

PRESSEMITTEILUNG

Ströer weiterhin auf Wachstumskurs

- **Ströer knüpft an erfolgreiches erstes Halbjahr an**
- **Konzernumsatz steigt um 10,5 Prozent auf 439,3 Millionen Euro**
- **4,8 Prozent Organisches Wachstum**
- **Operational EBITDA legt um 15,8 Prozent auf 67,7 Millionen Euro zu**
- **Bereinigtes Periodenergebnis erneut deutlich verbessert**

Köln, 19. November 2013 Die Ströer Media AG konnte die positive Entwicklung des ersten Halbjahres 2013 auch im dritten Quartal fortsetzen. Insgesamt stieg der Umsatz in den ersten neun Monaten 2013 im Vergleich zum Vorjahr um 10,5 Prozent auf 439,3 Millionen Euro. Verantwortlich dafür war erneut das anziehende Türkeigeschäft sowie das nachhaltige Umsatzwachstum digitaler Out-of-Home Produkte auf dem deutschen Markt. Darüber hinaus erzielte der Ströer Konzern mit seinen vollzogenen Unternehmenserwerben zum Aufbau der Online-Werbevermarktung zusätzliche Umsätze in einem Volumen von 27,8 Millionen Euro. Das Bruttoergebnis vom Umsatz legte mit 127,5 Millionen Euro um 15,0 Prozent zu.

Auch das Operational EBITDA verbesserte sich erneut und verzeichnete mit 67,7 Millionen Euro einen signifikanten Anstieg gegenüber dem Vorjahreswert von 58,5 Millionen Euro. Entsprechend erhöhte sich die Operational EBITDA-Marge von 14,7 Prozent auf 15,4 Prozent. Das Periodenergebnis für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres belief sich insgesamt auf -7,1 Millionen Euro und lag damit um 10,3 Millionen Euro über dem Vorjahreswert (-17,4 Millionen Euro). Es reflektiert sowohl den positiven Trend im operativen

Geschäft des Ströer Konzerns als auch die Verbesserungen als Folge der im Vorjahr optimierten Finanzstruktur, die zusätzlich durch die günstige Zinsentwicklung an den Kapitalmärkten getragen wurde.

Das bereinigte Periodenergebnis lag dementsprechend mit 13,1 Millionen erneut signifikant über dem Vorjahreswert von 2,8 Millionen Euro.

In den ersten neun Monaten 2013 hat Ströer in der klassischen Außenwerbung dosiert in spezifische Wachstumsprojekte im In- und Ausland investiert. Daraus resultierte ein um 11,4 Prozent reduziertes Investitionsvolumen von 26,6 Millionen Euro (VJ: 30,1 Millionen Euro).

„Mit den derzeitigen Entwicklungen sind wir äußerst zufrieden, denn sie zeigen, dass sich unsere Investitionen bezahlt machen und wir die richtige Strategie verfolgen“, erklärte Udo Müller, Vorstandsvorsitzender von Ströer. „Die Ausweitung unseres Werbeträgerportfolios in der Türkei trägt nun endlich die erwarteten Früchte. Des Weiteren konnten wir mit den getätigten Akquisitionen unsere Digitalstrategie weiter vorantreiben und uns bereits als einer der wichtigsten Player in der Onlinewerbevermarktung in Deutschland etablieren.“

Geschäftssegmente

Ströer Deutschland

Der Umsatz im Segment Ströer Deutschland erhöhte sich in den ersten neun Monaten 2013 gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum um 8,5 Millionen Euro auf 302,0 Millionen Euro. Dabei konnte das Geschäft mit regionalen Kunden den Aufwärtstrend aus den vorangegangenen Quartalen kontinuierlich fortsetzen. In Summe verbesserte sich das Operational EBITDA in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum leicht um 1,8 Millionen Euro auf 62,8 Millionen Euro, während sich die Operational EBITDA-Marge mit 20,8 Prozent auf dem Vorjahresniveau bewegte.

Insbesondere die Produktgruppen „Sonstige“ und „Transport“ konnten ihre Umsätze in den ersten neun Monaten deutlich erhöhen. Letztere vor allem

aufgrund des dynamischen Umsatzwachstums mit digitalen Werbeträgern. Der Anteil der digitalen Formate am Segmentumsatz lag zum Ende der ersten 9 Monate insgesamt bei 9,3 Prozent.

