

## PRESSEMITTEILUNG

### **Ströer AG: Positive Geschäftsentwicklung im vierten Quartal nach insgesamt herausforderndem Jahr**

- **Umsatz und Operational EBITDA im vierten Quartal im Vergleich zum Vorjahr gestiegen**
- **Konzernumsatz geht in 2012 um 2,9 Prozent auf 560,6 Millionen Euro zurück**
- **Verringerung des Operational EBITDA um 19,1 Prozent auf 107 Millionen Euro**
- **Leichte Verbesserung des Jahresergebnisses um 1,8 Millionen Euro**
- **Nettoverschuldung um 2,1 Millionen Euro gesunken**

Köln, 26. März 2013            Im Geschäftsjahr 2012 verfolgte die Ströer Media AG ihre Wachstumsstrategie, in dem sie gezielt in umfangreiche Maßnahmen in ihren Kernmärkten investierte. Mit dem Auf- und Ausbau des Out-of-Home-Channel in Bahnhöfen und Einkaufszentren wurde in Deutschland eines der weltweit größten digitalen Produktangebote mit nationaler Reichweite geschaffen. In der Türkei investierte Ströer in die Ausweitung ihres Billboard Angebotes und konnte bereits im vierten Quartal einen nenneswerten, zusätzlichen Umsatz erwirtschaften.

Insgesamt blieb jedoch die operative Geschäftsentwicklung der Ströer Media AG hinter dem Vorjahr zurück. Die herausfordernden volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen und die schwächere Verfassung der Medienmärkte in Ströers Kernländern waren dafür ausschlaggebend.

Vor diesem Hintergrund ging der Konzernumsatz von 577,1 Millionen Euro im Vorjahr um 2,9 Prozent auf 560,6 Millionen Euro zurück. Einem leichten

Wachstum in der Türkei standen Umsatzrückgänge in den übrigen Segmenten gegenüber. Das um Änderungen im Beteiligungsportfolio und Wechselkurseinflüssen bereinigte organische Wachstum betrug im Konzern minus 4,0 Prozent (VJ: 4,8 Prozent).

Dieser Umsatzrückgang führte in Kombination mit höheren Umsatzkosten zu einem auf 107,0 Millionen Euro (Vorjahr: 132,3 Millionen Euro) reduzierten Operational EBITDA. Die Operational EBITDA-Marge verringerte sich entsprechend auf 19,1 Prozent nach 22,9 Prozent im Vorjahr.

Trotz der Einbußen im operativen Geschäft konnte das Jahresergebnis durch Verbesserungen im Finanz- und Steuerergebnis um 1,8 Millionen Euro gesteigert werden. Der Konzern beendete das Geschäftsjahr 2012 dennoch mit einem Fehlbetrag in Höhe von minus 1,8 Millionen Euro, nach minus 3,6 Millionen Euro im Vorjahr.

Die Nettoverschuldung als eine weitere wesentliche Steuerungsgröße im Konzern ist im Berichtsjahr überwiegend leicht um 2,1 Millionen Euro auf 302,1 Millionen Euro gesunken. Damit ist es Ströer gelungen, die Rückgänge im operativen Geschäft auf der Cashflow-Seite zu kompensieren. Der Verschuldungsfaktor (Quotient aus Nettoverschuldung und operational EBITDA) erhöhte sich aufgrund des gesunkenen EBITDA leicht auf 2,8.

**„Das Jahr 2012 war für uns ein Übergangsjahr, in dem wir mit Blick auf die fortschreitende Digitalisierung der Medienlandschaft unser Geschäft mit gezielten Wachstumsinvestitionen im In- und Ausland weiter entwickelt haben. Mit dem Auf- und Ausbau unseres Out-of-Home-Channels an den größten deutschen Bahnhöfen und in Einkaufszentren der ECE haben wir neue Maßstäbe in der digitalen Außenwerbung gesetzt“, erklärte Udo Müller, Vorstandsvorsitzender von Ströer. „Wir haben die Basis für weiteres Wachstum geschaffen. Außenwerbung, analog oder digital, wird durch die Digitalisierung der Medien konstant an Bedeutung gewinnen.“**

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat Ströer sein Investitionstempo an das herausfordernde Umfeld angepasst und selektiv in spezifische

Wachstumsprojekte im In- und Ausland investiert. Der Konzern fokussierte seine Mittel dabei vor allem auf den weiteren Aufbau von digitalen Werbeträgern und Premium Billboards und sieht insbesondere im digitalen Bereich positive Entwicklungen. Insgesamt reduzierte Ströer seine Investitionen um 18,1 Prozent auf 42,6 Millionen Euro (VJ: 52,0 Millionen Euro).

