%	3,9 Prozentpunkte	

Für die Berichterstattung über die einzelnen Segmente im Ströer Konzern gilt der Management Ansatz im Sinne des IFRS 8, wonach die externe Segmentberichterstattung der internen Berichtsstruktur folgen soll. Die interne Berichtsstruktur des Ströer Konzerns basiert auf dem Konzept der anteiligen Konsolidierung von **Gemeinschaftsunternehmen**. Vor diesem Hintergrund gehen die Ergebnisbeiträge von vier Gemeinschaftsunternehmen zu 50 Prozent in die nachfolgenden Kennzahlen des Segments Out-of-Home Deutschland ein. Die übrigen Segmente bleiben von diesem Ansatz unberührt, da in deren Portfolio keine Gemeinschaftsunternehmen enthalten sind. Bezüglich der Überleitung der Segment-Kennzahlen auf die Konzern-Kennzahlen verweisen wir auf unsere Darstellungen in Abschnitt 6 „Segmentberichterstattung“.

Das Segment Out-of-Home Deutschland konnte seine **Umsatzerlöse** wie schon in den vergangenen Quartalen auch im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres weiter steigern. Dabei war das Geschäft im regionalen wie auch im nationalen Vertrieb von hoher Dynamik geprägt.

In der Produktgruppe **Billboard** beliefen sich die Umsatzerlöse auf 41,5 Millionen Euro, was einem Anstieg von 2,3 Millionen Euro entspricht. In dieser Produktgruppe, die sowohl auf das Geschäft mit nationalen als auch mit regionalen Kunden ausgerichtet ist, machte sich eine robuste Marktnachfrage nach klassischen Außenwerbeprodukten genauso bemerkbar wie unsere im Laufe des letzten Jahres optimierte nationale Vertriebsorganisation. Einen deutlichen Umsatzanstieg auf klassischen Außenwerbeträgern konnten wir in unserem Regionalvertrieb verzeichnen. Hier kam unsere ausgeweitete lokale Salesforce positiv zum Tragen. Darüber hinaus konnten zusätzliche Umsätze durch neu abgeschlossene Verträge bezüglich der Vermarktung des Werbeträgerinventars von Drittfirmen sowie durch die Verlängerung bzw. Neugewinnung kommunaler Werberechtsverträge generiert werden.

Die Produktgruppe **Street Furniture**, deren Kunden eher national bzw. international agieren, präsentierte sich in den ersten drei Monaten mit 29,1 Millionen Euro (Vj.: 29,3 Millionen Euro) stabil. Die Produktgruppe **Transport** profitierte dagegen von einer höheren Nachfrage nach Stationsmedien und erzielte mit 12,5 Millionen ein Umsatzplus 0,4 Millionen Euro. Die Produktgruppe **Sonstige** vermeldete mit 12,9 Millionen Euro (Vj.: 9,5 Millionen Euro) ein deutlich stärkeres erstes Quartal als im Vorjahr. Der beachtliche Anstieg um 3,4 Millionen Euro resultierte insbesondere aus merklich gestiegenen Produktionserlösen. Diese ergaben sich unter anderem durch den vermehrten Umsatz mit vielen kleinen, lokalen Kunden. Speziell bei diesen Kundengruppen werden deutlich mehr full-service Leistungen, inklusive der Produktion der Werbematerialien, nachgefragt als bei großen überregionalen oder nationalen Kunden.

Mit dem gestiegenen Segmentumsatz gingen im Segment OOH Deutschland gleichzeitig auch Steigerungen bei den **Umsatzkosten** einher. Gegenläufig wirkte sich sowohl bei den Umsatzkosten als auch im Overhead ein im vergangenen Geschäftsjahr deutlich ausgeweitetes Kostensenkungsprogramm aus, dessen Effekte in 2015 voll zum Tragen kommen. Insgesamt erreichte das Segment mit 19,1 Millionen Euro ein um 4,7 Millionen Euro verbessertes **Operational EBITDA**. Die **Operational EBITDA-Marge** lag mit 19,8 Prozent um 3,9 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert.

### Ströer Digital

In Mio. EUR	Q1 2015	Q1 2014	Veränderung	
Segmentumsatz, davon	41,7	31,3	10,4	33,3%
Digital	41,6	31,1	10,5	33,7%
Sonstige	0,1	0,2	-0,1	-34,4%
Operational EBITDA	9,5	4,9	4,6	94,8%
Operational EBITDA-Marge	22,7%	15,6%	7,2 Prozentpunkte	

Das Segment Ströer Digital konnte wie in den vergangenen Quartalen auch in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres einen signifikanten Umsatzanstieg verzeichnen. Dabei sind die aktuellen Ergebnisse aufgrund der fortlaufenden Ergänzungs- und Erweiterungsinvestitionen jedoch nur bedingt mit den Vorjahreszahlen vergleichbar.

Organisch konnte das Segment insbesondere im Bereich der Digital-Vermarktung in Deutschland und im Bereich Public Video deutliche Umsatzzuwächse verbuchen. Während es der Digital-Vermarktung gelang, die im letzten Jahr gestärkte Basis an Publishern zu monetarisieren und vermehrt auch Video und Mobile Produkte zu verkaufen, konnte der Bereich Public Video eine gegenüber dem Vorjahreszeitraum stärkere Nachfrage gerade auch bei Neukunden verzeichnen. Die Integration der neu erworbenen Unternehmen verläuft weiterhin planmäßig und es gelingt zunehmend sowohl auf der Umsatz- als auch auf der Kostenseite, von Skalen- bzw. Synergie-Effekten zu profitieren.

### Out-of-Home International

In Mio. EUR	Q1 2015	Q1 2014	Veränderung	
Segmentumsatz, davon	29,7	29,0	0,7	2,5%
Billboard	23,7	23,6	0,1	0,3%
Street Furniture	4,4	4,1	0,3	7,0%
Sonstige	1,6	1,3	0,4	28,7%
Operational EBITDA	1,3	0,8	0,4	54,5%
Operational EBITDA-Marge	4,3%	2,8%	1,4 Prozentpunkte	

Im Segment OOH International sind unsere türkischen und polnischen Außenwerbeaktivitäten sowie das in der BlowUP-Gruppe gebündelte westeuropäische Riesenpostergeschäft zusammengefasst.

Das Segment konnte seine **Umsätze** im ersten Quartal dieses Jahres nur leicht um 0,7 Millionen Euro auf 29,7 Millionen Euro verbessern. Die geopolitischen Unsicherheiten in der Türkei und eine damit einhergehende Zurückhaltung bei unseren werbungstreibenden Kunden wirkte sich im ersten Quartal belastend aus. Auch der polnische Außenwerbemarkt entwickelte sich zu Jahresbeginn verhalten und stellte sich wie schon im vergangenen Jahr als herausfordernd dar. Unser westeuropäisches Riesenpostergeschäft konnte sich nach mehreren sehr wachstumsstarken Quartalen auf dem hohen Niveau des Vorjahres behaupten.