Ströer Türkei

Das Segment Ströer Türkei konnte seinen Umsatz auch im dritten Quartal 2013 steigern. In den ersten neun Monaten erhöhte sich der Segmentumsatz insgesamt um 7,6 Millionen Euro auf 70,5 Millionen Euro. Die anhaltende positive Entwicklung ist vor allem auf die Ausweitung der Werbeträgerkapazitäten in Istanbul und auf die Einführung neuer Produkte bei gleichzeitig erhöhter Kundennachfrage zurückzuführen. Den gestiegenen Umsätzen standen erhöhte Umsatzkosten gegenüber, die jedoch mehr als kompensiert werden konnten. Deshalb verbesserte sich sowohl das Operational EBITDA von 1,4 Millionen Euro auf 7,8 Millionen Euro, als auch die Operational EBITDA-Marge von 2,3 Prozent auf 11,1 Prozent merklich gegenüber dem Vorjahr.

Segment Online

Der Ströer Konzern ist seit dem zweiten Quartal 2013 stufenweise in das Geschäft der Online-Werbevermarktung eingestiegen. Da dieses Geschäft eine wesentliche Säule in der Unternehmensstrategie darstellt, hat Ströer es in einem eigenständigen Segment abgebildet. Das neue Segment Online erzielte einen Umsatzbeitrag in Höhe von 27,8 Millionen Euro und performte damit im Rahmen der Erwartungen. Neben den Umsätzen aus der bereits im April übernommenen adscale GmbH (91 Prozent) und der im Juni vollständig übernommenen Ströer Digital Media GmbH, kamen im dritten Quartal erstmals anteilige Umsatzbeiträge aus der Übernahme des Location-based advertising Segments der Servtag GmbH (Ströer Mobile Media) sowie der Ballroom-Gruppe hinzu.

Der Integrationsprozess der neu erworbenen Gesellschaften in den Ströer Konzern verläuft weiterhin planmäßig.

Segment Sonstige

Im dem Segment Sonstige sind die polnischen Außenwerbeaktivitäten sowie das in der blowUP-Gruppe gebündelte westeuropäische Riesenpostergeschäft zusammengefasst.

Während fortdauernder Preisdruck sowie eine weiterhin niedrige Auslastungsquote die Umsätze in Polen belastete, führte die erfreuliche Geschäftsentwicklung in Großbritannien und in Deutschland bei blowUP zu einem merklichen Umsatzanstieg. Im Saldo verringerte sich zwar der Segmentumsatz um 4,3 Prozent auf 39,5 Millionen Euro, insgesamt konnte aber auch aufgrund der deutlichen Ergebnisse aus dem Kostensenkungsprogramm in Polen sowohl eine deutliche Verbesserung des Operational EBITDA (2,8 Millionen Euro, +84,2 Prozent) als auch eine leicht gestiegene Operational EBITDA-Marge (7,0 Prozent, +3,4 Prozentpunkte) erreicht werden.

Ausblick

Für das vierte Quartal rechnen wir aufgrund des relativ starken Vergleichs quartals im Out-of-Home Geschäft mit Umsätzen in etwa auf Vorjahresniveau und steigenden Umsatzbeiträgen aus dem neuen Online Segment.

Konzern-Finanzkennzahlen im Überblick

In Mio. Euro	9M 2013	9M 2012	Veränderung
Umsatz	439,3	397,4	10,5%
Ströer Deutschland	302,0	293,4	2,9%
Ströer Türkei	70,5	62,9	12,1%
Online	27,8	0,0	n.d.
Sonstige	39,5	41,2	-4,3%
Billboard	213,0	207,6	2,6%
Street Furniture	102,8	102,7	0,2%
Transport	67,6	61,8	9,4%
Online	27,8	0,0	n.d.
Sonstige	28,0	25,3	11,1%
Organisches Wachstum ¹	4,8	-5,1	
Bruttoergebnis vom Umsatz ²	127,5	110,9	15,0%
Operational EBITDA ³	67,7	58,5	15,8%
Operational EBITDA ³ -Marge	15,4	14,7	
Bereinigtes EBIT ⁴	35,2	29,3	20,2%
Bereinigte EBIT ⁴ -Marge	8,0	7,4	
Bereinigter Periodenüberschuss/-fehlbetrag ⁵	13,1	2,8	> 100%
Bereinigtes Ergebnis je Aktie ⁶ (EUR)	0,29	0,09	> 100%
Periodenüberschuss/-fehlbetrag ⁷	-7,1	-17,4	59,4%
Ergebnis je Aktie ⁸ (EUR)	-0,16	-0,39	59,4%
Investitionen ⁹	26,6	30,1	-11,4%
Free Cash-Flow ¹⁰	-20,0	-7,5	<-100%
	30.09.2013	31.12.2012	Veränderung
Bilanzsumme	961,4	863,7	11,3%
Eigenkapital	293,3	279,6	4,9%
Eigenkapitalquote	30,5	32,4	
Nettoverschuldung ¹¹	339,8	302,1	12,5%
Mitarbeiter ¹²	2.206	1.750	26,1%

