

PRESSEMITTEILUNG

Ströer Media AG: Starkes Digital-Wachstum treibt die Konzernumsätze im ersten Halbjahr

- **Konzernumsatz steigt um 18,5 Prozent auf 334,7 Millionen Euro**
- **Digital-Umsätze (Online) auf 51,7 Millionen Euro verfünffacht**
- **Operational EBITDA wächst um 21,9 Prozent auf 57,8 Millionen Euro**
- **Bereinigtes Ergebnis steigt erheblich um rund 76 Prozent auf 17,3 Millionen Euro**

Köln, 20. August 2014 Die Ströer Media AG konnte an die positive Geschäftsentwicklung des ersten Quartals anknüpfen und diese mit deutlichem Wachstum auch im zweiten Quartal fortsetzen. Der Konzernumsatz stieg im ersten Halbjahr 2014 um 18,5 Prozent auf 334,7 Millionen Euro. Organisch entwickelte sich der Umsatz ebenfalls positiv und wuchs in Q2 um 11,1 Prozent. Getragen wurde diese positive Entwicklung vor allem durch eine Verfünffachung der Digital-Umsätze bei einem starken organischen Wachstum von über 50 Prozent bei noch kleiner Ausgangsbasis. Durch eine Reihe von operativen Maßnahmen hat auch das Plakatgeschäft mit einem erfreulichen Umsatzanstieg zum Konzernwachstum beigetragen.

Durch die Kombination aus einem voll integrierten Onlinevermarkter und einem starken, etablierten Out-of-Home-Vermarkter kann Ströer die Relevanz bei Kunden und Agenturen steigern und Synergien für die gesamte Gruppe heben.

Das Operational EBITDA verzeichnete im ersten Halbjahr eine signifikante Steigerung um 21,9 Prozent auf 57,8 Millionen Euro. Auch die Operational EBITDA-Marge verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr auf 16,9 Prozent (VJ: 16,4 Prozent). Besonders hervorzuheben ist die sehr deutliche Steigerung des bereinigten Periodenüberschusses um rund 76 Prozent auf 17,3 Millionen Euro.

Die gute Entwicklung im Geschäft hat sich auch positiv auf die Finanzlage ausgewirkt. So konnte trotz getätigter Akquisitionen und Dividendenzahlungen der Verschuldungsgrad deutlich gesenkt werden. Der dynamische Verschuldungsgrad liegt nun bei rund 2,5.

„Wir sind sehr zufrieden mit dem ersten Halbjahr. Wir konnten das Momentum vom Jahresanfang aufrechterhalten und sämtliche Finanzkennzahlen erheblich verbessern. Vor allem konnten wir den bereinigten Periodenüberschuss deutlich steigern. Gleichzeitig sind wir sehr gut in das zweite Halbjahr gestartet und freuen uns, dass die Integration unserer verschiedenen Digital-Akquisitionen erfolgreich voranschreitet“, sagte Udo Müller, Vorstandsvorsitzender von Ströer.

Geschäftssegmente

Ströer Deutschland

Der Umsatz im Segment Ströer Deutschland erhöhte sich im ersten Halbjahr 2014 gegenüber dem Vergleichszeitraum 2013 um 6,8 Prozent auf 218,6 Millionen Euro. Das Operational EBITDA im Segment stieg um 6,4 Prozent ebenfalls deutlich auf 45,7 Millionen Euro. Gleichzeitig blieb die Operational EBITDA-Marge mit 20,9 Prozent stabil auf Vorjahresniveau (VJ: 21,0 Prozent). Nach einem sehr guten Start ins zweite Halbjahr gehen wir von einer unverändert positiven Geschäftsentwicklung aus.

Ströer Türkei

Das um Währungseffekte bereinigte organische Wachstum im Segment Ströer Türkei beläuft sich auf 5,4 Prozent. Aufgrund von Währungseffekten gab der Umsatz im ersten Halbjahr um 14,8 Prozent nach und beläuft sich auf 41,9 Millionen Euro. Wir gehen in der zweiten Hälfte des Jahres in der Tendenz von einer Verlangsamung des Wachstums bei unverändert positiven Wachstumsraten aus. Die Operational EBITDA Marge wurde auf 16,1 Prozent (VJ: 13,6 Prozent) gesteigert und das Operational EBITDA liegt auf Vorjahresniveau bei 6,7 Millionen Euro.

Ströer Digital (Online)

Die Umsätze im neuen Segment Ströer Digital (Online) haben sich im ersten Halbjahr 2014 auf 51,7 Millionen Euro verfünffacht. Das Operational EBITDA lag im Berichtszeitraum wie erwartet bei 3,5 Millionen Euro. Das neue Digital-Segment enthält neben Umsatz- und Ergebnisbeiträgen, der im Jahr 2013 erworbenen Unternehmen, auch die Beiträge, der im ersten Halbjahr 2014 mehrheitlich erworbenen GAN Gruppe und der Tube Network GmbH. Insgesamt entwickelte sich das Segment weiterhin den Erwartungen entsprechend planmäßig.

