

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Ströer setzt Wachstumskurs im ersten Quartal 2011 fort**

- **Konzernumsatz wächst im ersten Quartal 2011 um 17,0 Prozent auf 122,9 Millionen Euro**
- **Organisches Wachstum der Gruppe erreicht 9,7 Prozent**
- **Robuste Entwicklung von Ströer Deutschland mit einem hohen organischen Umsatzwachstum von 9,4 Prozent**
- **Operational EBITDA bleibt aufgrund von Anlaufkosten diverser neuer Projekte knapp unter Vorjahr**
- **Hohe Investitionen in weiteres Wachstum**

Köln, 19. Mai 2011 Die Ströer Out-of-Home Media AG, einer der führenden Anbieter von Außenwerbung in Europa mit Hauptsitz in Köln, hat im ersten Quartal 2011 ihr hohes Wachstumstempo fortgesetzt. Das organische Wachstum betrug 9,7 Prozent (Q1 2010: 5,3 Prozent). Der Gesamtumsatz der Ströer Gruppe wuchs um 17,0 Prozent auf 122,9 Millionen Euro (Q1 2010: 105,1 Millionen Euro) und wird getragen von Umsatzzuwächsen in allen Segmenten des Unternehmens. Das Operational EBITDA der Ströer Gruppe blieb derweil mit 16,2 Millionen Euro (Q1 2010: 16,7 Millionen Euro) aufgrund von Anlaufkosten diverser Projekte knapp unter Vorjahr.

**„Die Ströer Out-of-Home Media AG konnte im Anschluß an das Rekordjahr 2010 auch im ersten Quartal dieses Jahres dynamisch weiter wachsen“, sagte Udo Müller, Mitgründer und Vorstandsvorsitzender der Ströer Gruppe heute in Köln. „Damit gehören wir zu den am stärksten wachsenden Medienunternehmen in Europa. Vor allem das Deutschlandgeschäft erwies sich als dynamisch und hat mit unseren Produktin-**

**novationen überproportionale Buchungen bei den Top 200 Werbetreibenden erzielt.“**

## **Geschäftssegmente**

### *Ströer Deutschland*

Im saisonal geringer gewichteten ersten Quartal hat das Segment Deutschland seinen stetigen Wachstumskurs fortgesetzt. Das organische Wachstum lag mit 9,4 Prozent im oberen Bereich der Erwartungen. Der Umsatz konnte um 5,6 Prozent auf 91,9 Millionen Euro gesteigert werden (Q1 2010: 87,0 Millionen Euro) während das Operational EBITDA trotz diverser Anlaufkosten der beiden Projekte Out-of-Home Channel und Premium Großflächen sogar um 7,6 Prozent auf 18,7 Millionen Euro gesteigert werden konnte (Q1 2010: 17,4 Millionen Euro). Damit konnte ein weiterer Anstieg der Operational EBITDA Marge um 0,4 Prozentpunkte auf 20,4 Prozent erzielt werden. Dies resultiert neben dem Zuwachs von Buchungen der Top 200 Werbekunden auch aus einer verbesserten Pachtquote sowie einem höheren Kampagnenvolumen auf Premium-Werbeträgern mit einer hohen Rentabilität.

### *Ströer Türkei*

Auch im türkischen Markt hatte das Unternehmen einen guten Jahresstart und erreichte in diesem Segment ein organisches Wachstum von 8,9 Prozent, obwohl der Werbemarkt gegen Ende des 1. Quartals durch die geänderten staatlichen Regularien der TV-Vermarktung verunsichert war. Der Umsatz legte unter der Annahme einer schon im Vorjahresquartal bestehenden Vollkonsolidierung des Türkei-Geschäfts lediglich um 3,7 Prozent auf 18,7 Millionen Euro (Q1 2010: 18,1 Millionen Euro) zu, da gegenläufige Währungseffekte zu verzeichnen waren.

Das Operational EBITDA und die Operational EBITDA Marge sind besonders von Änderungen im Konzessionsvertrags-Portfolio beeinflusst, die zu Jahresanfang wirksam wurden, aber erst im Jahresverlauf – unter anderem durch den Aufbau zusätzlicher Werbeträger - zu entsprechenden Erlösen führen werden.

