

Ströer unternimmt neuen Anlauf in der Ukraine

05.06.2008

Die deutsche Ströer Gruppe, welche zu den fünf größten Betreibern von Außenreklame in der Welt gehört, unternimmt neue Versuche sich auf dem ukrainischen Markt festzusetzen. Gestern verkündete das Unternehmen, dass es kurz vor der Vertragsunterzeichnung zum Kauf von großen Aktiva in der Ukraine steht. Beide Seiten haben bereits eine Absichtserklärung unterzeichnet. Ströer hat bereits viel Zeit verloren und der Kauf der "RTM – Ukraina" ist wichtig für das Unternehmen – von den größten Spielern in der Ukraine steht keiner mehr zum Verkauf, merken Marktteilnehmer an.

Die deutsche Ströer Gruppe, welche zu den fünf größten Betreibern von Außenreklame in der Welt gehört, unternimmt neue Versuche sich auf dem ukrainischen Markt festzusetzen. Gestern verkündete das Unternehmen, dass es kurz vor der Vertragsunterzeichnung zum Kauf von großen Aktiva in der Ukraine steht. Beide Seiten haben bereits eine Absichtserklärung unterzeichnet. Ströer hat bereits viel Zeit verloren und der Kauf der "RTM – Ukraina" ist wichtig für das Unternehmen – von den größten Spielern in der Ukraine steht keiner mehr zum Verkauf, merken Marktteilnehmer an.

Den Markteintritt in der Ukraine verkündete Ströer im März letzten Jahres: das Unternehmen unterschrieb eine vorausgehende Vereinbarung über den Kauf von 61% der Aktien des Unternehmens Perekhid Outdoor (steht an siebenter Stelle bei den Unternehmen für Außenreklame in der Ukraine) für 6 Mio. \$. Doch das Geschäft kam nicht zustande: die Unternehmen wurden sich nicht über den Preis einig (Ausgabe des "**Kommersant-Ukraine**" vom 29. November 2007). Am Ende erwarb das Unternehmen trotzdem die ersten Aktiva in der Ukraine. Die kleine Kiewer Agentur "Grand", welche über insgesamt 416 Werbeflächen verfügt.

Ströer bereitet sich vor einen Vertrag über eine große Investition in der Ukraine abzuschließen, heißt es in dem gestern verbreiteten Geschäftsbericht des Unternehmens für das letzte Jahr. Der Top-Manager eines des Betreiberunternehmen für Außenwerbung, welcher mit den Plänen von Ströer in der Ukraine vertraut ist, bestätigt, dass die Rede vom Kauf der Gruppe "RTM – Ukraina" geht. Beide Seiten haben bereits eine Absichtserklärung unterzeichnet, teilt ein anderer Informant von einem der größten Außenreklameunternehmen der Ukraine dem "**Kommersant-Ukraine**" mit. Der Direktor der "RTM – Ukraina", Oleg Neweltschuk, bestätigte diese Information, darauf verzichtend Details zu nennen: "Wir führen tatsächlich nicht den ersten Monat Verhandlungen mit dem Unternehmen Ströer, der Vertrag kann in diesem Jahr unterzeichnet werden." In der Presseabteilung von Ströer verzichtete man darauf diese Frage vor der Vertragsunterzeichnung zu kommentieren.

Über die Zusammenarbeit der zwei Unternehmen wird auf dem Markt bereits seit langem geredet, merkte der Direktor für Öffentlichkeitsarbeit der Gruppe BigBoard, Konstantin Golowinskij, an. "Zum Beispiel im Mai diesen Jahres präsentierte 'RTM-Ukraina' in Odessa gemeinsam mit der lokalen Agentur 'City' ein Design-Projekt, welche die Nutzung von Stadtmöbeln aus der Produktion von Ströer vorsah.", sagte er.

Die deutsche Ströer Gruppe gehört zu den fünf größten Betreibern von Außenreklame in der Welt und erscheint an dritter Stelle in Europa. Sie besitzt mehr als 270.000 Reklameflächen in 12 Ländern. Der Umsatz betrug in 2007 509 Mio. € (+15,7% gegenüber 2006), das EBITDA betrug 118 Mio. € (+37,1%).

"RTM-Ukraina" ist der drittgrößte Betreiber von Außenwerbung in der Ukraine und wurde 2001 gegründet. Zum 15. Mai vereinigte er mehr als 3.700 Reklameflächen unterschiedlichen Formats in praktisch allen großen Städten der Ukraine. Die Finanzwerte des letzten Jahres wurden nicht bekanntgegeben. Eigentümer des Unternehmens, den Informationen von Marktteilnehmern nach, ist der Parlamentsabgeordnete Nikolaj Bagrajew. Den Angaben des Unternehmens UMM nach, betrug das Volumen des ukrainischen Marktes bei Außenwerbung im letzten Jahr 195,4 Mio. \$ (+29 % gegenüber 2006). Der Anteil von RTM betrug im I. Quartal 2008 bei der Anzahl von Werbeflächen 4,4%.