## **Geschäftssegmente**

### *Ströer Deutschland*

Der Umsatz im Segment Ströer Deutschland fiel um 15,6 Millionen Euro auf 411,7 Millionen Euro. Dementsprechend blieb das Operational EBITDA im Segment Ströer Deutschland mit 97,5 Millionen Euro um 17,8 Millionen Euro unter dem Vorjahresniveau. Gestiegenen Miet- und Pacht aufwendungen sowie höheren Bewirtschaftungskosten standen zwar leicht gesunkene Verwaltungskosten gegenüber, insgesamt konnte aber ein Abschmelzen des Operational EBITDA sowie der Operational EBITDA Marge auf 23,7 Prozent nicht verhindert werden.

Positiv entwickelte sich dagegen das regionale Geschäft. Auch die Umsätze in der Produktgruppe Transport konnten einen Zuwachs von 2,7 Millionen Euro erzielen, was maßgeblich auf die positiven Beiträge des Out-of-Home-Channels zurückzuführen ist. Insgesamt erhöhte sich der Anteil digitaler Umsätze am Segmentumsatz auf 9,2% (Vorjahr: 8,5%).

### *Ströer Türkei*

Das Segment Ströer Türkei erreichte im Geschäftsjahr 2012 einen Umsatz von 91,3 Millionen Euro und verzeichnete damit gegenüber dem Vorjahr ein leichtes Umsatzplus von 2,3 Millionen Euro. Zum Umsatzanstieg haben im Berichtsjahr nicht nur positive Währungseffekte in der Größenordnung von 1,4 Millionen Euro beigetragen, sondern auch eine deutlich verbesserte Geschäftsaktivität im vierten Quartal. Gegenläufig haben sich Umsatzrückgänge aus aufgegebenen margenschwachen Vertriebsverträgen in Höhe von 2,5 Millionen Euro im Gesamtjahr ausgewirkt. Bereinigt um

Währungsveränderungen sowie den Wegfall der Vertriebsverträge, zogen die Umsätze auf vergleichbarer Basis um 2,7 Prozent an.

Trotz des leichten Umsatzwachstums ging das Operational EBITDA im türkischen Segment um 7,5 Millionen Euro auf 12,9 Millionen Euro zurück. Dafür waren im Wesentlichen die gestiegenen Umsatzkosten aus höheren Mietaufwendungen des neuen Istanbul Billboard Vertrages die Ursache. In Summe hat sich die Operational EBITDA-Marge auf 14,1 Prozent vermindert.

### *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 2012 mit einem um 1,3 Millionen Euro auf 4,4 Millionen Euro rückläufigen Operational EBITDA und einer auf 7,5 Prozent reduzierten Operational EBITDA-Marge. Hierfür waren die rückläufigen Umsätze in den Märkten ausschlaggebend. Das organische Wachstum des Segmentes lag mit minus 6,0 Prozent deutlich unter dem Vorjahreswert.

### **Ausblick**

Die unsichere wirtschaftliche Situation im Euro-Raum wird uns auch in diesem Jahr erhalten bleiben. Das Werbeumfeld bleibt vor diesem Hintergrund volatil und wird von einem kurzfristigen Buchungsverhalten unserer Kunden geprägt sein. Mit Blick auf das erste Quartal 2013 rechnen wir mit einer Fortsetzung des bereits im letzten Quartal sichtbaren positiven Momentums in der Türkei und Deutschland und erwarten daher einen Anstieg des organischen Konzernumsatzes in einer Größenordnung von +5%. Für das zweite Quartal rechnen wir aufgrund der aktuell zurückhaltenden Auftragsvergabe mit einer vorübergehenden Unterbrechung des auf Ganzjahressicht erwarteten leichten Aufwärtstrends.