Bei den **Umsatzkosten** verzeichnete das Segment nur einen marginalen Anstieg. Dabei machten sich in der Türkei neben Wechselkurseffekten auch mengen- und preisbedingt höhere Stromkosten bemerkbar, während die Kosten im Riesenpostergeschäft der Entwicklung im Umsatz folgend stabil waren. In Polen waren die Kosten aufgrund der umfangreichen Sparmaßnahmen eher rückläufig. Insgesamt konnte das Segment mit 1,3 Millionen Euro (Vj.: 0,8 Millionen Euro) ein verbessertes **Operational EBITDA** sowie eine um 1,4 Prozentpunkte gestiegene **Operational EBITDA-Marge** erzielen.

## FINANZLAGE

### Liquiditäts- und Investitionsanalyse

In Mio. EUR	Q1 2015	Q1 2014
Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit	2,9	4,5
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-24,8	-8,6
Free Cash-Flow	-22,0	-4,1
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	7,8	0,9
Mittelveränderung	-14,2	-3,2
Liquide Mittel	31,9	37,3

Der **Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit** bewegte sich im abgelaufenen Quartal mit 2,9 Millionen Euro nur knapp unter dem Vorjahresniveau. Dabei profitierte die Gruppe gegenüber dem Vorjahr von einem nochmals verbesserten operativen Geschäft und einem damit einhergehenden weiteren Anstieg des EBITDA. Gegenläufig wirkte sich insbesondere das Working Capital aus, in dem sich einige nachteilige Effekte dämpfend auf den Cash-Flow ausgewirkt haben. Die übrigen Veränderungen waren dagegen von eher untergeordneter Bedeutung.

Der **Cash-Flow aus Investitionstätigkeit** bezifferte sich zum Ende des ersten Quartals auf -24,8 Millionen Euro. Er war mit Auszahlungen in Höhe von 10,1 Millionen Euro einerseits von weiteren Unternehmenserwerben gekennzeichnet, bei denen es sich um sinnvolle Ergänzungsinvestitionen in unser Digital-Geschäft handelte. Andererseits war auch bei den Auszahlungen für Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte eine zunehmende Investitionstätigkeit zu erkennen, die das Out-of-Home-Geschäft wie auch das Digital-Geschäft betrafen. Der **Free Cash-Flow** wies mit -22,0 Millionen Euro aufgrund der merklich erhöhten Investitionen einen signifikant höheren Auszahlungssaldo als noch im Vorjahr auf.

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit** lag zum Stichtag bei einer zusätzlichen Mittelaufnahme in Höhe von 7,8 Millionen Euro. Diese beruhte einerseits auf der weiteren Aufnahme von Finanzkrediten in Höhe von 14,9 Millionen Euro sowie andererseits auf der Tilgung von Finanzkrediten in Höhe von 3,8 Millionen Euro und auf Auszahlungen an Gesellschafter von Konzernunternehmen in Höhe von 3,3 Millionen Euro.

Der **Bestand an liquiden Mitteln** belief sich zum Ende des ersten Quartals auf insgesamt 31,9 Millionen Euro (Vj.: 37,3 Millionen Euro).

## Finanzstrukturanalyse

Das **langfristige Fremdkapital** ist im ersten Quartal 2015 nur leicht um 1,6 Millionen Euro auf 400,0 Millionen Euro zurückgegangen. Innerhalb des langfristigen Fremdkapitals sind die Finanzverbindlichkeiten um 4,1 Millionen Euro gesunken. Ursächlich dafür war vorwiegend der Rückgang der Verbindlichkeiten aus Put-Optionen. Demgegenüber sind die langfristigen Lieferungs- und Leistungsverbindlichkeiten um 3,0 Millionen angestiegen. Darüber hinaus traten nur geringfügige Schwankungen im langfristigen Fremdkapital auf.

Das **kurzfristige Fremdkapital** war mit 254,3 Millionen Euro durch einen merklichen Anstieg in Höhe von 24,1 Millionen Euro gekennzeichnet. Nennenswert waren dabei vor allem die um 13,2 Millionen Euro gestiegenen kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten, die fast ausschließlich auf eine höhere Ausnutzung unserer im Rahmen des Facilities Agreements eingeräumten Kreditlinien zurückzuführen sind. Auch unsere Verbindlichkeiten aus Lieferungs- und Leistungsbeziehungen verzeichneten einen spürbaren Anstieg um 9,3 Millionen Euro. Dabei machte sich neben anderen Effekten auch die erhöhte Investitionstätigkeit im ersten Quartal dieses Jahres deutlich bemerkbar. Die Veränderungen in den übrigen Positionen setzten sich aus einer Vielzahl von Einzeleffekten zusammen, die einzeln betrachtet von untergeordneter Bedeutung waren.

Das **Eigenkapital** bezifferte sich zum 31. März 2015 auf 321,0 Millionen Euro und blieb damit gegenüber dem Jahresendwert in Höhe von 320,1 Millionen Euro nahezu unverändert. Innerhalb des Eigenkapitals hat es jedoch eine Verschiebung zu Lasten des auf nicht beherrschende Gesellschafter entfallenden und zu Gunsten des auf die Aktionäre der Ströer Media SE entfallenden Eigenkapitalanteils gegeben. Ausschlaggebend dafür war im Wesentlichen der Erwerb der übrigen 49 Prozent der Anteile an der Kölner Aussenwerbung GmbH, deren Anteile nun vollständig von der Ströer Media SE gehalten werden. Die sonstigen Veränderungen innerhalb des Eigenkapitals bewegten sich im Rahmen der üblichen Schwankungsbreiten.

## Nettoverschuldung

Die Ermittlung der Nettoverschuldung, des Operational EBITDA und damit auch des dynamischen Verschuldungsgrads folgt der internen Berichtsstruktur im Ströer Konzern. Vor diesem Hintergrund werden jene vier At-Equity bilanzierten Unternehmen, an denen Ströer 50 Prozent der Anteile hält, unverändert wie bisher anteilig in diese Kennzahlen einbezogen.