### *Segment Sonstige*

Das Segment Sonstige, in dem das polnische Außenwerbe­geschäft sowie das in der blowUP-Gruppe zusammengefasste Riesenpostergeschäft enthalten sind, erzielte ein organisches Wachstum von 14,0 Prozent. Der Umsatz stieg mit 36,3 Prozent signifikant auf 12,3 Millionen Euro (Q1 2010: 9,0 Millionen Euro). Das Operational EBITDA ging nur leicht um 0,1 Millionen Euro auf -0,8 Millionen Euro zurück, während sich die Operational EBITDA-Marge in den ersten drei Monaten um 1,4 Prozentpunkte verbesserte.

### **Produktgruppen**

Der Bereich Billboard stieg im gesamten Konzern gegenüber dem Vorjahres­quartal um 21,3 Prozent auf 62,9 Millionen Euro (Q1 2010: 51,9 Millionen Euro). Ausschlaggebend für dieses Wachstum war das Segment Türkei, in dem die Billboard-Umsätze im ersten Quartal bei 13,5 Millionen Euro lagen und sich damit vorwiegend durch die Vollkonsolidierung von Ströer Türkei mehr als verdoppelten (Q1 2010: 6,2 Millionen Euro).

Der Bereich Street Furniture wuchs mit einem Plus von 28,6 Prozent auf 33,7 Millionen Euro (Q1 2010: 26,2 Millionen Euro). Das Segment Deutschland steuerte zu diesem Wachstum 5,2 Millionen Euro bei (Q1 2011: 28,7 Millionen Euro) und verzeichnete allein betrachtet einen Anstieg von 22,2 Prozent (Q1 2010: 23,5 Millionen Euro).

Im Bereich Transportmedien lag der Umsatz im ersten Quartal bei 18,4 Millionen Euro (Q1 2010: 15,7 Millionen Euro). Das entspricht einem Wachstum von 17,6 Prozent, für das in erster Linie der deutsche Markt mit einem Anstieg der Umsätze auf digitalen Werbeflächen verantwortlich zeichnet. Insgesamt wurde bei Ströer Deutschland eine Steigerung von 17,4 Prozent oder 2,7 Millionen Euro auf 18,1 Millionen Euro (Q1 2010: 15,4 Millionen Euro) erreicht.

Am 1. April wurde die erste Aufbauphase des Out-of-Home Channels mit dem Aufbau von 500 Screens erfolgreich abgeschlossen und zentrale Bahnhöfe

wie Berlin, München, Stuttgart und Frankfurt am Main ausgestattet. Gleichzeitig begann damit die Regelvermarktung dieses weltweit einmaligen digitalen Netzwerks.

Am 1. Januar startete die Ströer Out-of-Home Media AG den Aufbau ihres Netzwerks an Premium Billboards. Bis Ende 2015 wird dieses Netz 5.000 hochwertige Werbeträger an Top-Standorten umfassen.

### **Ausblick**

Die Ströer Out-of-Home Media AG ist zuversichtlich, dass sich die Gruppe im Verlauf des gesamten Geschäftsjahres 2011 durch die günstige gesamtwirtschaftliche Situation, neue Projekte und ein strukturelles Wachstum positiv entwickeln wird. Auch in diesem Jahr erwartet das Unternehmen 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. Das Management erwartet, dass die Wachstumsdynamik in der Türkei im 2. Halbjahr 2011 höher als im 1. Halbjahr 2011 ausfallen wird, da 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 geht das Unternehmen für das 2. Quartal 2011 von einem organischen Umsatzwachstum der Gruppe von rund 4 Prozent aus.

Die nicht unerheblichen Investitionen in weiteres Wachstum lassen in diesem Jahr bestenfalls nur eine leichte Steigerung der EBITDA-Marge des Vorjahres erwarten.