## Konzern-Finanzkennzahlen im Überblick

| In Mio. Euro  | 2012       | 2011       | Veränderung |
|---|------------|------------|-------------|
| Umsatz  | 560,6      | 577,1      | -2,9%       |
| Ströer Deutschland                                      | 411,7      | 427,3      | -3,7%       |
| Ströer Türkei   | 91,3       | 89,0       | 2,6%        |
| Sonstige  | 57,9       | 61,4       | -5,6%       |
| Billboard   | 286,6      | 302,0      | -5,1%       |
| Street Furniture  | 147,2      | 150,8      | -2,4%       |
| Transport   | 91,5       | 89,2       | 2,6%        |
| Sonstige  | 35,3       | 35,1       | 0,5%        |
| Organisches Wachstum <sup>1</sup>                       | -4,0       | 4,8        |             |
| Bruttoergebnis vom Umsatz <sup>2</sup>                  | 174,1      | 205,0      | -15,1%      |
| Operational EBITDA <sup>3</sup>                         | 107,0      | 132,3      | -19,1%      |
| Operational EBITDA <sup>4</sup> -Marge                  | 19,1       | 22,9       |             |
| Bereinigtes EBIT <sup>4</sup>                           | 67,4       | 96,3       | -30,1%      |
| Bereinigte EBIT <sup>5</sup> -Marge                     | 12,0       | 16,7       |             |
| Bereinigter Periodenüberschuss/-fehlbetrag <sup>5</sup> | 24,0       | 40,3       | -40,4%      |
| Bereinigtes Ergebnis je Aktie <sup>6</sup> (EUR)        | 0,54       | 0,96       | -43,5%      |
| Periodenüberschuss/-fehlbetrag <sup>7</sup>             | -1,8       | -3,6       | 49,6%       |
| Ergebnis je Aktie <sup>8</sup> (EUR)                    | -0,07      | -0,08      | 12,7%       |
| Investitionen <sup>9</sup>                              | 42,6       | 52,0       | -18,1%      |
| Free Cash-Flow <sup>10</sup>                            | 10,8       | 38,0       | -71,5%      |
|   | 31.12.2012 | 31.12.2011 | Veränderung |
| Bilanzsumme   | 863,7      | 982,6      | -12,1%      |
| Eigenkapital  | 279,6      | 273,5      | 2,2%        |
| Eigenkapitalquote                                       | 32,4       | 27,8       |             |
| Nettoverschuldung <sup>11</sup>                         | 302,1      | 304,3      | -0,7%       |
| Mitarbeiter <sup>12</sup>                               | 1.750      | 1.730      | 1,2%        |

<sup>1</sup> Ohne Währungskurseffekte und Effekte aus (Ent-)Konsolidierung und Beendigung von Geschäftsbereichen

<sup>2</sup> Umsatz abzüglich Umsatzkosten

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

<sup>4</sup> 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

<sup>5</sup> Bereinigtes EBIT vor Minderheiten abzüglich um Sondereffekte bereinigtes Finanzergebnis und normalisierter Steueraufwand

<sup>6</sup> Bereinigtes Periodenergebnis nach Abzug des ausgewiesenen Minderheitenergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien nach Börsengang (42.098.238)

<sup>7</sup> Periodenüberschuss/-fehlbetrag vor Minderheiten

<sup>8</sup> Tatsächliches Periodenergebnis nach Abzug des ausgewiesenen Minderheitenergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien nach Börsengang (42.098.238)

<sup>9</sup> Beinhaltet Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen, ohne Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen und Auszahlungen aus dem Kauf von konsolidierten Unternehmen

<sup>10</sup> Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich Cash-Flow aus Investitionstätigkeit

<sup>11</sup> Finanzverbindlichkeiten abzüglich derivate Finanzinstrumente und liquide Mittel

<sup>12</sup> Nach Anzahl der Personen (Voll- und Teilzeitbeschäftigungsverhältnisse)

