

PRESSEMITTEILUNG

Ströer Media AG startet erfolgreich in das Geschäftsjahr 2014

- **Konzernumsatz steigt um 19,1 Prozent auf 145,7 Millionen Euro**
- **Organisches Wachstum beträgt 4,5 Prozent**
- **Operational EBITDA legt um 22,0 Prozent auf 16,5 Millionen Euro zu**
- **Digital-Umsätze (Online) erfüllen mit 22,6 Millionen Euro die Erwartungen**

Köln, 14. Mai 2014 Im ersten Quartal 2014 konnte die Ströer Media AG eine positive Geschäftsentwicklung vorweisen. Der Konzernumsatz stieg in diesem Zeitraum um 19,1 Prozent auf 145,7 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr. Organisch entwickelte sich der Umsatz ebenfalls positiv und stieg um 4,5 Prozent. Getragen wurde diese positive Entwicklung vor allem durch signifikante Umsätze aus der neuen Digital-Sparte (Online), sowie einem zweistelligen organischen Wachstum in der Türkei. Mit strategischen Zukäufen wie TubeOneNetworks und Vermarktungsk Kooperationen wie mit dem digitalen Sportvermarkter mediasports wurden darüber hinaus vielversprechende Fundamente für eine weiterhin positive Geschäftsentwicklung gelegt.

Das Operational EBITDA verzeichnete eine signifikante Steigerung um 22 Prozent auf 16,5 Millionen Euro. Auch die Operational EBITDA-Marge erhöhte sich von 10,8 Prozent auf 11,1 Prozent.

Der bereinigte Periodenüberschuss belief sich auf 0,1 Millionen Euro und verbesserte sich damit deutlich im Vergleich zu den negativen Werten der vergangenen vier Jahre.

Die Nettoverschuldung im Berichtszeitraum hat sich unwesentlich um 2,4 Millionen Euro auf 328,5 Millionen Euro erhöht. Damit ergibt sich unter Einbeziehung des Operational EBITDA ein dynamischer Verschuldungsgrad (Quotient aus Nettoverschuldung und Operational EBITDA) von 2,72 (VJ: 2,76). Im laufenden Geschäftsjahr schloss die Ströer Media AG erfolgreich eine vorzeitige Refinanzierung der Kreditfazilitäten zu deutlich verbesserten Konditionen ab und senkt damit Fremdkapitalkosten ab 2015 im Vergleich zu 2010 um mehr als 75 Prozent. Die bislang bestehende syndizierte Kreditvereinbarung wurde von der neu abgeschlossenen Kreditfazilität abgelöst.

Der Aufsichtsrat und der Vorstand haben beschlossen, den Aktionären auf der am 18. Juni 2014 stattfindenden ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft erstmalig die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 0,10 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie vorzuschlagen. Aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung wird die damit zunächst geplante Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2014 um ein Jahr vorgezogen. Der Vorstand strebt für die kommenden Jahre eine nachhaltige Dividendenpolitik an.

„Wir sind hochzufrieden mit dem sehr guten Start in das Jahr 2014. Alle Divisionen haben zur positiven Geschäftsentwicklung beigetragen. Vor allem freuen wir uns über die positive Umsatzentwicklung unserer digitalen Aktivitäten, die auch in den kommenden Quartalen maßgeblich unser Wachstum unterstützen werden“, sagte Udo Müller, Vorstandsvorsitzender von Ströer.

Geschäftssegmente

Ströer Deutschland

Der Umsatz im Segment Ströer Deutschland erhöhte sich im ersten Quartal 2014 gegenüber Q1 2013 um 2,0 Millionen Euro auf 97,4 Millionen Euro. Das Operational EBITDA im Segment blieb mit 17,3 Millionen Euro auf dem Niveau des Vorjahres. Gleichzeitig gab die Operational EBITDA-Marge mit 17,8 Prozent leicht nach (VJ: 18,2 Prozent).

Ströer Türkei

Das Segment Ströer Türkei erzielte im ersten Quartal 2014 ein organisches Umsatzwachstum von 10,1 Prozent. Bedingt durch negative Währungseffekte verringerte sich der Segmentumsatz in Euro um 14,4 Prozent auf 17,4 Millionen Euro. Im Gegensatz zu den Vorjahren konnte in der Türkei ein positives Operational EBITDA von 0,7 Millionen Euro erwirtschaftet werden (VJ: -0,3 Millionen Euro). Auch die Operational EBITDA-Marge konnte von -1,7 Prozent auf 4,1 Prozent deutlich gesteigert werden.

