

## **PRESSEMITTEILUNG**

Köln, 30. November 2010

### **Ströer Gruppe wächst in den ersten 9 Monaten 2010**

#### **zweistellig**

Ausblick für das Gesamtjahr 2010 bestätigt

- Umsatzerlöse in den ersten neun Monaten 2010 um 12,2 Prozent gestiegen
- Profitabilität erhöht: Operational EBITDA wächst um 24,9 Prozent
- Nettoverschuldung deutlich reduziert und Kapitalstruktur optimiert
- Anteilserhöhung an türkischem Unternehmen Ströer Kentvizyon und Übernahme von News Outdoor Poland abgeschlossen
- Aufbau des ersten nationalen Netzes digitaler Außenwerbemedien in Deutschland gestartet

Die Ströer Out-of-Home Media AG („Ströer“), einer der führenden Anbieter von Außenwerbung in Europa mit Hauptsitz in Köln, blickt zufrieden auf die ersten neun Monate dieses Jahres zurück. Der Umsatz der Gruppe stieg bis Ende September des laufenden Geschäftsjahres um 12,2 Prozent auf € 369,1 Millionen (Vj: € 328,9 Millionen). Das Operational EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen bereinigt um Sondereffekte) des Konzerns legte im 9-Monats-Vergleich überproportional um 24,9 Prozent auf € 74,8 Millionen zu (Vj: € 59,9 Millionen).

**„Wir sind sehr zufrieden mit unserem Geschäftsverlauf. Einen Teil der Erlöse aus unserem Börsengang im Juli haben wir wie geplant in die Ausweitung unserer Präsenz in Polen und der Türkei investiert und damit unsere marktführenden Positionen weiter ausgebaut. Darüber hinaus haben wir unsere Nettoverschuldung deutlich reduziert. Aus unse-**

**rer Sicht sind damit die Voraussetzungen dafür geschaffen, unseren Wachstumskurs fortzusetzen und den Unternehmenswert weiter zu steigern“, sagte Udo Müller, Mitgründer und Vorstandsvorsitzender der Ströer Gruppe heute in Köln.**

Unter Annahme einer bereits seit 2009 bestehenden Vollkonsolidierung des türkischen Joint Ventures Ströer Kentvizyon ist der Gruppenumsatz in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres gegenüber dem Vorjahreszeitraum sogar um 13,4 Prozent auf € 399,8 Millionen gestiegen. Im dritten Quartal hat das organische Wachstum der Gruppe auf dieser Basis 11,4 Prozent betragen. Das Operational EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen bereinigt um Sondereffekte) des Konzerns stieg in dieser Definition um 25,2 Prozent auf € 81,7 Millionen (Vj: € 65,3 Millionen). Die Anteilserhöhung von 50 auf 90 Prozent an Ströer Kentvizyon erfolgte am 02. September 2010. Seitdem werden diese Aktivitäten bilanziell im Rahmen der Vollkonsolidierung in die Ströer Gruppe einbezogen.

Durch den Zufluss von € 287,8 Millionen neuem Eigenkapital aus dem Börsengang (vor Abzug von Transaktionskosten) hat sich die Finanz- und Vermögenslage des Konzerns im dritten Quartal signifikant verbessert. Die Nettoverschuldung verringerte sich zum 30. September 2010 deutlich auf € 301,4 Millionen (31.12.2009: € 495,4 Millionen). Das um Sondereffekte bereinigte Nettoergebnis der ersten neun Monate 2010 stieg auf € 13,2 Millionen im Vergleich zu € 1,5 Millionen im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Der um die Sondereffekte des Börsengangs und der Akquisitionen bereinigte Cash-Flow aus operativer Tätigkeit verbesserte sich auf € 32,8 Millionen und reflektiert damit die deutlich optimierte Ertragslage des Konzerns.

### **Geschäftssegmente und Wachstumsinitiativen**

Der Konzernabschluss für die Ströer Gruppe wies in den ersten neun Monaten 2010 in den Kernmärkten Deutschland, Türkei und Polen deutlich höhere Umsatzerlöse als in der Vergleichsperiode des Vorjahres aus. Mit einem Umsatzbeitrag in Höhe von € 40,0 Millionen (Vj: € 23,7 Millionen) und einem

Wachstum von 68,7 Prozent entwickelte sich der Anteil der türkischen Aktivitäten in diesem Zeitraum besonders stark. Das Operational EBITDA stieg sogar um 67,4 Prozent auf € 9,0 Millionen (Vj: € 5,4 Millionen).

Der größte Geschäftsbereich, Ströer Deutschland, steigerte seinen Umsatz in den ersten neun Monaten 2010 um 6,9 Prozent auf € 293,1 Millionen (Vj: € 274,2 Millionen). Der Heimatmarkt lieferte mit € 69,0 Millionen und einem Plus von 19,1 Prozent (Vj: € 57,9 Millionen) auch den größten Beitrag zum Operational EBITDA. In Deutschland hat Ströer mit dem Aufbau eines bundesweiten Netzes von digitalen Außenwerbemedien eine sanfte „Revolution“ begonnen: Das Unternehmen wird die 200 größten Bahnhöfe bundesweit mit dem Out-of-Home-Channel ausstatten. Bis Ende 2011 sollen dort rund 1.000 digitale Screens installiert werden, mit denen Werbetreibende eine Netto-reichweite von über zwanzig Prozent der Grundbevölkerung in Deutschland erzielen können.