## Finanzkennzahlen der Segmente

### Ströer Deutschland

| in Mio. Euro             |       |       | Veränderung  | Veränderung |
|--------------------------|-------|-------|--------------|-------------|
|                          | 2012  | 2011  | in Mio. Euro | in %        |
| Umsatz                   | 411,7 | 427,3 | -15,6        | -3,7%       |
| Billboard                | 164,4 | 179,6 | -15,2        | -8,5%       |
| Street Furniture         | 123,4 | 127,2 | -3,8         | -3,0%       |
| Transport                | 90,6  | 87,9  | 2,7          | 3,0%        |
| Sonstige                 | 33,3  | 32,6  | 0,7          | 2,0%        |
| Organisches Wachstum     | -4,5  | 6,2   |              | -10,7%-Pkt. |
| Operational EBITDA       | 97,5  | 115,3 | -17,8        | -15,4%      |
| Operational EBITDA-Marge | 23,7% | 27,0% |              | -3,3%-Pkt   |

### Ströer Türkei

| in Mio. Euro             |       |       | Veränderung  | Veränderung |
|--------------------------|-------|-------|--------------|-------------|
|                          | 2012  | 2011  | in Mio. Euro | in %        |
| Umsatz                   | 91,3  | 89,0  | 2,3          | 2,6%        |
| Billboard                | 67,7  | 65,1  | 2,7          | 4,1%        |
| Street Furniture         | 23,2  | 23,0  | 0,1          | 0,6%        |
| Transport                | 0,2   | 0,9   | -0,7         | -76,1%      |
| Sonstige                 | 0,2   | 0     | 0,2          | n/a         |
| Organisches Wachstum     | -0,3  | 3,8%  |              | -4,1%-Pkt.  |
| Operational EBITDA       | 12,9  | 20,3  | -7,5         | -36,7%      |
| Operational EBITDA-Marge | 14,1% | 22,8% |              | -8,8%-Pkt   |

### Sonstige

| in Mio. Euro             |       |       | Veränderung  | Veränderung |
|--------------------------|-------|-------|--------------|-------------|
|                          | 2012  | 2011  | in Mio. Euro | in %        |
| Umsatz                   | 57,9  | 61,4  | -3,4         | -5,6%       |
| Billboard                | 54,5  | 57,3  | -2,8         | -4,8%       |
| Street Furniture         | 0,6   | 0,5   | 0,1          | 14,2%       |
| Transport                | 0,7   | 0,4   | 0,3          | 68,4%       |
| Sonstige                 | 2,1   | 3,2   | -1,0         | -32,5%      |
| Organisches Wachstum     | -6,0% | -3,6% |              | -2,4%-Pkt   |
| Operational EBITDA       | 4,4   | 5,7   | 1,3          | -23,1%      |
| Operational EBITDA-Marge | 7,5%  | 9,3%  |              | -1,7%-Pkt   |

Anmerkung: Alle Zahlen sind kaufmännisch gerundet.

## Über Ströer

### Über Ströer

Die Kölner Ströer AG mit ihren Tochtergesellschaften ist spezialisiert auf alle Werbeformen, die außer Haus zum Einsatz kommen – von den klassischen Plakatmedien über die Werbung auf Wartehallen und Transportmitteln bis zu den modernen digitalen Angeboten in der Außenwerbung. Die Unternehmensgruppe vermarktet über 280.000 Werbeflächen, gehört mit einem Konzernumsatz von 577,1 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2011 zu den marktführenden Außenwerbeunternehmen in Deutschland, der Türkei und Polen und damit gemessen an Umsätzen zu den größten Anbietern Europas.

Das Werbeträgerangebot des Kölner S-Dax Unternehmens umfasst digitale Bewegtbildnetze in den größten deutschen Bahnhöfen, in U- und S-Bahnhöfen und in den größten deutschen Einkaufszentren.

Darüber hinaus verfügt Ströer über ein breit gefächertes Angebot von Außenwerbeprodukten, die in Qualität, Innovation und Design bei Werbeträgern und Stadtmöbeln neue Maßstäbe setzen. Ströer-Stadtmöbel wurden 27 Mal mit internationalen Preisen ausgezeichnet. Die Ströer-Gruppe beschäftigt rund 1.700 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten.

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter [www.stroeer.de](http://www.stroeer.de).

## Pressekontakt

Konzern-Kommunikation  
Ströer Media AG

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

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