In Mio. EUR		31.3.2015	31.12.2014	Veränderung	
(1)	Langfristige Finanzverbindlichkeiten	303,6	307,7	-4,1	-1,3%
(2)	Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	49,6	36,9	12,7	34,5%
(1)+(2)	Summe Finanzverbindlichkeiten	353,2	344,6	8,6	2,5%
(3)	Derivative Finanzinstrumente Finanzverbindlichkeiten ohne derivative	14,9	21,6	-6,7	-30,9%
(1)+(2)-(3)	Finanzinstrumente	338,3	323,0	15,3	4,7%
(4)	Liquide Mittel	34,3	47,6	-13,2	-27,8%
<b>(1)+(2)-(3)-(4)</b>	<b>Nettoverschuldung</b>	<b>304,0</b>	<b>275,4</b>	<b>28,5</b>	<b>10,4%</b>

Die Nettoverschuldung hat sich zum 31. März 2015 gegenüber dem Jahresende 2014 um 28,5 Millionen Euro auf 304,0 Millionen Euro erhöht. Dieser Anstieg beruht im Wesentlichen auf den umfassenden Investitionsauszahlungen im ersten Quartal und dem damit einhergehenden negativen Free Cash-Flow. Die erhöhte Nettoverschuldung führte zusammen mit einem gleichzeitig weiter verbesserten Operational EBITDA zu einem nahezu unveränderten dynamischen Verschuldungsgrad von 1,9.

## VERMÖGENSLAGE

### Konzernbilanz

In Mio. EUR	31.3.2015	31.12.2014	Veränderung	
<b>Aktiva</b>				
<b>Langfristig gebundenes Vermögen</b>				
Immaterielle Vermögenswerte	564,2	540,5	23,7	4,4%
Sachanlagen	201,9	198,7	3,1	1,6%
Anteile an At-Equity-bilanzierten Unternehmen	25,3	24,0	1,3	5,3%
Steueransprüche	5,2	4,7	0,5	10,0%
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	14,9	15,0	-0,1	-0,8%
<b>Zwischensumme</b>	<b>811,3</b>	<b>782,9</b>	<b>28,5</b>	<b>3,6%</b>
<b>Kurzfristig gebundenes Vermögen</b>				
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	126,5	117,8	8,7	7,4%
Liquide Mittel	31,9	46,1	-14,2	-30,8%
Steueransprüche	4,2	4,3	-0,0	-1,0%
Vorräte	1,4	0,9	0,4	46,0%
<b>Zwischensumme</b>	<b>164,0</b>	<b>169,1</b>	<b>-5,1</b>	<b>-3,0%</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>975,3</b>	<b>952,0</b>	<b>23,4</b>	<b>2,5%</b>
<b>Passiva</b>				
<b>Langfristige Finanzierungsmittel</b>				
<b>Eigenkapital</b>	<b>321,0</b>	<b>320,1</b>	<b>0,9</b>	<b>0,3%</b>
<b>Fremdkapital</b>				
Finanzielle Verbindlichkeiten	303,6	307,7	-4,1	-1,3%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3,0	0,0	3,0	n.d.
Latente Steuerverbindlichkeiten	51,5	53,1	-1,6	-3,0%
Rückstellungen	41,9	40,8	1,1	2,6%
<b>Zwischensumme</b>	<b>400,0</b>	<b>401,6</b>	<b>-1,6</b>	<b>-0,4%</b>
<b>Kurzfristige Finanzierungsmittel</b>				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	131,0	121,7	9,3	7,6%
Finanz- und sonstige Verbindlichkeiten	93,3	74,8	18,5	24,7%
Rückstellungen	21,3	23,1	-1,8	-8,0%
Ertragsteuerverbindlichkeiten	8,7	10,5	-1,8	-16,9%
<b>Zwischensumme</b>	<b>254,3</b>	<b>230,2</b>	<b>24,1</b>	<b>10,5%</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>975,3</b>	<b>952,0</b>	<b>23,4</b>	<b>2,5%</b>

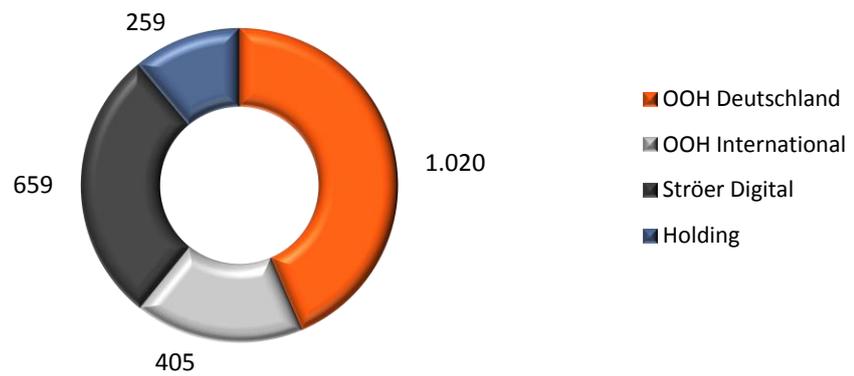
## Vermögensstrukturanalyse

Das **langfristig gebundene Vermögen** belief sich zum Ende des ersten Quartals auf 811,3 Millionen Euro und lag damit um 28,5 Millionen Euro über dem Wert zum 31. Dezember 2014. Dieser Anstieg ergab sich mit 23,7 Millionen Euro primär aus den immateriellen Vermögenswerten. Dabei handelte es sich insbesondere um Zugänge im Rahmen der Akquisition von Unternehmen und Geschäftsbereichen sowie um den Erwerb von einzelnen Werberechten. Die Veränderungen in den übrigen Positionen des langfristige gebundenen Vermögens waren dagegen von eher untergeordneter Bedeutung.

Das **kurzfristig gebundene Vermögen** wies zum Ende des ersten Quartals einen Saldo von 164,0 Millionen Euro auf, was einem Rückgang von 5,1 Millionen Euro gegenüber dem Jahresendwert entsprach. Diese rückläufige Entwicklung beruhte in erster Linie auf einem geringeren Bestand an liquiden Mitteln, der mit 31,9 Millionen Euro um 14,2 Millionen Euro niedriger ausfiel als noch zum 31. Dezember 2014. Gegenläufig zeigten sich hingegen die Forderungen und sonstigen Vermögenswerte, deren Saldo mit 126,5 Millionen Euro um 8,7 Millionen Euro zulegen. Dieser Anstieg resultierte maßgeblich aus den üblicherweise im ersten Quartal zu leistenden Pachtvorauszahlungen für unsere Werberechtsverträge. Die übrigen Veränderungen im kurzfristig gebundenen Vermögen waren von ihrem Umfang her vernachlässigbar.

## MITARBEITER

Am 31. März 2015 beschäftigte der Ströer Konzern insgesamt 2.343 Mitarbeiter (31. Dezember 2014: 2.380). Die Zuordnung der Mitarbeiter zu den einzelnen Unternehmensbereichen ist der folgenden Grafik zu entnehmen.



## CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

Wir verweisen zur Darstellung der Chancen und Risiken auf unsere Ausführungen im Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2014, die sich im Geschäftsbericht 2014 auf den Seiten 64 bis 69 befinden. Nach unserer Einschätzung sind aus heutiger Sicht weiterhin keine bestandsgefährdenden Risiken zu erkennen. Eine wesentliche abweichende Entwicklung von den Planungsprämissen in den einzelnen Geschäftsbereichen sowie Änderungen der externen Parameter zur Kapitalkostenrechnung können gegebenenfalls zu einer Wertberichtigung immaterieller Vermögenswerte bzw. des Firmenwerts führen.