Ströer Digital (Online)

Die Umsätze im neuen Segment Ströer Digital (Online) summierten sich im ersten Quartal 2014 auf 22,6 Millionen Euro. Das Operational EBITDA lag im Berichtszeitraum saisonal bedingt wie erwartet bei 0,6 Millionen Euro. Gleichzeitig entwickelte sich der Integrationsprozess der neu erworbenen Gesellschaften in den Ströer Konzern weiterhin planmäßig. Das digitale Geschäft stellt zukünftig eine wesentliche Säule der Unternehmensstrategie von Ströer dar. Das neue Segment Digital (Online) enthält die Umsatz- und Ergebnisbeiträge der im April 2013 übernommenen adscale GmbH, der im Juni 2013 vollständig übernommenen Ströer Digital Group und des durch die Ströer Mobile Media GmbH übernommenen Location-based-advertising Segments der Servtag GmbH, der Ballroom-Gruppe sowie der MBR Targeting GmbH.

Segment Sonstige

Im Segment Sonstige sind die polnischen Außenwerbeaktivitäten sowie das in der blowUP-Gruppe gebündelte westeuropäische Riesenpostergeschäft zusammengefasst. Polen verbesserte seinen Beitrag deutlich und lieferte bei

annähernd gleichen Umsätzen ein ausgeglichenes Ergebnis ab. Das internationale Riesenpostergeschäft präsentierte sich mit einem sehr deutlichen Umsatzplus von 57 Prozent. Damit stieg der Segmentumsatz insgesamt um 17,7 Prozent auf 11,6 Millionen Euro. Auch das Operational EBITDA erreichte mit 0,1 Millionen Euro zum ersten Mal positive Werte (VJ: -1,5 Millionen Euro). Die Operational EBITDA-Marge stieg auf 0,8 Prozent.

Ausblick

Ströer rechnet im zweiten Quartal mit einem Umsatzwachstum von 10 bis 15 Prozent für die gesamte Gruppe. Das organische Wachstum wird nach Einschätzung des Unternehmens im mittleren bis höheren einstelligen Prozentbereich liegen.

Konzern-Finanzkennzahlen im Überblick

In Mio. Euro	3M 2014	3M 2013	Veränderung
Umsatz ¹	145,7	122,4	19,1%
pro Segment			
Ströer Deutschland ²	97,4	95,4	2,1%
Ströer Türkei	17,4	20,3	-14,4%
Ströer Digital (Online)	22,6	0,0	n.d.
Sonstige (Polen und blowUP)	11,6	9,8	17,7%
pro Produktgruppe			
Billboard ²	63,5	61,6	3,1%
Street Furniture ²	33,4	34,9	-4,2%
Transport ²	21,2	21,0	1,0%
Digital (Online)	22,4	0,0	n.d.
Sonstige ²	8,1	8,0	1,3%
Organisches Wachstum (in Prozent) ³	4,5	5,9	
Bruttoergebnis vom Umsatz ⁴	38,4	29,6	29,8%
Operational EBITDA ⁵	16,5	13,5	22,0%
Operational EBITDA-Marge (in Prozent) ⁵	11,1	10,8	
Bereinigtes EBIT ⁶	5,0	2,5	99,1%
Bereinigte EBIT-Marge (in Prozent) ⁶	3,4	2,0	
Bereinigter Periodenüberschuss/-fehlbetrag ⁷	0,1	-2,0	n.d.
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (EUR) ⁸	0,00	-0,04	n.d.
Periodenüberschuss/-fehlbetrag ⁹	-6,4	-6,3	-2,7%
Ergebnis je Aktie (EUR) ¹⁰	-0,13	-0,14	2,5%
Investitionen ¹¹	7,1	6,1	17,6%
Free Cash-Flow ¹²	-4,1	8,7	n.d.
	31.03.2014	31.12.2013	Veränderung
Bilanzsumme ¹	943,0	951,6	-0,9%
Eigenkapital ¹	292,2	296,0	-1,3%
Eigenkapitalquote (in Prozent)	31,0	31,1	
Nettoverschuldung ¹³	328,5	326,1	0,7%
Mitarbeiter (Anzahl) ¹⁴	2.273	2.223	2,2%

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)

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 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 2.200 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

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