Segment Sonstige

Im Segment Sonstige sind die polnischen Außenwerbeaktivitäten sowie das in der blowUP-Gruppe gebündelte westeuropäische Riesenpostergeschäft zusammengefasst. Durch einen außergewöhnlich guten Auftragseingang steigerte die blowUP Gruppe ihre Umsatzbeiträge sehr deutlich um mehr als 40 Prozent. Polen blieb in punkto Umsatz im ersten Halbjahr nahezu auf Vorjahresniveau. Insgesamt ist das Operational EBITDA im ersten Halbjahr 2014 im Segment Sonstige um mehr als 100 Prozent auf 4,3 Millionen Euro gestiegen. Die Operational EBITDA-Marge stieg ebenfalls erheblich auf 14,7 Prozent. Der Segmentumsatz stieg insgesamt um 14,2 Prozent auf 29,4 Millionen Euro.

Ausblick

Für das dritte Quartal 2014 rechnet Ströer mit einem Umsatzwachstum von 10 bis 15 Prozent für die gesamte Gruppe. Das organische Wachstum wird voraussichtlich um die zehn Prozent liegen.

Für das gesamte Jahr 2014 geht das Unternehmen von einem organischen Wachstum im höheren einstelligen Prozentbereich aus und einem Operational EBITDA von mindestens 135 Millionen Euro.

Konzern-Finanzkennzahlen im Überblick

In Mio. Euro	6M 2014	6M 2013	Veränderung
Umsatz ¹	334,7	282,4	18,5%
pro Segment			
Ströer Deutschland ²	218,6	204,8	6,8%
Ströer Türkei	41,9	49,2	-14,8%
Ströer Digital (Online)	51,7	9,5	>100%
Sonstige (Polen und blowUP)	29,4	25,7	14,2%
pro Produktgruppe			
Billboard ²	155,1	142,9	8,5%
Street Furniture ²	69,0	72,2	-4,4%
Transport ²	46,5	46,2	0,6%
Digital (Online) ²	51,5	9,5	>100%
Sonstige ²	18,9	18,2	3,4%
Organisches Wachstum (in Prozent) ³	8,4	5,0	
Bruttoergebnis vom Umsatz ⁴	97,4	81,1	20,1%
Operational EBITDA ⁵	57,8	47,4	21,9%
Operational EBITDA-Marge (in Prozent) ⁵	16,9	16,4	
Bereinigtes EBIT ⁶	34,5	25,3	36,5%
Bereinigte EBIT-Marge (in Prozent) ⁶	10,1	8,7	
Bereinigter Periodenüberschuss/-fehlbetrag ⁷	17,3	9,8	76,0%
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (EUR) ⁸	0,33	0,21	59,4%
Periodenüberschuss/-fehlbetrag ⁹	3,4	-1,7	n.d.
Ergebnis je Aktie (EUR) ¹⁰	0,05	-0,06	n.d.
Investitionen ¹¹	17,4	16,2	7,3%
Free Cash-Flow ¹²	6,7	0,1	>100%
	30.06.2014	31.12.2013	Veränderung
Bilanzsumme ¹	946,7	951,6	-0,5%
Eigenkapital ¹	299,7	296,0	1,2%
Eigenkapitalquote (in Prozent)	31,7	31,1	
Nettoverschuldung ¹³	325,3	326,1	-0,2%
Mitarbeiter (Anzahl) ¹⁴	2.315	2.223	4,1%

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

² Joint Ventures sind quotal berücksichtigt (Management Ansatz)

³ Ohne Währungskurseffekte und Effekte aus (Ent-)Konsolidierung und Beendigung von Geschäftsbereichen (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)

⁴ Umsatz abzüglich Umsatzkosten (Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform)

⁵ Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen bereinigt um Sondereffekte (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)

⁶ Ergebnis vor Zinsen und Steuern bereinigt um Sondereffekte, Abschreibungen auf erworbene Werberechtskonzessionen und Wertminderungsaufwendungen auf immaterielle Vermögenswerte (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)

⁷ Bereinigtes EBIT vor Minderheiten abzüglich um Sondereffekte bereinigtes Finanzergebnis und normalisierter Steueraufwand (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)

⁸ 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

⁹ Periodenüberschuss/-fehlbetrag vor Minderheiten (Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform)

¹⁰ 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

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

¹² Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich Cash-Flow aus Investitionstätigkeit (Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform)

¹³ Finanzverbindlichkeiten abzüglich derivative Finanzinstrumente und liquide Mittel (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)

¹⁴ Nach Anzahl der Personen in Voll- und Teilzeitbeschäftigungsverhältnissen (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)

Über Ströer

Die Ströer Media AG ist einer der führenden Anbieter für Außen- und Online-Werbung und bietet den werbungstreibenden 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 über 280.000 Außenwerbeflächen und mehrere tausend Webseiten. Mit einem Konzernumsatz von 634 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2013 zählt die Ströer Media AG gemessen an den Umsätzen zu den größten Anbietern von Außenwerbung in Europa.

Die Ströer-Gruppe beschäftigt rund 2.300 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten.

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter www.stroeer.com.

Pressekontakt

Marc Sausen
Ströer Media AG
Leiter Unternehmenskommunikation
Ströer Allee 1 · D-50999 Köln
Telefon: 02236 / 96 45-246
Fax: 02236 / 96 45-6246
E-Mail: info@stroeer.de

Investor Relations

Dafne Sanac
Ströer Media AG
Manager Investor Relations
Ströer Allee 1 · D-50999 Köln
Telefon: 02236 / 96 45-356
Fax: 02236 / 96 45-6356
E-Mail: ir@stroeer.de