Für Ströer wird "RTM-Ukraina" nicht billig werden. Ein anonym bleibend wollender Top-Manager einer der größten

Werbeagenturen bewertete "RTM-Ukraina" mit 35-40 Mio. \$. "Das ist ein sehr großes Unternehmen, sehr gut vertreten in allen Oblasten der Ukraine", erklärte der Gesprächspartner des "**Kommersant-Ukraine**". Mit dieser Einschätzung ist auch der Generaldirektor der Agentur "Luwers", Alexander Noschtschenko, einverstanden: "Ausgehend von den letzten Geschäftsabschlüssen auf dem Markt sind 40 Mio. ein angemessener Preis für eine solche Agentur." Bis 2010 plant Ströer in die eigene Entwicklung 200 Mio. € zu investieren, heißt es im gestrigen Geschäftsbericht der Gruppe.

Ströer verlor viel Zeit aufgrund der langen Vorbereitung auf den Markteintritt in Osteuropa, merken Marktteilnehmer an. Bis zum offiziellen Eintritt auf den ukrainischen Markt führte das Unternehmen Verhandlungen über die Gründung von Joint-Ventures mit den Unternehmen "Oktagon", "Ewroplakat-Ukraina" und "Luwers", doch nicht eines der Joint-Ventures kam zustande. "Ströer war nicht sehr aktiv auf dem Markt, alle Versuche des Unternehmens in die Ukraine zu gelangen waren sehr schwach. Hier brauchen sie einen Kern, welcher eben RTM werden kann.", denkt Alexander Noschtschenko. RTM ist das einzige große Unternehmen auf dem Markt, welches noch zu kaufen ist, merkt der ausführende Direktor von News Outdoor Ukraine, Walerij Kulik, an. "RTM hat eine gute Abdeckung in der Ukraine, Ströer kann sofort einen großen Marktanteil an sich bringen. Sie müssen diesen Kauf abschließen.", ist er sich sicher.

Anteile der größten Betreiber im Segment der Billboards in 2007 nach der Größe der Fläche

Unternehmen	in %
BigBoard	7,5
Gallery	6,7
RTM	5,2
Luwers	3,8
Poster	3,7
Star	2,6
News Outdoor Ukraine	2,1
Dowira	2,1
Perekhid Outdoor	2,0
Mallis	1,3
Andere	63

Quelle: [Kommersant-Ukraine](#)

Übersetzer: **Andreas Stein** — Wörter: 807

Namensnennung-Keine kommerzielle Nutzung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland Sie dürfen:

- das Werk vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen
- Bearbeitungen des Werkes anfertigen

Zu den folgenden Bedingungen:

Namensnennung. Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen (wodurch aber nicht der Eindruck entstehen darf, Sie oder die Nutzung des Werkes durch Sie würden entlohnt).

Keine kommerzielle Nutzung. Dieses Werk darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.

Weitergabe unter gleichen Bedingungen. Wenn Sie dieses Werk bearbeiten oder in anderer Weise umgestalten, verändern oder als Grundlage für ein anderes Werk verwenden, dürfen Sie das neu entstandene Werk nur unter Verwendung von Lizenzbedingungen weitergeben, die mit denen dieses Lizenzvertrages identisch oder vergleichbar sind.

- Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter welche dieses Werk fällt, mitteilen. Am Einfachsten ist es, einen Link auf diese Seite einzubinden.
- Jede der vorgenannten Bedingungen kann aufgehoben werden, sofern Sie die Einwilligung des Rechteinhabers dazu erhalten.
- Diese Lizenz lässt die Urheberpersönlichkeitsrechte unberührt.

Haftungsausschluss

Die Commons Deed ist kein Lizenzvertrag. Sie ist lediglich ein Referenztext, der den zugrundeliegenden Lizenzvertrag übersichtlich und in allgemeinverständlicher Sprache wiedergibt. Die Deed selbst entfaltet keine juristische Wirkung und erscheint im eigentlichen Lizenzvertrag nicht.

Creative Commons ist keine Rechtsanwalts-gesellschaft und leistet keine Rechtsberatung. Die Weitergabe und Verlinkung des Commons Deeds führt zu keinem Mandatsverhältnis.

Die gesetzlichen Schranken des Urheberrechts bleiben hiervon unberührt.

Die Commons Deed ist eine Zusammenfassung des Lizenzvertrags in allgemeinverständlicher Sprache.