

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Ströer startet sehr gut in das Geschäftsjahr 2017 und präsentiert starkes erstes Quartal**

- **Konzernumsatz wächst deutlich um 24 Prozent von 226 Millionen Euro auf 281 Millionen Euro**
- **Operational EBITDA steigt um 20 Prozent von 46 Millionen Euro auf 56 Millionen Euro**
- **Bereinigtes Quartalsergebnis entwickelt sich positiv um 18 Prozent von 21 Millionen Euro auf 25 Millionen Euro**

Köln, 11. Mai 2017 Die Ströer SE & Co KGaA setzt den profitablen Wachstumskurs auch im ersten Quartal 2017 weiter fort. Der Quartalsumsatz steigerte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 24 Prozent von 226 Millionen Euro auf 281 Millionen Euro mit einem organischen Umsatzwachstum von nahezu neun Prozent. Das Operational EBITDA wuchs im ersten Quartal deutlich um 20 Prozent von 46 Millionen Euro auf 56 Millionen Euro. Das bereinigte Quartalsergebnis entwickelte sich positiv und stieg um 18 Prozent von 21 Millionen Euro auf 25 Millionen Euro. Zudem hat Ströer seinen dynamischen Verschuldungsgrad von 1,4 im Vorjahreszeitraum auf 1,3 in Q1 2017 gesenkt.

**„Wir haben einen sehr positiven Start in das Geschäftsjahr 2017 hingelegt. Unsere Finanzkennzahlen haben sich ausgezeichnet entwickelt und alle Kernsegmente tragen zu dieser sehr guten Geschäftsentwicklung bei. Auch im zweiten Quartal werden wir diese positive Entwicklung fortsetzen“, sagt Udo Müller, Gründer und Co-CEO von Ströer. „Wir bestätigen unsere aktuelle Guidance von mehr als 320 Millionen Euro Operational EBITDA bei einem Konzernumsatz von rund 1,3 Milliarden Euro für 2017.“**

## Geschäftssegmente

### *Ströer Digital*

Das Segment Ströer Digital konnte die Umsatzerlöse auch im ersten Quartal 2017 über alle Produktgruppen hinweg weiter ausbauen. Dabei haben Investitionen in andere digitale Geschäftsmodelle deren Umsatzbeiträge in die Produktgruppe Transactional eingehen, ebenfalls zum kräftigen Wachstum beigetragen.

Der Umsatz des ersten Quartals 2017 im Segment Ströer Digital steigerte sich um 59 Prozent von 93,2 Millionen Euro auf 147,9 Millionen Euro. Das Operational EBITDA entwickelte sich ebenfalls deutlich positiv und stieg um 46 Prozent von 24,0 Millionen Euro auf 35,2 Millionen Euro. Die EBITDA-Marge gab leicht auf 23,8 Prozent nach.

Vor dem Hintergrund der fortlaufenden Ergänzungs- und Erweiterungsinvestitionen sind die Segmentzahlen insgesamt jedoch nur bedingt mit den Vorjahreszahlen vergleichbar. Im Berichtszeitraum wurde die Integration und gezielte Restrukturierung der neu erworbenen Unternehmen weiter vorangetrieben. Dabei gelingt es immer wieder, sowohl auf der Umsatz- als auch auf der Kostenseite von Skalen- bzw. Synergie-Effekten zu profitieren.

### *Out-of-Home Deutschland*

Im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres konnte das Segment OOH Deutschland an die sehr guten Ergebnisse des Vorjahres anknüpfen und diese in weiten Teilen nochmals ausbauen. In diesem Zusammenhang machte sich auch die stetig vorangetriebene Weiterentwicklung der lokalen Vertriebsorganisation insgesamt sehr positiv bemerkbar.