**„Die Digitalisierung revolutioniert den Medienmarkt. Die neuen Werbeträger eröffnen der digitalen Außenwerbung eine ganz neue Dimension und Relevanz durch ihre emotionalen, großflächigen Botschaften. Für Kunden werden Buchungsvorlaufzeiten praktisch auf Null reduziert und machen den Out-of-Home-Channel auch deswegen zu einer der effizientesten Werbeformen“, sagte Udo Müller.**

Im Segment Sonstige, in dem die Aktivitäten in Polen sowie die europäischen Riesenpostergeschäfte der blowUP-Gruppe zusammengefasst sind, konnte der Umsatz in den ersten drei Quartalen 2010 um 16,5 Prozent auf € 36,1 Millionen gesteigert werden (Vj: € 31,0 Millionen). Das entsprechende Operational EBITDA des Segments stieg leicht von € 1,9 Millionen auf € 2,1 Millionen. Neben Deutschland und der Türkei hat Ströer nach der abgeschlossenen Übernahme von News Outdoor Poland nun auch in Polen eine marktführende Position erreicht. Mit rund 20.800 Werbeflächen in über 200 Städten plant das Unternehmen, die Konsolidierung des polnischen Außenwerbe-marktes weiter voranzutreiben.

## **Produktgruppen**

Die zum Vorjahr deutlich verbesserte Geschäftslage spiegelt sich auch in einer positiven Entwicklung sämtlicher Produktgruppen des Konzerns wider. So verzeichnete die Produktgruppe Billboard in den ersten neun Monaten 2010 ein signifikantes Umsatzwachstum auf € 192,6 Millionen (+13,6 Prozent) und trug damit 52,2 Prozent zu den Gesamterlösen der Gruppe bei. Auch der Bereich Street Furniture generierte im gleichen Zeitraum einen deutlichen Umsatzschub (+13,1 Prozent) auf € 87,4 Millionen und konnte damit 23,7 Prozent der Konzernumsätze vereinnahmen. Der Umsatz in der Produktgruppe Transport erhöhte sich in den ersten drei Quartalen um 4,0 Prozent auf € 51,4 Millionen und repräsentiert damit einen Umsatzanteil von 13,9 Prozent. Die übrigen Umsatzbeiträge (Produktgruppe „Sonstige“) machten mit € 37,6 Millionen (+ 15,7 Prozent) 10,2 Prozent des Gruppenumsatzes aus.

## **Ausblick**

Das abgelaufene dritte Quartal 2010 hat die Wachstumsstrategie von Ströer erneut bestätigt. Im traditionell starken vierten Quartal will Ströer trotz des relativ hohen Vergleichswertes aus dem Vorjahr an die bisher in diesem Jahr erreichten Vertriebsfolge anknüpfen. Insgesamt sieht das Management dem vierten Quartal daher mit Optimismus entgegen und rechnet - unter Annahme einer bereits seit 2009 bestehenden Vollkonsolidierung des türkischen Joint Ventures Ströer Kentvizyon - für das Gesamtjahr 2010 mit mindestens 9 Prozent organischem Umsatzwachstum.

## Konzern Finanzkennzahlen im Überblick

in Mio. Euro	<b>Q3 2010</b>	<b>Q3 2009</b>	Verände- rung	<b>9M 2010</b>	<b>9M 2009</b>	Verände- rung
Umsatz	126,9	110,7	+14,6%	369,1	328,9	+12,2%
Operational EBITDA	22,4	19,7	+13,8%	74,8	59,9	+24,9%
Operational EBITDA-Marge	17,6%	17,8%	-0,1 Punkte	20,3%	18,2%	+2,1 Punkte
Nettoergebnis (bereinigt um Sondereffekte)	1,4	0,4	>100 %	13,2	1,5	>100 %

### Pressekontakt:

Frau Claudia Fasse  
Ströer Out-of-Home Media AG  
Unternehmenskommunikation  
Ströer Allee 1 | 50999 Köln  
Telefon: 02236 / 96 45-246  
Fax: 02236 / 96 45-6246  
E-Mail: [cfasse@stroeer.de](mailto:cfasse@stroeer.de)

### IR Kontakt:

Herr Stefan Hütwohl  
Ströer Out-of-Home Media AG  
Director Group Finance and Investor Relations  
Ströer Allee 1 | 50999 Köln  
Telefon: 02236 / 96 45-338  
Fax: 02236 / 96 45-6338  
E-Mail: [ir@stroeer.de](mailto:ir@stroeer.de)

## **Über Ströer**

Die Ströer Out-of-Home Media AG ist Spezialist für alle Werbeformen, die außer Haus zum Einsatz kommen – von klassischen Plakatmedien über Werbung auf Wartehallen und Transportmitteln bis hin zu digitalen und interaktiven Medien. Das Unternehmen vermarktet über 280.000 Werbeflächen und ist einer der führenden Außenwerber in Europa: Ströer ist nach Umsatzerlösen die Nummer 1 in seinen Kernmärkten Deutschland, Türkei und Polen. Das Unternehmen bietet seinen Kunden in diesen Märkten umfassende Netzwerke für landesweite Werbekampagnen. Die Ströer-Gruppe beschäftigt zirka 1.700 Mitarbeiter an mehr als 60 Standorten. Das Portfolio des Unternehmens besteht aus einer Vielzahl verschiedener Außenwerbeprodukte. Bei Werbeträgern und Stadtmöbeln legt das Unternehmen Wert auf hohe Qualität, Innovation und anspruchsvolles Design. Mit seinen Produkten setzt Ströer neue Maßstäbe bei der Gestaltung des öffentlichen Raumes. Bereits 27-mal wurden Ströer-Stadtmöbel mit internationalen Preisen ausgezeichnet. Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter [www.stroeer.com](http://www.stroeer.com)