

## PRESSEMITTEILUNG

### **Ströer Media SE steigert Geschäftsergebnis deutlich und erhöht auf Basis eines starken Q3 die Guidance für 2014**

- **Konzernumsatz wächst um 18 Prozent auf 174,6 Millionen Euro im dritten Quartal**
- **Starkes organisches Wachstum in Q3 beläuft sich auf 15,7 Prozent**
- **Digital-Umsätze (Online) steigen um 51,3 Prozent auf 27,7 Millionen Euro**
- **Operational EBITDA wächst stark um 47,9 Prozent auf 30,1 Millionen Euro**
- **Bereinigtes Ergebnis hat sich in den ersten neun Monaten 2014 mit 27,2 Millionen Euro mehr als verdoppelt**
- **Verbesserung des Free Cash Flow um 53 Millionen im Vergleich zum Vorjahr**

Köln, 12. November 2014

Die Ströer Media SE konnte nahtlos an die sehr gute Geschäftsentwicklung des ersten Halbjahres anknüpfen. Der Konzernumsatz stieg im dritten Quartal 2014 um 18 Prozent auf 174,6 Millionen Euro. Organisch entwickelte sich der Umsatz ebenfalls deutlich positiv und wuchs in Q3 um 15,7 Prozent. Das hohe Digital-Wachstum und das starke Plakatgeschäft bildeten die Basis dieser erfolgreichen Entwicklung.

Als starker medienübergreifender Vermarkter steigert Ströer die Relevanz bei Kunden und Agenturen und festigt die eigene Position. Für Ströer war das dritte Quartal geprägt von innovativen Themen wie 360-Grad-Multiscreen-Kampagnen, dem zur Dmexco neu eingeführten Multiscreen-Adserver für das Public Video Netz und dem iBeacon-Feldversuch „Open-Playground“ im Düsseldorfer Hauptbahnhof.

Das Operational EBITDA verzeichnete im dritten Quartal eine signifikante Steigerung um 47,9 Prozent auf 30,1 Millionen Euro. Auch die Operational EBITDA-Marge verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr auf 17,0 Prozent (VJ: 13,5 Prozent). Besonders hervorzuheben ist die sehr deutliche Steigerung des bereinigten Periodenüberschusses um 108 Prozent auf 27,2 Millionen Euro in den ersten neun Monaten des Jahres.

Die gute Entwicklung im Geschäft hat sich auch positiv auf die Finanzlage ausgewirkt. So konnte der Free Cash Flow um 53 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr erheblich verbessert werden und der Verschuldungsgrad deutlich auf 2,2 gesenkt werden.

**„Wir sind sehr zufrieden mit dem dritten Quartal. Nach wie vor setzen wir die sehr positive Geschäftsentwicklung seit Jahresbeginn fort und konnten sämtliche Finanzkennzahlen erheblich verbessern. Besonders hervorzuheben ist unsere deutlich gesteigerte Profitabilität: der Periodenüberschuss stieg sehr deutlich im Vergleich zum Vorjahr. Nach einem starken dritten Quartal sehen wir eine weiterhin positive Geschäftsentwicklung für den Rest des Jahres und haben vor dem Hintergrund die Guidance für das Geschäftsjahr 2014 erhöht. Wir stellen erneut fest, dass wir mit unserer Strategie auf dem richtigen Kurs sind“, sagte Udo Müller, Vorstandsvorsitzender von Ströer.**

## Geschäftssegmente

### *Ströer Deutschland*

Das OoH-Geschäft zeigte ein starkes drittes Quartal 2014. Der Umsatz im Segment Ströer Deutschland erhöhte sich im dritten Quartal 2014 gegenüber dem Vergleichszeitraum 2013 um 18,7 Prozent auf 115,3 Millionen Euro. Das Operational EBITDA im Segment stieg um 6,4 Millionen Euro (plus 32,2 Prozent) ebenfalls deutlich auf 26,3 Millionen Euro. Auch die Operational EBITDA-Marge mit 22,8 Prozent lag signifikant über Vorjahresniveau (VJ: 20,4 Prozent).

### *Ströer Türkei*

Das um Währungseffekte bereinigte organische Wachstum im Segment Ströer Türkei beläuft sich im dritten Quartal auf 3,4 Prozent. Aufgrund von Währungseffekten beläuft sich der Umsatz im dritten Quartal auf 20,1 Millionen Euro (minus 5,7 Prozent). Die

Operational EBITDA Marge wurde auf 8,1 Prozent (VJ: 5,3 Prozent) gesteigert und das Operational EBITDA liegt über Vorjahresniveau bei 1,6 Millionen Euro.

