

PRESSEMITTEILUNG

Ströer Media SE präsentiert Rekordergebnis für das Geschäftsjahr 2014

- **Jahresumsatz steigt auf 721,1 Millionen Euro**
- **Operational EBITDA wächst 2014 um 25 Prozent auf 148,1 Millionen Euro**
- **Bereinigter Jahresüberschuss steigt deutlich auf 56,3 Millionen Euro**
- **Vorstand und Aufsichtsrat schlagen eine Dividendenausschüttung von 40 Cent pro Aktie vor**
- **Ausblick: Weitere Steigerung des Operational EBITDA in 2015 um bis zu 20 Prozent erwartet**

Köln, 25. März 2015 Die Ströer Media SE setzt den profitablen Wachstumskurs fort und präsentiert mit den Zahlen zum Geschäftsjahr 2014 das beste Ergebnis in der Firmengeschichte. Mit der strategischen Neuausrichtung als integriertes und zunehmend digitales Medienunternehmen hat sich Ströer erfolgreich im Markt etabliert und gehört heute zu den führenden nationalen Media-Vermarktern. Die Geschäftserweiterung um das Digital-Segment trug entscheidend zu dieser Entwicklung bei. Ströer ist aufgrund eines breiten Portfolios in der Lage, seinen Kunden individuelle Kommunikationslösungen entlang der kompletten Wertschöpfungskette anzubieten.

Der Jahresumsatz im Geschäftsjahr 2014 steigerte sich um rund 16 Prozent auf 721,1 Millionen Euro mit einem organischen Umsatzwachstum von 11 Prozent. Im vierten Quartal 2014 wuchs der Umsatz um 10 Prozent auf 211,8 Millionen Euro. Das organische Umsatzwachstum betrug 10 Prozent. Wesentlich beeinflusst durch die digitale Transformation zeigt sich das Digital-Segment als deutlicher Wachstumstreiber, aber auch die aktive Steuerung des deutschen Out-of-Home-Geschäfts und der Ausbau des Regionalgeschäfts machen sich positiv bemerkbar. Durch die deutlich verbesserte

Umsatzsituation konnte das Operational EBITDA um 25 Prozent auf 148,1 Millionen Euro angehoben werden. Die Operational EBITDA-Marge belief sich auf 20,2 Prozent und lag damit um 1,6 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert. Im vierten Quartal stieg die EBITDA-Marge um 2,2 Prozentpunkte auf 28 Prozent.

Im Berichtszeitraum stieg das bereinigte Ergebnis um 55 Prozent auf 56,3 Millionen Euro und in Q4 um 25 Prozent auf 29,1 Millionen Euro. Das Ergebnis unterstreicht den profitablen Wachstumskurs, den das Unternehmen vor zwei Jahren eingeschlagen hat.

Die gute Entwicklung des operativen Geschäfts hat sich auch positiv auf die Finanzlage ausgewirkt. Ströer hat seinen dynamischen Verschuldungsgrad (Nettoverschuldung zu Operational EBITDA) innerhalb eines Jahres von 2,8x auf 1,9x zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres deutlich gesenkt. Dies ist der niedrigste Verschuldungsgrad seit Börsengang.

„2014 war für Ströer ein Rekordjahr. Unsere Finanzkennzahlen zeigen eine deutlich positive Entwicklung. Wir sind im Begriff, ein integriertes und zunehmend digitales Medienunternehmen zu werden. Die digitale Transformation ist für uns eine hervorragende Möglichkeit unser Geschäft deutlich voranzutreiben“, sagte Udo Müller, Vorstandsvorsitzender von Ströer. „Das neue Geschäftsjahr lief sehr gut an und verspricht weiteres, profitables Wachstum. Für das Gesamtjahr 2015 rechnen wir mit einem organischen Wachstum im mittleren einstelligen Bereich und einem Operational EBITDA von 170 bis 180 Millionen Euro.“

Der Vorstand und der Aufsichtsrat der Ströer Media SE werden bei der Hauptversammlung am 30.06.2015 die Erhöhung der Dividende auf 40 Cent je dividendenberechtigter Stückaktie für das Geschäftsjahr 2014 vorschlagen.

Geschäftssegmente

Ströer Deutschland

Der Jahresumsatz im Segment Ströer Deutschland steigerte sich um 10,6 Prozent auf 465,1 Millionen Euro. In Q4 stieg der Umsatz um 11,4 Prozent auf 132,1 Millionen Euro. Das Operational EBITDA entwickelte sich deutlich positiv und stieg im vierten Quartal um 26,1 Prozent auf 47,5 Millionen Euro. Im Gesamtjahr 2014 wuchs das EBITDA um 18,4 Prozent auf 118,9 Millionen Euro. Auch die EBITDA-Marge verbesserte sich in Q4 erheblich auf 36 Prozent und stieg mit Blick auf das Gesamtjahr auf 25,6 Prozent an. Getrieben wurde das Umsatzwachstum in 2014 vor allem durch die Ausweitung von nationalen und regionalen Vertriebsaktivitäten. Der breite Mix aus digitalen und analogen Produkten der Ströer Gruppe wirkte sich ebenfalls sehr positiv auf die Umsatzentwicklung aus. Das Segment ist damit stärker als der gesamte nationale Werbemarkt gewachsen.