## PROGNOSEBERICHT

Für das gesamte Jahr 2015 rechnen wir auf Basis des guten ersten Quartals mit einem organischen Umsatzanstieg im mittleren bis höheren einstelligen Prozentbereich und einem operational EBITDA von mindestens 180 Millionen Euro.

## NACHTRAGSBERICHT

### **Credit Facilities Agreement**

Der Ströer Konzern hat seine mit einem Bankensyndikat von ausgewählten in- und ausländischen Finanzinstituten am 8. April 2014 vereinbarte Kreditfazilität mit Wirkung zum 28. April 2015 im Rahmen eines sogenannten Amendments an die aktuellen Gegebenheiten der Ströer Gruppe angepasst. In diesem Zusammenhang konnten die zukünftigen Fremdkapitalkosten des Konzerns nochmals deutlich gesenkt werden. Zudem wurde das Volumen von 500 Millionen Euro auf 450 Millionen Euro reduziert, wobei die Möglichkeit einer späteren Erhöhung durch entsprechende Optionsklauseln um weitere 100 Millionen Euro auf 550 Millionen Euro sichergestellt ist. Gleichzeitig wurde die Laufzeit um ein weiteres Jahr bis zum Jahr 2020 verlängert. Die im Rahmen der angepassten Finanzierung angefallenen Kosten werden über die Laufzeit entsprechend amortisiert.

Weitere wesentliche Ereignisse und Entwicklungen von besonderer Bedeutung sind nach dem Stichtag 31. März 2015 nicht eingetreten.

# KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

<b>Konzernzwischenabschluss</b>	
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	23
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	24
Konzernbilanz	25
Konzern-Kapitalflussrechnung	26
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	27
Erläuterungen zum verkürzten Konzernzwischenabschluss	28
Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung	38

## KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

In TEUR	Q1 2015	Q1 2014 <sup>1)</sup>
Umsatzerlöse	161.754	145.724
Umsatzkosten	-120.151	-107.929
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>41.603</b>	<b>37.795</b>
Vertriebskosten	-25.050	-22.610
Verwaltungskosten	-20.923	-21.547
Sonstige betriebliche Erträge	4.610	3.437
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2.097	-2.027
Anteil am Ergebnis At-Equity-bilanzierter Unternehmen	1.047	818
Finanzergebnis	-2.091	-4.784
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-2.901</b>	<b>-8.918</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	491	2.063
<b>Konzernergebnis</b>	<b>-2.410</b>	<b>-6.855</b>
<b>Davon entfallen auf:</b>		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	-2.215	-6.804
Nicht beherrschende Gesellschafter	-195	-50
	<b>-2.410</b>	<b>-6.855</b>
<b>Ergebnis je Aktie (EUR, unverwässert)</b>	<b>-0,05</b>	<b>-0,14</b>
<b>Ergebnis je Aktie (EUR, verwässert)</b>	<b>-0,05</b>	<b>-0,14</b>

<sup>1)</sup> rückwirkend angepasst aufgrund der Finalisierung der Kaufpreisallokation für die im dritten und vierten Quartal 2013 erworbenen Unternehmen der Digital-Werbevermarktung

## KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

In TEUR	Q1 2015	Q1 2014 <sup>1)</sup>
<b>Konzernergebnis</b>	<b>-2.410</b>	<b>-6.855</b>
<b>Sonstiges Ergebnis</b>		
<b>Beträge, die nicht in künftigen Perioden ergebniswirksam umgegliedert werden</b>		
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste	33	0
Ertragsteuern	-11	0
	<b>22</b>	<b>0</b>
<b>Beträge, die gegebenenfalls in künftigen Perioden ergebniswirksam umgegliedert werden</b>		
Fremdwährungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	2.244	5.456
	<b>2.244</b>	<b>5.456</b>
<b>Sonstiges Ergebnis nach Ertragsteuern</b>	<b>2.266</b>	<b>5.456</b>
<b>Gesamtergebnis nach Ertragsteuern</b>	<b>-144</b>	<b>-1.399</b>
<b>Davon entfallen auf:</b>		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	-166	-2.183
Nicht beherrschende Gesellschafter	22	784
	<b>-144</b>	<b>-1.399</b>

## KONZERNBILANZ

<b>Aktiva (in TEUR)</b>	<b>31.03.2015</b>	<b>31.12.2014</b>
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Immaterielle Vermögenswerte	564.224	540.503
Sachanlagen	201.854	198.744
Anteile an At-Equity-bilanzierten Unternehmen	25.259	23.990
Finanzanlagen	151	151
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	13	0
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	2.542	1.815
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	12.146	13.005
Ertragsteueransprüche	383	383
Latente Steueransprüche	4.779	4.308
<b>Summe langfristige Vermögenswerte</b>	<b>811.350</b>	<b>782.899</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Vorräte	1.355	928
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	85.055	87.438
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	10.480	8.868
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	30.954	21.467
Laufende Ertragsteueransprüche	4.238	4.280
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	31.892	46.071
<b>Summe kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>163.975</b>	<b>169.053</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>975.325</b>	<b>951.951</b>

<b>Passiva (in TEUR)</b>	<b>31.03.2015</b>	<b>31.12.2014</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	48.870	48.870
Kapitalrücklage	348.344	348.094
Gewinnrücklagen	-37.284	-49.956
Kumuliertes übriges Konzernergebnis	-44.232	-46.281
	<b>315.698</b>	<b>300.727</b>
Nicht beherrschende Gesellschafter	5.311	19.411
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>321.008</b>	<b>320.138</b>
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>		
Pensionsrückstellungen und ähnliche Verpflichtungen	26.774	27.025
Sonstige Rückstellungen	15.093	13.782
Finanzverbindlichkeiten	303.626	307.700
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.975	0
Latente Steuerverbindlichkeiten	51.521	53.121
<b>Summe langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>399.989</b>	<b>401.628</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Sonstige Rückstellungen	21.300	23.147
Finanzverbindlichkeiten	54.060	40.865
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	130.997	121.739
Sonstige Verbindlichkeiten	39.262	33.959
Laufende Ertragsteuerverbindlichkeiten	8.707	10.476
<b>Summe kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>254.327</b>	<b>230.186</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>975.325</b>	<b>951.951</b>

## KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

In TEUR	Q1 2015	Q1 2014 <sup>1)</sup>
<b>Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>		
Periodenergebnis	-2.410	-6.855
Aufwendungen (+) / Erträge (-) aus Finanz- und Steuerergebnis	1.600	2.720
Abschreibungen (+) auf Gegenstände des Anlagevermögens	23.480	18.020
Anteil am Ergebnis At-Equity-bilanzierter Unternehmen	-1.047	-818
Gezahlte (-) Zinsen	-2.841	-2.210
Erhaltene (+) Zinsen	12	14
Gezahlte (-) / erhaltene (+) Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-3.268	-1.825
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Rückstellungen	-1.348	-3.216
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+)/Erträge (-)	-1.077	-3.034
Gewinn (-)/Verlust (+) aus Anlageabgängen	69	1
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	-8.107	4.351
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-2.209	-2.601
<b>Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>2.855</b>	<b>4.548</b>
<b>Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</b>		
Einzahlungen (+) aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	333	508
Auszahlungen (-) für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-14.857	-7.150
Auszahlungen (-) für Investitionen in At-Equity-bilanzierte Unternehmen	-222	0
Auszahlungen (-) für den Kauf von konsolidierten Unternehmen	-10.099	-1.972
<b>Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-24.845</b>	<b>-8.613</b>
<b>Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</b>		
Auszahlungen (-) an (nicht beherrschende) Gesellschafter	-3.321	-363
Einzahlungen (+) aus der Aufnahme von Finanzkrediten	14.906	2.562
Auszahlungen (-) aus der Tilgung von Finanzkrediten	-3.775	-1.310
<b>Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>7.810</b>	<b>889</b>
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>		
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	-14.179	-3.176
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	46.071	40.461
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>31.892</b>	<b>37.285</b>
<b>Zusammensetzung des Finanzmittelfonds</b>		
Liquide Mittel	31.892	37.285
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>31.892</b>	<b>37.285</b>

<sup>1)</sup> rückwirkend angepasst aufgrund der Finalisierung der Kaufpreisallokation für die im dritten und vierten Quartal 2013 erworbenen Unternehmen der Digital-Werbevermarktung

## KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Kumuliertes übriges Konzernergebnis Fremdwährungs- umrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	Summe	Nicht beherrschende Gesellschafter	Summe Eigenkapital
<b>In TEUR</b>							
<b>1.1.2015</b>	<b>48.870</b>	<b>348.094</b>	<b>-49.956</b>	<b>-46.281</b>	<b>300.727</b>	<b>19.411</b>	<b>320.138</b>
Konzernergebnis	0	0	-2.215	0	-2.215	-195	-2.410
Sonstiges Ergebnis	0	0	0	2.049	2.049	217	2.266
Gesamtergebnis	0	0	-2.215	2.049	-166	22	-144
Änderungen Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0	-117	-117
Anteilsbasierte Vergütung	0	250	0	0	250	0	250
Effekte aus Anteilsänderungen an Tochtergesellschaften ohne Kontrollverlust	0	0	9.194	0	9.194	-14.513	-5.319
Verpflichtung zum Erwerb eigener EK-Instrumente	0	0	5.693	0	5.693	607	6.300
Dividenden	0	0	0	0	0	-99	-99
<b>31.3.2015</b>	<b>48.870</b>	<b>348.344</b>	<b>-37.284</b>	<b>-44.232</b>	<b>315.698</b>	<b>5.311</b>	<b>321.008</b>

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Kumuliertes übriges Konzernergebnis Fremdwährungs- umrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	Summe	Nicht beherrschende Gesellschafter	Summe Eigenkapital
<b>In TEUR</b>							
<b>1.1.2014 <sup>1)</sup></b>	<b>48.870</b>	<b>347.391</b>	<b>-66.397</b>	<b>-53.465</b>	<b>276.400</b>	<b>20.308</b>	<b>296.708</b>
Konzernergebnis	0	0	-6.804	0	-6.804	-50	-6.855
Sonstiges Ergebnis	0	0	0	4.622	4.622	834	5.456
Gesamtergebnis	0	0	-6.804	4.622	-2.183	784	-1.399
Änderungen Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0	58	58
Anteilsbasierte Vergütung	0	131	0	0	131	0	131
Effekte aus Anteilsänderungen an Tochtergesellschaften ohne Kontrollverlust	0	0	335	0	335	-2.237	-1.902
Verpflichtung zum Erwerb eigener EK-Instrumente	0	0	-974	0	-974	974	0
Dividenden	0	0	0	0	0	-88	-88
<b>31.3.2014 <sup>1)</sup></b>	<b>48.870</b>	<b>347.522</b>	<b>-73.840</b>	<b>-48.843</b>	<b>273.709</b>	<b>19.799</b>	<b>293.508</b>

<sup>1)</sup> rückwirkend angepasst aufgrund der erstmaligen Anwendung des IFRS 11 sowie der Finalisierung der Kaufpreisallokationen für die im dritten und vierten Quartal 2013 erworbenen Unternehmen der Digital-Werbemarktung

## ERLÄUTERUNGEN ZUM VERKÜRZTEN KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

### Allgemeine Informationen

#### 1 Informationen zu Gesellschaft und Konzern

Die Ströer Media SE, Köln, (im Folgenden „Ströer SE“) ist eine börsennotierte Kapitalgesellschaft. Sitz der Gesellschaft ist die Ströer Allee 1 in 50999 Köln. Die Gesellschaft ist im Handelsregister Köln in der Abteilung B unter der Nr. 82548 eingetragen.

Unternehmensgegenstand der Ströer SE und der im Konzernabschluss zusammengefassten Unternehmen (Ströer Konzern oder Konzern) ist die Erbringung von Dienstleistungen in den Bereichen Medien, Werbung, Vermarktung und Kommunikation, insbesondere, aber nicht ausschließlich, die Vermarktung von Out-of-Home-Medien sowie die Vermittlung und Vermarktung von Online-Werbeflächen. Zum Einsatz bei der Vermarktung von Out-of-Home-Medien kommen 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 2014.

#### 2 Grundlagen der Erstellung des Abschlusses

Der Konzernzwischenabschluss für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2015 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt. Er muss im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 gelesen werden.

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

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

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss und der Konzernzwischenlagebericht sind 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 mit Ausnahme der nachfolgend dargestellten Änderungen die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden angewandt wie im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014.

- Verbesserungen zu IFRS (Sammelstandard 2010 – 2012) (anzuwenden auf das Geschäftsjahr, das am oder nach dem 1. Juli 2014 beginnt)
- Verbesserungen zu IFRS (Sammelstandard 2011 – 2013) (anzuwenden auf das Geschäftsjahr, das am oder nach dem 1. Juli 2014 beginnt)

Die darüber hinaus neu anzuwendenden Standards bzw. Änderungen in einzelnen Standards haben keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

In der Gewinn- und Verlustrechnung sind zudem die Vergleichszahlen für das erste Quartal 2014 um die endgültigen Werte aus der Kaufpreisallokation für die im dritten Quartal 2013 erstkonsolidierten Gesellschaften der Ballroom-Gruppe sowie für die im vierten Quartal 2013 erstmals einbezogene MBR Targeting GmbH anzupassen. Die beiden Kaufpreisallokationen wurden im zweiten Halbjahr 2014 finalisiert und waren daher noch nicht in den Ergebniszahlen des ersten Quartals 2014 enthalten. Die entsprechenden Anpassungen in der GuV können der nachfolgenden Überleitung entnommen werden.