## *Ströer Digital (Online)*

Die Umsätze im Segment Ströer Digital (Online) sind im dritten Quartal 2014 signifikant um 51,3 Prozent auf 27,7 Millionen Euro gestiegen. Das Operational EBITDA war im Berichtszeitraum ebenfalls deutlich positiv 2,1 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 den Erwartungen entsprechend planmäßig.

## *Segment Sonstige*

Im Segment Sonstige sind die polnischen Außenwerbeaktivitäten sowie das in der blowUP-Gruppe gebündelte westeuropäische Riesenpostergeschäft zusammengefasst. Die blowUP Gruppe steigerte im dritten Quartal 2014 ihre Umsatzbeiträge um 10 Prozent. Polen blieb in punkto Umsatz in den ersten neun Monaten auf Vorjahresniveau. Im Segment „Sonstige“ ist das Operational EBITDA in Q3 insgesamt um 45 Prozent auf 1,9 Millionen Euro gestiegen. Die Operational EBITDA-Marge stieg ebenfalls erheblich auf 13 Prozent. Der Segmentumsatz im Quartal stieg insgesamt um 4,3 Prozent auf 14,3 Millionen Euro.

## *Ausblick*

Aufgrund eines starken dritten Quartals wurde die Guidance für das Geschäftsjahr 2014 erhöht:

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

Für das gesamte Jahr 2014 geht das Unternehmen ebenfalls von einem organischen Wachstum um die zehn Prozent aus und erwartet ein Operational EBITDA von ca. 145 Millionen Euro.

## Konzern-Finanzkennzahlen im Überblick

In Mio. Euro	9M 2014	9M 2013	Veränderung
Umsatz <sup>1</sup>	509,3	430,1	18,4%
<b>pro Segment</b>			
Ströer Deutschland <sup>2</sup>	334,0	302,0	10,6%
Ströer Türkei	62,0	70,5	-12,1%
Ströer Digital (Online)	79,4	27,8	>100%
Sonstige (Polen und blowUP)	43,7	39,5	10,7%
<b>pro Produktgruppe</b>			
Billboard <sup>2</sup>	232,4	213,0	9,1%
Street Furniture <sup>2</sup>	105,2	102,8	2,3%
Transport <sup>2</sup>	71,2	67,6	5,2%
Digital (Online)	79,1	27,7	>100%
Sonstige <sup>2</sup>	30,4	28,1	8,2%
Organisches Wachstum (in Prozent) <sup>3</sup>	10,9	4,8	
Bruttoergebnis vom Umsatz <sup>4</sup>	145,3	120,4	20,7%
Operational EBITDA <sup>5</sup>	87,8	67,7	29,7%
Operational EBITDA-Marge (in Prozent) <sup>5</sup>	16,9	15,4	
Bereinigtes EBIT <sup>6</sup>	52,6	35,2	49,6%
Bereinigte EBIT-Marge (in Prozent) <sup>6</sup>	10,2	8,0	
Bereinigter Periodenüberschuss/-fehlbetrag <sup>7</sup>	27,2	13,1	>100%
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (EUR) <sup>8</sup>	0,54	0,30	80,5%
Periodenüberschuss/-fehlbetrag <sup>9</sup>	5,8	-8,3	n.d.
Ergebnis je Aktie (EUR) <sup>10</sup>	0,10	-0,18	n.d.
Investitionen <sup>11</sup>	25,8	26,6	-3,0%
Free Cash-Flow <sup>12</sup>	34,1	-18,6	n.d.
	<b>30.09.2014</b>	<b>31.12.2013</b>	<b>Veränderung</b>
Bilanzsumme <sup>1</sup>	946,5	953,1	-0,7%
Eigenkapital <sup>1</sup>	306,1	297,0	3,1%
Eigenkapitalquote (in Prozent)	32,3	31,2	
Nettoverschuldung <sup>13</sup>	303,6	326,1	-6,9%
Mitarbeiter (Anzahl) <sup>14</sup>	2.366	2.223	6,4%

<sup>1</sup> Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform

<sup>2</sup> Joint Ventures sind quotal berücksichtigt (Management Ansatz)

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

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

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

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

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

<sup>8</sup> 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

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

<sup>10</sup> 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

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

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

<sup>13</sup> Finanzverbindlichkeiten abzüglich derivative Finanzinstrumente und liquide Mittel (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)

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

## Über Ströer

Die Ströer Media SE 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 SE 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](http://www.stroeer.com).

### **Pressekontakt**

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

### **Investor Relations**

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