Ströer Digital

Die Geschäftserweiterung um die Online-Werbevermarktung stellt eine zentrale Säule der Unternehmensstrategie dar und ist maßgeblicher Treiber für Wachstum im Konzern. Der Jahresumsatz des Segments Digital verdoppelte sich nahezu auf 122,9 Millionen Euro. Im vierten Quartal stieg der Umsatz um 18,7 Prozent auf 43,5 Millionen Euro. Zurückzuführen ist das deutliche Umsatzwachstum auf eine starke organische Entwicklung und eine breitere Fokussierung beim Marktangang. Der organische Umsatzzuwachs belief sich im Gesamtjahr 2014 auf 34,4 Prozent und im letzten Quartal des Geschäftsjahres auf 16,2 Prozent. Auch das Operational EBITDA 2014 des Segments Digital zeigt sich sehr stark und verdoppelte sich nahezu auf 12,4 Millionen Euro. Im vierten Quartal stieg das Operational EBITDA um 15,4 Prozent auf 6,4 Millionen Euro.

Ströer Türkei

Das Segment Türkei zeigt sich stabil in einem weiterhin herausfordernden Marktumfeld. Das Operational EBITDA stieg im Gesamtjahr leicht auf 14 Millionen Euro. Auch die EBITDA-Marge stieg im Berichtszeitraum auf 16,4 Prozent. Begründet ist diese positive Entwicklung in einer gestiegenen Kosteneffizienz. Bereinigt um Währungskursveränderungen erreichte das Segment Ströer Türkei ein organisches Umsatzwachstum von 3,5 Prozent, was auf eine verstärkte regionale Nachfrage

zurückzuführen ist. Gegenläufig wirkte sich die Schwäche der türkischen Lira gegenüber dem Euro aus, was zu einem effektiven Umsatzrückgang von 9,6 Prozent geführt hat. Das Segment Ströer Türkei erreichte damit im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatz von 85,5 Millionen Euro.

Segment Sonstige

Im dem Segment Sonstige sind die polnischen Außenwerbeaktivitäten sowie das in der blowUP-Gruppe gebündelte westeuropäische Riesenpostergeschäft zusammengefasst. Das Segment beendete das Geschäftsjahr 2014 mit einem Umsatzplus von 9,5 Prozent auf 61,8 Millionen Euro. Vor allem das Operational EBITDA stieg erheblich um 64,7 Prozent auf 10,6 Millionen Euro im Gesamtjahr an. Die EBITDA-Marge konnte deutlich erhöht werden und beläuft sich im Gesamtjahr auf 17,1 Prozent. blowUP unterstützt diese Entwicklung mit starken Umsätzen und einer guten Operational EBITDA Performance. Polen stärkt seinen Beitrag zum Operational EBITDA durch konsequente Steigerung der Kosteneffizienz. Der polnische Werbemarkt ist nach wie vor von Zurückhaltung geprägt, hat sich aber im Verhältnis zum Vorjahr wieder etwas stabilisiert.

Konzern-Finanzkennzahlen im Überblick

In Mio. Euro	2014	2013	Veränderung
Umsatz ¹	721,1	622,0	15,9%
pro Segment			
Ströer Deutschland ²	465,1	420,6	10,6%
Ströer Türkei	85,5	94,6	-9,6%
Ströer Digital (Online)	122,9	64,4	90,8%
Sonstige (Polen und blowUP)	61,8	56,4	9,5%
pro Produktgruppe			
Billboard ²	322,1	288,8	11,5%
Street Furniture ²	149,5	144,9	3,1%
Transport ²	101,9	97,7	4,3%
Digital (Online)	122,2	64,2	90,3%
Sonstige ²	38,0	39,2	-3,2%
Organisches Wachstum (in Prozent) ³	11,4	3,5	
Bruttoergebnis vom Umsatz ⁴	215,9	187,8	14,9%
Operational EBITDA ⁵	148,1	118,0	25,5%
Operational EBITDA-Marge (in Prozent) ⁵	20,2	18,6	
Bereinigtes EBIT ⁶	98,5	72,0	36,9%
Bereinigte EBIT-Marge (in Prozent) ⁶	13,4	11,3	
Bereinigter Periodenüberschuss/-fehlbetrag ⁷	56,3	36,3	55,0%
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (EUR) ⁸	1,10	0,77	43,7%
Periodenüberschuss/-fehlbetrag ⁹	24,0	4,5	>100%
Ergebnis je Aktie (EUR) ¹⁰	0,44	0,08	>100%
Investitionen ¹¹	45,2	39,0	16,1%
Free Cash-Flow ¹²	65,5	4,1	>100%
	31.12.2014	31.12.2013	Veränderung
Bilanzsumme ¹	952,0	953,6	-0,2%
Eigenkapital ¹	320,1	296,7	7,9%
Eigenkapitalquote (in Prozent)	33,6	31,1	
Nettoverschuldung ¹³	275,4	326,1	-15,5%
Mitarbeiter (Anzahl) ¹⁴	2.380	2.223	7,1%

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

² Joint Ventures sind quotall berücksichtigt (Management Ansatz)

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

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

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

¹⁴ Nach Anzahl der Personen in Voll- und Teilzeitbeschäftigungsverhältnissen (Joint Ventures sind quotall 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 Werbungstreibenden neue Möglichkeiten der gezielten Kundenansprache.

Die Ströer Gruppe vermarktet rund 290.000 Außenwerbeflächen und mehrere tausend Webseiten. Mit einem Konzernumsatz von 721 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2014 zählt die Ströer Media SE gemessen an den Umsätzen zu den größten Anbietern von Außenwerbung in Europa.

Die Ströer-Gruppe beschäftigt rund 2.400 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten.

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

Pressekontakt

Marc Sausen
Ströer Media SE
Leiter der Konzern-Kommunikation
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 SE
Manager Investor Relations
Ströer-Allee 1 · D-50999 Köln
Telefon: 02236 / 96 45-356
Fax: 02236 / 96 45-6356
E-Mail: dsanac@stroeer.de