<b>Gewinn- und Verlustrechnung</b>	<b>angepasst</b>	<b>Kaufpreis- allokation</b>	<b>lt. Q1-Bericht 2014</b>
<b>In TEUR</b>	<b>Q1 2014</b>		<b>Q1 2014</b>
Umsatzerlöse	145.724	0	145.724
Umsatzkosten	-107.929	-569	-107.359
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>37.795</b>	<b>-569</b>	<b>38.364</b>
Vertriebskosten	-22.610	0	-22.610
Verwaltungskosten	-21.547	0	-21.547
Sonstige betriebliche Erträge	3.437	0	3.437
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2.027	0	-2.027
Anteil am Ergebnis At-Equity bilanzierter Unternehmen	818	0	818
Finanzergebnis	-4.784	0	-4.784
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-8.918</b>	<b>-569</b>	<b>-8.349</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	2.063	146	1.918
<b>Konzernergebnis</b>	<b>-6.855</b>	<b>-424</b>	<b>-6.431</b>

Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	-6.804	-263	-6.541
Nicht beherrschende Gesellschafter	-50	-160	110
	<b>-6.855</b>	<b>-424</b>	<b>-6.431</b>

#### 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 2014 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 2014. Im ersten Quartal 2015 hat der Ströer Konzern ein Werberecht von einem nahe stehenden Unternehmen erworben. Darüber hinaus haben sich bis zum 31. März 2015 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

#### 6 Segmentberichterstattung

Die Ströer Gruppe hat ihre interne Steuerung und damit auch ihre Segmentierung seit dem 1. Januar 2015 an die aktuellen Entwicklungen des Konzerns angepasst. In diesem Zusammenhang hat sie ihr Geschäft in drei Segmente gebündelt, die in enger Abstimmung mit der Konzern-Holdinggesellschaft Ströer Media SE operativ eigenständig am Markt tätig sind. Es handelt sich dabei um die Segmente OOH Deutschland, Ströer Digital und OOH International. Während dem Segment Ströer Digital nun auch der Bereich public video zugeordnet wurde, der bisher gemeinsam mit dem deutschen OOH-Geschäft geführt wurde, umfasst das Segment OOH International das Geschäft in der Türkei, in Polen und das Riesenpostergeschäft BlowUp.

Darüber hinaus wurde die Verrechnung von Service-Kosten zwischen der Holding und dem Segment OOH Deutschland zu Beginn des Jahres 2015 neu strukturiert, um eine konzernweit einheitliche Kostenallokation zu erreichen. Die Beträge für das Jahr 2014 wurden entsprechend rückwirkend angepasst.

Die Segmentberichterstattung erfolgt ungeachtet der Regelungen des IFRS 11 nach dem Management Approach im Sinne des IFRS 8, wonach die externe Segmentberichterstattung der internen Berichtsstruktur folgen soll. Die Interne Berichtsstruktur des Ströer Konzerns basiert auf dem Konzept der anteiligen Konsolidierung von Gemeinschaftsunternehmen. Vor diesem Hintergrund gehen die Ergebnisbeiträge der Gemeinschaftsunternehmen in sämtliche Kennzahlen der Segmente zu 50 Prozent ein. Sie werden also anders als in der Gewinn- und Verlustrechnung nicht entsprechend der At-Equity-Methode saldiert in einer Zeile zusammengefasst.

Überleitungsrechnung zur Segmentberichterstattung nach operativen Segmenten:

In TEUR	Q1 2015	Q1 2014
<b>Summe Segmentergebnisse (Operational EBITDA)</b>	<b>29.833</b>	<b>20.054</b>
Zentrale Posten	-3.524	-3.554
<b>Operational EBITDA Konzern</b>	<b>26.309</b>	<b>16.500</b>
Bereinigung (Exceptionals)	-2.639	-1.743
Bereinigung (IFRS 11)	-1.000	-871
<b>EBITDA</b>	<b>22.670</b>	<b>13.885</b>
Abschreibungen	-23.480	-18.020
Finanzierungsergebnis	-2.091	-4.784
<b>Konzernergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>-2.901</b>	<b>-8.918</b>

Die Bereinigungseffekte nach IFRS 11 enthalten die Abschreibungen sowie das Finanz- und Steuerergebnis unserer At-Equity-bilanzierten Unternehmen.

## Berichterstattung nach operativen Segmenten

In TEUR	OOH Deutschland	Ströer Digital	OOH International	Überleitung	Überleitung at equity	Konzernwert
<b>Q1 2015</b>						
Außenumsatzerlöse	94.756	40.987	29.437	0	-3.425	161.754
Innenumsatzerlöse	1.389	721	229	-2.339	0	0
Segmentumsätze	96.145	41.708	29.666	-2.339	-3.425	161.754
Operational EBITDA	19.078	9.488	1.267	-3.524		26.309
<b>Q1 2014</b>						
Außenumsatzerlöse	88.992	30.830	28.837	0	-2.935	145.724
Innenumsatzerlöse	1.243	468	116	-1.826	0	0
Segmentumsätze	90.236	31.297	28.953	-1.826	-2.935	145.724
Operational EBITDA	14.364	4.870	820	-3.554		16.500

## Berichterstattung nach Produktgruppen

In TEUR	Billboard	Street Furniture	Transport	Digital	Sonstige	Überleitung at equity	Konzernwert
<b>Q1 2015</b>							
Außenumsatzerlöse	65.206	33.486	12.529	42.795	11.163	-3.425	161.754
<b>Q1 2014</b>							
Außenumsatzerlöse	62.885	33.412	12.091	32.187	8.084	-2.935	145.724

## **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**

#### **Erdbeerlounge GmbH**

Der Ströer Konzern hat mit wirtschaftlicher Wirkung zum 2. Januar 2015 sämtliche Anteile an der Erdbeerlounge GmbH, Köln, erworben. Die Erdbeerlounge GmbH betreibt eine Website mit interaktivem Online-Angebot, welches sich ausdrücklich an Frauen richtet. Sie bietet den Nutzerinnen ein Kommunikationsnetzwerk, ein Magazin mit redaktionellen Inhalten zu frauenspezifischen Themen und eine Unterhaltungssektion. Der Kaufpreis für die übernommenen Anteile beträgt rund 2,3 Millionen Euro.

