

Deutsche Telekom veräußert t-online.de und InteractiveMedia an Ströer

- **Telekom erhält Ströer-Aktien im Wert von rund 0,3 Milliarden Euro • Mit Ströer deutliche Wachstums- und Synergie-Potentiale für t-online.de und InteractiveMedia • Für die Endkunden der Telekom ändert sich nichts**

Die Deutsche Telekom hat mit der Ströer SE eine Vereinbarung zum Verkauf der Online-Plattform t-online.de und des Digitalvermarkters InteractiveMedia CCSP GmbH abgeschlossen. Die Transaktion erfolgt im Wege einer Kapitalerhöhung von Ströer gegen Sacheinlage der beiden Gesellschaften.

Im Gegenwert von rund 0,3 Milliarden Euro erhält die Deutsche Telekom neu ausgegebene Aktien von der Ströer SE. Abhängig vom Aktienkurs werden die neuen Aktien einer Beteiligung von circa 11 bis 13 Prozent am dann erhöhten Grundkapital von Ströer entsprechen. Die Aktien unterliegen einer Haltefrist von zwölf Monaten. Durch die Beteiligung an Ströer profitiert die Deutsche Telekom künftig von der erwarteten Wertsteigerung der beiden Unternehmen innerhalb des neuen Konzernverbundes.

Der Vollzug der Transaktion steht unter dem Vorbehalt der Zustimmung des Bundeskartellamts sowie weiterer üblicher Vollzugsbedingungen. Der Abschluss der Transaktion (Closing) wird für das vierte Quartal 2015 erwartet.

Die Veräußerung folgt der Strategie der Deutschen Telekom sich als führender europäischer Telekommunikationsanbieter am Markt zu etablieren. Teil dieser Strategie ist es, für Geschäftsfelder, die im Konzern Deutsche Telekom nicht angemessen weiterentwickelt werden können, Möglichkeiten der Wertsteigerung mit Partnern oder durch Veräußerungen zu suchen.

„Deutschlands reichweitenstarkes Online-Angebot t-online.de und InteractiveMedia ergänzen sich optimal mit den Aktivitäten der Ströer in der Online-Werbevermarktung. Wir freuen uns, mit Ströer einen Partner gefunden zu haben, der die Potentiale des Portals weiter steigern und für die beiden Gesellschaften erhebliche Synergien am Markt erschließen kann. Wir sind überzeugt, dass t-online.de und InteractiveMedia die medienübergreifende Vermarktungsposition von Ströer auf dem deutschen Online-Werbemarkt nachhaltig unterstützen und damit zur Wachstumsstrategie von Ströer beitragen können. Auch deshalb haben wir uns für den Kaufpreis in Aktien entschieden,“ sagte Niek Jan van Damme, Vorstandsmitglied der Deutschen Telekom AG und Chef der Telekom Deutschland GmbH.

Mit einem Umsatz von 721 Millionen Euro im Gesamtjahr 2014 zählt Ströer zu den größten Vermarktern von Außen- und Onlinewerbung in Deutschland. 2013 hat das Unternehmen sein Geschäft um das Digital-Segment erweitert, um sich hin zu einem integrierten und zunehmend digitalen Medienunternehmen zu entwickeln. Mit den Leistungsmarken Ströer Digital Media, Ströer Mobile Media und Ströer Primetime kombiniert das Unternehmen klassische und digitale Außenwerbung mit der Online-Display-Vermarktung und wird so zu einem der ersten Full-Service-Anbieter entlang der kompletten Wertschöpfungskette der digitalen Vermarktung.

Udo Müller, Vorstandsvorsitzender von Ströer SE sagte: „Die Transaktion ist für Ströer und den deutschen Onlinewerbemarkt ein klarer Game-Changer. Der Zusammenschluss in der Vermarktung stellt einen sehr wichtigen Schritt dar, um auch die zukünftige

Wettbewerbsfähigkeit eines deutschen Online-Vermarktungshauses im Wettbewerb mit global agierenden Konkurrenten sicherstellen zu können. T-Online ist eine Markenikone des deutschen Digitalgeschäfts. Wir sind überzeugt, dass wir über die Ressourcen verfügen die „most trusted online brand“ Europas erfolgreich weiter zu entwickeln.“

Das Digital-Segment stellt bei Ströer eine zentrale Säule der Unternehmensstrategie dar und ist maßgeblicher Treiber für Wachstum im Konzern, der 25 Prozent des Umsatzes des Unternehmens ausmacht. Für die kommenden Jahre plant Ströer, den Umsatzbeitrag der Digitalsparte auf 50 Prozent zu steigern.