## Konzern-Finanzkennzahlen im Überblick

In Mio. Euro	Q1 2011	Q1 2010	Veränderung
Umsatz	122,9	105,1	17,0%
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%
Operational EBITDA <sup>3</sup>	16,2	16,7	-3,1%
Operational EBITDA <sup>3</sup> -Marge	13,2%	15,9%	
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	
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%

<sup>1</sup> Organisches Wachstum: ohne Währungskurseffekte und Effekte aus (Ent-)Konsolidierung und Beendigung von Geschäftsbereichen

<sup>2</sup> Umsatz abzüglich Umsatzkosten

<sup>3</sup> Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen bereinigt um Sondereffekte und um Effekte aus dem zum Börsengang beendeten Phantom-Stock-Programm

<sup>4</sup> 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

<sup>5</sup> Operational EBIT abzüglich um Sondereffekte bereinigtes Finanzergebnis und normalisierter Steueraufwand

<sup>6</sup> Berechnet auf Basis des tatsächlichen Periodenergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien nach Börsengang

<sup>7</sup> 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 konsolidierten Unternehmen

<sup>8</sup> Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich Cash-Flow aus Investitionstätigkeit

<sup>9</sup> Finanzverbindlichkeiten abzüglich derivate Finanzinstrumente und liquide Mittel

<sup>10</sup> Nach Anzahl der Personen

## Finanzkennzahlen der Segmente

### Ströer Deutschland

in Mio. Euro	Q1 2011	Q1 2010	Veränderung	
			in Mio. Euro	in %
Umsatz	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%
Organisches Wachstum	9,4%	5,0%		85,8%
Operational EBITDA	18,7	17,4	1,3	7,6%
Operational EBITDA-Marge	20,4%	20,0%		+0,4%-Pkt

### Ströer Türkei

in Mio. Euro	Q1 2011	Q1 2010	Veränderung	
			in Mio. Euro	in %
Umsatz	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%
Organisches Wachstum	8,9%	23,3%		-61,9%
Operational EBITDA	0,9	1,6	-0,8	-46,7%
Operational EBITDA-Marge	4,6%	18,0%		-13,4%-Pkt

### Sonstige

in Mio. Euro	Q1 2011	Q1 2010	Veränderung	
			in Mio. Euro	in %
Umsatz	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	0,9	0,6	0,4	63,8%
Organisches Wachstum	14,0%	-8,4%		n.d
Operational EBITDA	-0,8	-0,7	-0,1	-12,7%
Operational EBITDA-Marge	-6,6%	-8,0%		+1,4%-Pkt

## **Über Ströer**

Die Ströer Out-of-Home Media AG mit ihren Tochtergesellschaften ist der Spezialist für alle Werbeformen, die außer Haus zum Einsatz kommen – von den klassischen Plakatmedien über die Werbung auf Wartehallen und Transportmitteln bis zu den modernen digitalen Angeboten in der Außenwerbung. Die Unternehmensgruppe vermarktet über 280.000 Werbeflächen, ist mit einem Konzernumsatz von 531,3 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2010 Marktführer in Deutschland, der Türkei und Polen und einer der führenden Außenwerber Europas. Das Unternehmen bietet seinen Kunden umfassende Netzwerke für landesweite Werbekampagnen - seit Dezember 2010 baut Ströer das weltweit größte Bewegtbildnetz mit nationaler Reichweite in der Außenwerbung auf. Bis Ende 2011 sollen 1.000 hochwertige Screens an den 200 frequenzstärksten Bahnhöfen miteinander verbunden und zentral von München aus gesteuert und geschaltet. Darüber hinaus verfügt Ströer über ein breit gefächertes Angebot von Außenwerbeprodukten, die in Qualität, Innovation und Design bei Werbeträgern und Stadtmöbeln neue Maßstäbe setzen. Ströer-Stadtmöbel wurden 27 Mal mit internationalen Preisen ausgezeichnet. Die Ströer-Gruppe beschäftigt zirka 1.700 Mitarbeiter an mehr als 60 Standorten.

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter [www.stroeer.com](http://www.stroeer.com)

### **Pressekontakt:**

Frau Claudia Fasse  
Ströer Out-of-Home Media AG  
Direktorin Konzern-Kommunikation  
Ströer Allee 1  
D-50999 Köln  
Telefon: 02236 / 96 45-246  
Fax: 02236 / 96 45-6246  
E-Mail: [cfasse@stroeer.de](mailto:cfasse@stroeer.de)

### **IR Kontakt:**

Herr Stefan Hütwohl  
Ströer Out-of-Home Media AG  
Director Group Finance and Investor  
Relations  
Ströer Allee 1  
D-50999 Köln  
Telefon: 02236 / 96 45-338  
Fax: 02236 / 96 45-6338  
E-Mail: [ir@stroeer.de](mailto:ir@stroeer.de)