Das Segment konnte ein Umsatzwachstum von mehr als fünf Prozent von 108,3 Millionen Euro auf 114,0 Millionen Euro vermelden. Das Operational EBITDA zog um nahezu sechs Prozent von 24,9 Millionen Euro auf 26,3 Millionen Euro an. Die Operational EBITDA-Marge bewegte sich mit 23,1 Prozent auf Vorjahresniveau. Der Anstieg in den Umsatzerlösen wurde gleichzeitig von gestiegenen Umsatzkosten begleitet, die vornehmlich sowohl den umsatzbedingt höheren Pacht aufwendungen wie auch gestiegenen Bewirtschaftungskosten geschuldet waren.

Die Entwicklung, bezogen auf die einzelnen Produktgruppen, gestaltet sich uneinheitlich. Der Bereich Großformate, der neben nationalen auch regionale und lokale Kundengruppen adressiert, konnte nach zuletzt zweistelligen Wachstumsraten nicht ganz an das sehr hohe Niveau des Vorjahres heranreichen und blieb mit einem Umsatz

von 46,2 Millionen Euro leicht unter dem Wert des Vorjahres zurück (Vj.: 48,0 Millionen Euro).

Demgegenüber konnte die Produktgruppe Street Furniture, die eher auf nationale sowie internationale Kundengruppen ausgerichtet ist, gegenüber dem Vorjahr nochmals zulegen und mit 34,8 Millionen Euro einen neuen Spitzenwert markieren.

Auch im Bereich Transport verzeichnete das Segment weiter ansteigende Umsätze, wobei diese vor allem durch das Geschäft mit vielen lokalen Kunden beflügelt wurden. Noch deutlicher konnte die Produktgruppe Sonstige mit 18,8 Millionen Euro (Vj.: 13,7 Millionen Euro) vom stark wachsenden Geschäft mit regionalen und lokalen Kunden profitieren. Speziell bei diesen Kundengruppen werden traditionell mehr Full-Service Leistungen – inklusive der Produktion der Werbematerialien – nachgefragt als bei großen überregionalen oder nationalen Kunden. Darüber hinaus fließen in diese Produktgruppe, die mit lokalen Kunden erzielten, stetig wachsenden Umsätze aus der Vermarktung der neuen digitalen Roadsidescreens ein.

### *Out-of-Home International*

Im Segment OOH International sind die türkischen und polnischen Außenwerbeaktivitäten sowie das in der BlowUP-Gruppe gebündelte westeuropäische Riesenpostergeschäft zusammengefasst.

Im ersten Quartal 2017 erzielte das Segment Umsatzerlöse in Höhe von 26,6 Millionen Euro und schloss damit knapp 3,5 Millionen Euro unter dem Vorjahr. Ausschlaggebend dafür war in erster Linie die fortdauernde angespannte politische Lage in der Türkei, in deren Folge sowohl die Türkische Lira als auch der türkische Werbemarkt erheblich unter Druck geraten sind. Beide Effekte haben sich entsprechend nachteilig auf die in Euro ausgewiesenen Umsätze ausgewirkt. Gleichzeitig zeigte sich auch der polnische Werbemarkt als nach wie vor herausfordernd, sodass auch dieser Geschäftsbereich leichte Einbußen gegenüber dem Vorjahr hinnehmen musste. Lediglich das westeuropäische Riesenpostergeschäft konnte die nachteilige Entwicklung in der Türkei und in Polen leicht kompensieren und einen weiteren Umsatzanstieg vermelden.

Mit den rückläufigen Umsatzerlösen sind insbesondere in der Türkei, aber auch in Polen sinkende Umsatzkosten einhergegangen, wohingegen die BlowUP-Gruppe umsatzinduziert entsprechend höhere Kosten verzeichnete. Insgesamt erzielte das Segment im ersten Quartal ein Operational EBITDA in Höhe von -0,3 Millionen Euro (Vj.: 1,8 Millionen Euro) sowie eine Operational EBITDA-Marge von -1,2 Prozent (Vj.: 5,9 Prozent).

## KONZERNKENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

In Mio. EUR	Q1 2017	Q1 2016
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>281,2</b>	<b>226,2</b>
<b>Operational EBITDA</b>	<b>55,6</b>	<b>46,2</b>
Bereinigungseffekte	4,8	5,4
IFRS 11 Anpassung	1,2	1,0
<b>EBITDA</b>	<b>49,5</b>	<b>39,8</b>
Abschreibungen	38,9	33,7
davon aus Kaufpreisallokationen und Wertberichtigungen	15,2	14,8
<b>EBIT</b>	<b>10,6</b>	<b>6,0</b>
Finanzergebnis	1,5	1,7
<b>EBT</b>	<b>9,1</b>	<b>4,3</b>
Steueraufwand	1,2	0,3
<b>Konzernergebnis</b>	<b>7,9</b>	<b>4,0</b>
<b>Bereinigtes Konzernergebnis</b>	<b>24,7</b>	<b>20,8</b>
<b>Free Cash-Flow (vor M&amp;A)</b>	<b>-23,4</b>	<b>2,5</b>
<b>Nettoverschuldung</b>	<b>368,4</b>	<b>314,0</b>
<b>Dynamischer Verschuldungsgrad</b>	<b>1,25</b>	<b>1,38</b>

### Über Ströer

Die Ströer SE & Co. KGaA ist ein führendes digitales Multi-Channel-Medienhaus und bietet 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 und betreibt mehrere tausend Webseiten vor allem im deutschsprachigen Raum und betreibt rund 300.000 Werbeträger im Bereich "Out of Home". Sie beschäftigt rund 4.600 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten. Im Geschäftsjahr 2016 hat Ströer einen Umsatz in Höhe von 1,12 Milliarden Euro erwirtschaftet. Die Ströer SE & Co. KGaA ist im MDAX der Deutschen Börse notiert.

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

### Pressekontakt

Marc Sausen  
Ströer SE & Co. KGaA  
Leiterin Konzern-Kommunikation  
Ströer Allee 1 · D-50999 Köln  
Telefon: 02236 / 96 45-246  
Fax: 02236 / 96 45-6246  
E-Mail: [presse@stroeer.de](mailto:presse@stroeer.de)

### Investor Relations

Dafne Sanac  
Ströer SE & Co. KGaA  
Leiterin Investor & Credit Relations  
Ströer Allee 1 · D-50999 Köln  
Telefon: 02236 / 96 45-356  
Fax: 02236 / 96 45-6356  
E-Mail: [dsanac@stroeer.de](mailto:dsanac@stroeer.de)

## **Disclaimer**

Diese Pressemitteilung enthält "zukunftsgerichtete Aussagen" bezüglich der Ströer SE & Co. KGaA ("Ströer") oder der Ströer Gruppe, einschließlich Beurteilungen, Schätzungen und Prognosen im Hinblick auf die Finanzlage, die Geschäftsstrategie, die Pläne und Ziele des Managements und die künftigen Geschäftstätigkeiten von Ströer bzw. der Ströer Gruppe. Zukunftsgerichtete Aussagen unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken, Ungewissheiten und anderen Faktoren, die dazu führen können, dass die Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder das Ergebnis von Ströer bzw. der Ströer Gruppe wesentlich von derjenigen Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder demjenigen Ergebnis abweichen, die in diesen zukunftsgerichteten Aussagen ausdrücklich oder implizit angenommen oder beschrieben werden. Diese zukunftsgerichteten Aussagen werden zum Datum dieser Pressemitteilung gemacht und basieren auf zahlreichen Annahmen, die sich auch als unzutreffend erweisen können. Ströer gibt keine Zusicherung ab und übernimmt keine Haftung im Hinblick auf die sachgerechte Darstellung, Vollständigkeit, Korrektheit, Angemessenheit oder Genauigkeit der hierin enthaltenen Informationen und Beurteilungen. Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen können ohne jedwede Benachrichtigung geändert werden. Sie können unvollständig oder verkürzt sein und enthalten möglicherweise nicht alle wesentlichen Informationen in Bezug auf Ströer oder die Ströer Gruppe. Ströer übernimmt keinerlei Verpflichtung, die hierin enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen oder anderen Informationen öffentlich zu aktualisieren oder anzupassen, weder aufgrund von neuen Informationen, zukünftigen Ereignissen oder aus anderen Gründen.