#### **Pacemaker AOS GmbH**

Ebenfalls mit wirtschaftlicher Wirkung zum 2. Januar 2015 hat der Ströer Konzern weitere 10,0 Prozent der Anteile an der Pacemaker AOS GmbH, Köln, erworben und verfügt damit über insgesamt 90,0 Prozent der Anteile. Die Gesellschaft ist auf dem Gebiet der Re-Targeting Vermarktung im Internet tätig. Der Kaufpreis für die übernommenen Anteile beträgt rund 2,2 Millionen Euro.

#### **Kölner Aussenwerbung Gesellschaft mit beschränkter Haftung**

Des Weiteren hat Ströer mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Januar 2015 die restlichen 49,0 Prozent der Anteile an der Kölner Aussenwerbung Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Köln, zu einem Kaufpreis von 2,5 Millionen Euro erworben. Der Ströer Konzern hält damit nun sämtliche Anteile an der Gesellschaft.

**spieletipps.de**

Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Februar 2015 hat der Ströer Konzern einen Geschäftsbereich zum Betrieb des Internetportals „spieletipps.de“ übernommen. Der Geschäftsbereich betreibt unter dieser Domain ein Internetspieleportal mit einer Datenbank, die Tipps und Lösungen zu Computer- und Videospiele bereitstellt, sowie mit einer Online-Redaktion, die News, Tests und Hintergrundberichte liefert. Der Kaufpreis für den übernommenen Geschäftsbereich beträgt insgesamt 3,5 Millionen Euro.

**SpielAffe / KralOyun / Games1.com**

Der Ströer Konzern hat mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Januar 2015 einen Geschäftsbereich zum Betrieb der Internetportale „SpielAffe“, „KralOyun“ und „Games1.com“ übernommen. Über diese Internetportale werden Internetnutzern kostenlose Online-Spiele bereitgestellt. Der Kaufpreis für den übernommenen Geschäftsbereich beträgt 4,4 Millionen Euro.

**Ballroom International GmbH (vormals: Ballroom International CEE Holding GmbH)**

Am 2. Februar 2015 hat der Ströer Konzern eine vertragliche Vereinbarung getroffen, nach der die verbliebenen Anteile an der Ballroom International GmbH, Glonn, im Rahmen der Verrechnung mit Gewährleistungsansprüchen ohne zusätzliche Kaufpreiszahlung auf Ströer übergegangen sind. Eine ursprünglich zum Bilanzstichtag ausgewiesene Kaufpreisverbindlichkeit kam nicht mehr zur Auszahlung.

## 9 Finanzinstrumente

Die folgende Tabelle stellt den Buchwert und beizulegenden Zeitwert (Fair Value) der in den einzelnen Bilanzposten enthaltenen Finanzinstrumente nach Klassen sowie nach Bewertungskategorien des IAS 39 dar.

In TEUR	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	Wertansatz Bilanz nach IAS 39				Fair Value 31.03.2015
		Buchwert 31.03.2015	Fortgeführte Anschaf- fungskosten	Fair Value erfolgsneu- tral	Fair Value erfolgswirk- sam	
<b>Aktiva</b>						
Zahlungsmittel	KuF	31.892	31.892			31.892
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	KuF	85.068	85.068			85.068
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	KuF	2.542	2.542			2.542
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	KuF	10.480	10.480			10.480
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	ZVvV	151	151			n.a.
<b>Passiva</b>						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FVzFA	133.972	133.972			133.972
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	FVzFA	301.114	296.866		4.248	301.114
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	FVzFA	41.641	41.331		310	41.641
Derivate ohne Hedge-Beziehung (Level 2)	FVebZ	0			0	0
Verpflichtung zum Erwerb eigener Anteile (Level 3)	FVzFA	14.930	0	14.930	0	14.930
<b>Davon aggregiert nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39:</b>						
Kredite und Forderungen	KuF	129.982	129.982			129.982
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	ZVvV	151	151			n.a.
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert werden	FVzFA	491.657	472.169	14.930	4.558	491.657
Finanzielle Verbindlichkeiten erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert	FVebZ	0			0	0

In TEUR	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	Wertansatz Bilanz nach IAS 39				Fair Value 31.12.2014
		Buchwert 31.12.2014	Fortgeführte Anschaf- fungskosten	Fair Value erfolgsneu- tral	Fair Value erfolgswirk- sam	
<b>Aktiva</b>						
Zahlungsmittel	KuF	46.071	46.071			46.071
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	KuF	87.438	87.438			87.438
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	KuF	1.815	1.815			1.815
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	KuF	8.868	8.868			8.868
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	ZVvV	151	151			n.a.
<b>Passiva</b>						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FVzFA	121.739	121.739			121.739
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	FVzFA	301.640	297.392		4.248	301.640
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	FVzFA	25.332	24.772		560	25.332
Derivate ohne Hedge-Beziehung (Level 2)	FVebZ	878			878	878
Verpflichtung auf Erwerb eigener Anteile (Level 3)	FVzFA	20.715	0	20.715	0	20.715
<b>Davon aggregiert nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39:</b>						
Kredite und Forderungen	KuF	144.192	144.192			144.192
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	ZVvV	151	151			n.a.
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert werden	FVzFA	469.426	443.903	20.715	4.808	469.426
Finanzielle Verbindlichkeiten erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert	FVebZ	878			878	878

Aufgrund der kurzen Laufzeiten von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, sonstigen finanziellen Vermögenswerten und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten wird angenommen, dass die beizulegenden Zeitwerte den Buchwerten entsprechen.

Die beizulegenden Zeitwerte der in den langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten enthaltenen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten werden als Barwerte des zukünftig erwarteten Cash-Flows unter Berücksichtigung des eigenen Kreditrisikos von Ströer ermittelt (sog. Stufe 2 Zeitwerte). Zur Diskontierung werden marktübliche Zinssätze, bezogen auf die entsprechenden Fristigkeiten, verwendet. Zum Stichtag wird daher angenommen, dass der Buchwert der langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten dem beizulegenden Zeitwert entspricht.

Die Stufen der Fair-Value-Hierarchie und ihre Anwendung auf die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten des Konzerns sind im Folgenden beschrieben:

Stufe 1: Es sind notierte Marktpreise für identische Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten an aktiven Märkten vorhanden.

Stufe 2: Börsen- oder Marktpreis für ähnliche Finanzinstrumente auf einem aktiven Markt oder für identische oder ähnliche Finanzinstrumente auf einem nicht aktiven Markt oder andere Inputfaktoren als Marktpreisnotierungen, bei denen die angewandten Parameter auf beobachtbaren Marktdaten basieren.

Stufe 3: Bewertungstechniken, bei denen die angewandten Parameter nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren.