Das Portal t-online.de gehört zu den meist-besuchten Websites in Deutschland und dient auch als Plattform für t-online.de-Mailadressen und des Telekom-Kundencenters. Diese Services verbleiben bei der Telekom Deutschland GmbH und können wie gewohnt weiter verwendet werden ohne dass Dritte auf die Inhalte zugreifen können. Die einschlägigen rechtlichen Rahmenbedingungen – beispielsweise zum Datenschutz – gelten weiterhin. Für die Endkunden der Telekom ändert sich nichts. Auch für die Leser des Newsportals t-online.de ändert sich nach der Transaktion nichts. Sie finden unter www.t-online.de wie gehabt Angebote rund um News, Ratgeberinhalte und Shopping sowie die bekannten Dienste und Tools.

Die Deutsche Telekom wurde beraten von Deutsche Telekom Capital Partners und BNP Paribas.

Diese Medieninformation enthält zukunftsbezogene Aussagen, welche die gegenwärtigen Ansichten des Managements der Deutschen Telekom hinsichtlich zukünftiger Ereignisse widerspiegeln. Sie sind im Allgemeinen durch die Wörter „erwarten“, „davon ausgehen“, „annehmen“, „beabsichtigen“, „einschätzen“, „anstreben“, „zum Ziel setzen“, „planen“, „werden“, „erstreben“, „Ausblick“ und vergleichbare Ausdrücke gekennzeichnet und beinhalten im Allgemeinen Informationen, die sich auf Erwartungen oder Ziele für Umsatzerlöse, bereinigtes EBITDA, EBITDA oder andere Maßstäbe für die Performance beziehen. Zukunftsbezogene Aussagen basieren auf derzeit gültigen Plänen, Einschätzungen und Erwartungen. Daher sollte ihnen nicht zu viel Gewicht beigemessen werden. Solche Aussagen unterliegen Risiken und Unsicherheitsfaktoren, von denen die meisten schwierig einzuschätzen sind und die im Allgemeinen außerhalb der Kontrolle der Deutschen Telekom liegen. Sollten diese Risiken und Unsicherheitsfaktoren eintreten, oder sollten sich die den Aussagen zugrundeliegenden Annahmen als unrichtig herausstellen, so können die Ergebnisse wesentlich von denjenigen abweichen, die in diesen Aussagen ausgedrückt oder impliziert werden. Die Deutsche Telekom kann nicht garantieren, dass ihre Erwartungen oder Ziele erreicht werden. Die Deutsche Telekom lehnt - unbeschadet bestehender kapitalmarktrechtlicher Verpflichtungen - jede Verantwortung für eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen durch Berücksichtigung neuer Informationen oder zukünftiger Ereignisse oder anderer Dinge ab.

Über t-online.de

Mit einer Reichweite von über 25 Millionen Nutzern pro Monat ist t-online.de Deutschlands führendes werbefinanziertes Digitalangebot rund um News, Ratgeberinhalte und Shopping (AGOF Internet Facts 04-15). 255 Mitarbeiter veröffentlichen täglich rund 500 Artikel und Videos – fundiert, bildstark und kostenlos – für alle Screens, 365 Tage im Jahr.

Über InteractiveMedia

InteractiveMedia, einer der größten Digitalvermarkter in Deutschland, bietet online und mobile mit rund 60 renommierten Medienmarken (wie t-online.de, gutefrage.net, kicker online und NetDoktor.de) nicht nur hohe Reichweite und zielgruppenrelevante Umfelder (bspw. zu Sport oder Gesundheit), sondern auch Premium- und Konzeptvermarktung für individuelle

Markeninszenierungen. Die innovativen Werbeformate werden von 166 Mitarbeitern vermarktet.

Über Ströer

Die Ströer SE ist einer der großen Anbieter für Außen- und Online-Werbung und bietet den werbungtreibenden Kunden individualisierte und voll integrierte Premium-Kommunikationslösungen an. Ströer setzt damit in Europa auf dem Gebiet der digitalen Medien zukunftsweisende Maßstäbe in Innovation und Qualität und eröffnet Werbungtreibenden neue Möglichkeiten der gezielten Kundenansprache. Die Ströer Gruppe vermarktet rund 290.000 Außenwerbeflächen und mehrere tausend Webseiten. Mit einem Konzernumsatz von 721 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2014 zählt die Ströer SE gemessen an den Umsätzen zu den größten Anbietern von Außenwerbung in Europa. Die Ströer-Gruppe beschäftigt rund 2.400 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten. Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter www.stroer.com.