¹ Ohne Währungskurseffekte und Effekte aus (Ent-)Konsolidierung und Beendigung von Geschäftsbereichen

² Umsatz abzüglich Umsatzkosten

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

⁴ 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

⁵ Bereinigtes EBIT vor Minderheiten abzüglich um Sondereffekte bereinigtes Finanzergebnis und normalisierter Steueraufwand

⁶ 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

⁷ Periodenüberschuss/-fehlbetrag vor Minderheiten

⁸ 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

⁹ Beinhaltet Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen

¹⁰ Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich Cash-Flow aus Investitionstätigkeit

¹¹ Finanzverbindlichkeiten abzüglich derivate Finanzinstrumente und liquide Mittel

¹² Nach Anzahl der Personen (Voll- und Teilzeitbeschäftigungsverhältnisse)

Finanzkennzahlen der Segmente

Ströer Deutschland

in Mio. Euro			Veränderung	Veränderung
	9M 2013	9M 2012	in Mio. Euro	in %
Umsatz	302,0	293,4	8,5	2,9%
Billboard	123,5	122,7	0,8	0,7%
Street Furniture	85,0	86,0	-1,0	-1,2%
Transport	67,1	61,2	6,0	9,8%
Sonstige	26,4	23,7	2,8	11,6%
Organisches Wachstum	2,9%	-5,2%		8,1%-Pkt.
Operational EBITDA	62,8	61,0	1,8	3,0%
Operational EBITDA-Marge	20,8	20,8%		0,0%-Pkt.

Ströer Türkei

in Mio. Euro			Veränderung	Veränderung
	9M 2013	9M 2012	in Mio. Euro	in %
Umsatz	70,5	62,9	7,6	12,1%
Billboard	52,9	46,3	6,6	14,3%
Street Furniture	17,5	16,3	1,1	6,8%
Transport	0,1	0,1	0,0	-6,9%
Sonstige	0,0	0,2	-0,1	-87,5%
Organisches Wachstum	19,5%	-3,2%		22,7%-Pkt.
Operational EBITDA	7,8	1,4	6,4	>100%
Operational EBITDA-Marge	11,1%	2,3%		8,8%-Pkt.

Sonstige

in Mio. Euro			Veränderung	Veränderung
	9M 2013	9M 2012	in Mio. Euro	in %
Umsatz	39,5	41,2	-1,8	-4,3%
Billboard	36,6	38,7	-2,1	-5,3%
Street Furniture	0,4	0,4	0,1	14,7%
Transport	0,4	0,5	-0,2	-27,8%
Sonstige	2,1	1,7	0,4	24,3%
Organisches Wachstum	-3,2%	-7,4%		+4,2%-Pkt.
Operational EBITDA	2,8	1,5	1,3	84,2%
Operational EBITDA-Marge	7,0%	3,7%		3,4%-Pkt.

Anmerkung: Alle Zahlen sind kaufmännisch gerundet.

Über Ströer

Die Ströer Media AG ist einer der führenden 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 über 280.000 Außenwerbeflächen und mehrere tausend Webseiten. Mit einem Konzernumsatz von 560 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2012 zählt die Ströer Media AG gemessen an den Umsätzen zu den größten Anbietern von Außenwerbung in Europa.

Die Ströer-Gruppe beschäftigt rund 2.200 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten.

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

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

IR Kontakt

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: dsanac@stroeer.de