Ein Wechsel der Einschätzung, welche Stufe für die Bewertung der jeweiligen Vermögenswerte und Schulden heranzuziehen ist, findet zum Zeitpunkt des eventuellen Vorliegens neuer Sachverhalte statt. Derzeit werden im Konzernabschluss derivative Finanzinstrumente zum Fair Value bewertet, die im vollen Umfang in die Stufe 2 fallen. Darüber hinaus bestehen bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben sowie Put-Optionen über Anteile an verschiedenen Konzernunternehmen, die jeweils der Stufe 3 angehören.

## 10 Gewinnverwendungsvorschlag

Im März dieses Jahres haben Vorstand und Aufsichtsrat der Ströer Media SE beschlossen auf der Hauptversammlung am 30. Juni 2015 die folgende Verwendung des im Geschäftsjahr 2014 erzielten Bilanzgewinns in Höhe von EUR 45.954.725,60 vorzuschlagen:

- Ausschüttung einer Dividende in Höhe von EUR 0,40 je dividendenberechtigte Stückaktie (EUR 19.547.913,60)
- Einstellung eines Betrages in Höhe von EUR 6.406.812,00 in die Gewinnrücklagen und
- Vortrag des Restbetrages in Höhe von EUR 20.000.000,00 auf neue Rechnung.

## 11 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

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

Köln, 13. Mai 2015



Udo Müller

CEO



Dr. Bernd Metzner

CFO



Christian Schmalzl

COO

## Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung

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

Q1 2015	Gewinn- und Verlustrechnung lt. IFRS	Umgliederung von Abschreibungen und Wertminderungs aufwendungen	Umgliederung at equity-Ergebnis in Quotenkonsolidierung	Umgliederung von Bereinigungseffekten	Gewinn- und Verlustrechnung nach Management Accounting	Wertminderungen und Abschreibungen auf Werberecht-konzessionen und Publisher Verträgen	Bewertungs-effekte aus Derivaten	Währungs-effekte aus innerkonzern-lichen Finanzie-rungen	Steuer-normalisierung	Eliminierung von Sondereffekten	Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung Q1 2015	Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung Q1 2014
In Mio. EUR												
Umsatzerlöse	161,8		3,4		165,2						165,2	148,7
Umsatzkosten	-120,2	21,0	-0,9		-100,1						-100,1	-93,2
Vertriebskosten	-25,1											
Verwaltungskosten	-20,9											
Gemeinkosten	-46,0	2,5	-0,4	3,2	-40,7						-40,7	-40,3
Sonstige betriebliche Erträge	4,6											
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2,1											
Sonstiges operatives Ergebnis	2,5		0,0	-0,6	1,9						1,9	1,3
At-Equity-Ergebnis	1,0		-1,0		0,0							
<b>Operational EBITDA</b>					<b>26,3</b>						<b>26,3</b>	<b>16,5</b>
Abschreibungen		-23,4	-0,5		-23,9	7,1				0,0	-16,8	-11,5
<b>Operational EBIT</b>					<b>2,4</b>						<b>9,5</b>	<b>5,0</b>
Sondereffekte				-2,6	-2,6					2,6	0,0	0,0
Finanzergebnis	-2,1		0,0		-2,1		0,0	-0,7		0,0	-2,8	-4,8
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,5		-0,5		0,0				-2,1		-2,2	-0,1
<b>Periodenüberschuss/-fehlbetrag</b>	<b>-2,4</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>-2,4</b>	<b>7,1</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,7</b>	<b>-2,1</b>	<b>2,6</b>	<b>4,5</b>	<b>0,1</b>

## Finanzkalender

<b>30. Juni 2015</b>	Hauptversammlung, Köln
<b>13. August 2015</b>	Veröffentlichung Halbjahresfinanzbericht H1/Q2 2015
<b>12. November 2015</b>	Veröffentlichung Quartalsfinanzbericht 9M/Q3 2015

## IR-Kontakt

**Ströer Media SE**  
Dafne Sanac  
Investor Relations Manager  
Ströer Allee 1 . 50999 Köln  
Telefon +49 (0)2236 . 96 45-356  
Fax +49 (0)2236 . 96 45-6356  
ir@stroeer.de / dsanac@stroeer.de

## Pressekontakt

**Ströer Media SE**  
Marc Sausen  
Director Corporate Communications  
Ströer Allee 1 . 50999 Köln  
Telefon +49 (0)2236 . 96 45-246  
Fax +49 (0)2236 . 96 45-6246  
presse@stroeer.de / msausen@stroeer.de

## Impressum

### Herausgeber

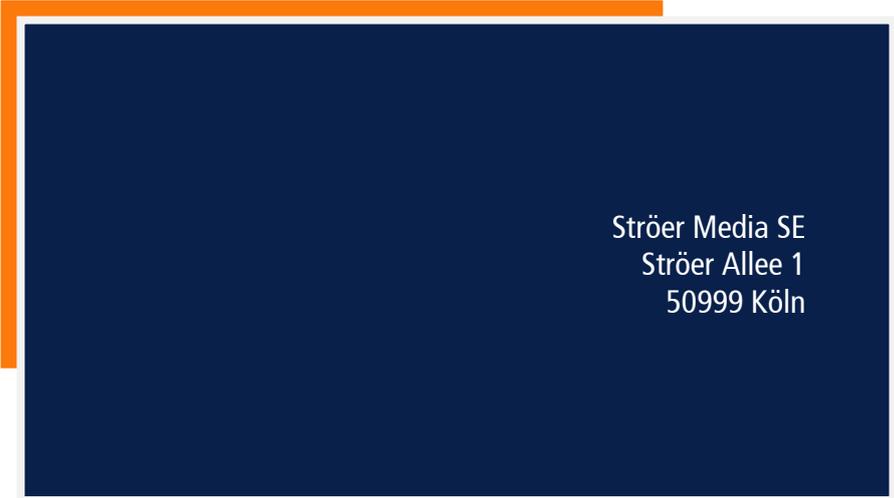
Ströer Media SE  
Ströer Allee 1 . 50999 Köln  
Telefon +49 (0)2236 . 96 45-0  
Fax +49 (0)2236 . 96 45-299  
info@stroeer.de

Amtsgericht Köln  
HRB 82548  
USt.-Id.-Nr.: DE811763883

Dieser Quartalsfinanzbericht wurde am 13. Mai 2015 veröffentlicht.  
Er liegt in deutscher und englischer Sprache vor.  
Bei Unterschieden ist die deutsche Fassung verbindlich.

## Disclaimer

Dieser Quartalsfinanzbericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen mit damit verbundenen Risiken und Unwägbarkeiten. Die tatsächliche Geschäftsentwicklung und die Ergebnisse der Ströer Media SE 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 Media SE dar. Dieser Quartalsfinanzbericht verpflichtet nicht zu einer Aktualisierung der darin enthaltenen Aussagen.



Ströer Media SE  
Ströer Allee 1  
50999 Köln