

PRESSEMITTEILUNG

Ströer steigert im ersten Halbjahr Umsatz und Operational EBITDA deutlich und erweitert seine Multi-Channel-Strategie durch Dialogmarketing-Plattform

- **Konzernumsatz wächst um 19 Prozent von 502 Millionen Euro auf 597 Millionen Euro**
- **Operational EBITDA steigt um 18 Prozent von 115 Millionen Euro auf 136 Millionen Euro**

Köln, 10. August 2017 Die Ströer SE & Co KGaA setzt den profitablen Wachstumskurs auch im ersten Halbjahr 2017 weiter fort. Der Umsatz steigerte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 19 Prozent von 502 Millionen Euro auf 597 Millionen Euro mit einem organischen Umsatzwachstum von 7,6 Prozent. Das Operational EBITDA wuchs in der ersten Jahreshälfte ebenfalls deutlich um 18 Prozent von 115 Millionen Euro auf 136 Millionen Euro. Das bereinigte Halbjahresergebnis entwickelte sich positiv und stieg um 14 Prozent von 61 Millionen Euro auf 70 Millionen Euro. Gleichzeitig hat Ströer seinen dynamischen Verschuldungsgrad von 1,5 im Vorjahreszeitraum auf 1,4 im ersten Halbjahr 2017 gesenkt.

„Unsere Strategie geht auf und wir können den profitablen Wachstumskurs von Ströer weiter fortsetzen. Alle Kernsegmente haben zu diesem positiven Momentum beigetragen. In den vergangenen Wochen haben wir mit dem Schritt in den Bereich des performanceorientierten Dialogmarketings zudem ein profitables, weiteres Wachstumssegment im Konzern geschaffen“, 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“, ergänzt Co-CEO Christian Schmalzl. „Für das kommende Quartal sehen wir eine ähnlich starke und robuste Entwicklung wie in den ersten sechs Monaten und rechnen mit deutlich positiven Einflüssen unserer Akquisitionen Avedo und Ranger Marketing auf unsere zukünftigen Ergebnisse.“

Geschäftssegmente

Ströer Digital

Der Umsatz des ersten Halbjahres 2017 im Segment Ströer Digital steigerte sich um 44 Prozent von 210 Millionen Euro auf 302 Millionen Euro bei einem organischen Wachstum von 12,3 Prozent. Zu diesem Wachstum trugen alle Produktgruppen bei. Neben des Abonnement- sowie Digital Commerce Geschäfts haben insbesondere das Public Video Geschäft sowie der Ausbau des Vertriebs lokaler Digitallösungen für kleine und mittelständische Unternehmen zu diesem deutlichen Wachstum beigesteuert.

Das Operational EBITDA entwickelte sich ebenfalls deutlich positiv und stieg um 41 Prozent von 55 Millionen Euro auf 77 Millionen Euro. Die EBITDA-Marge blieb mit 25,4 Prozent nahezu auf Vorjahresniveau.

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

Ausgehend von einer weiterhin robusten Geschäftstätigkeit vermeldete das Segment OOH Deutschland im zweiten Quartal 2017 ein unverändert kräftiges Wachstum der Umsatzerlöse, wobei das regionale Geschäft nicht zuletzt aufgrund des stetigen Ausbaus der lokalen Vertriebsorganisation wie schon zuvor maßgeblich zu dieser Entwicklung beigetragen hat.

Das Segment wächst organisch um mehr als 6 Prozent von 235 Millionen Euro auf 250 Millionen Euro Segmentumsatz im ersten Halbjahr. Das Operational EBITDA zog um mehr als 12 Prozent von 59 Millionen Euro auf 66 Millionen Euro noch deutlicher an. Parallel dazu entwickelte sich die Operational EBITDA-Marge deutlich positiv von 25,2 Prozent auf 26,6 Prozent in der ersten Hälfte des Jahres 2017. Der Anstieg in den Umsatzerlösen wurde gleichzeitig von gestiegenen Umsatzkosten begleitet, die

vornehmlich sowohl den umsatzbedingt höheren Pachtaufwendungen wie auch gestiegenen Bewirtschaftungskosten geschuldet waren.

Out-of-Home International

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

Die Umsatzerlöse im Segment OOH International waren im ersten Halbjahr 2017 weiterhin von der angespannten politischen Lage und den ungünstigen makroökonomischen Rahmenbedingungen in der Türkei gekennzeichnet. Vor diesem Hintergrund ist einerseits der türkische Werbemarkt beträchtlich unter Druck geraten, andererseits hat auch die Türkische Lira gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres nochmals deutlich nachgegeben. Beide Effekte haben sich entsprechend nachteilig auf die in Euro ausgewiesenen Umsätze ausgewirkt.

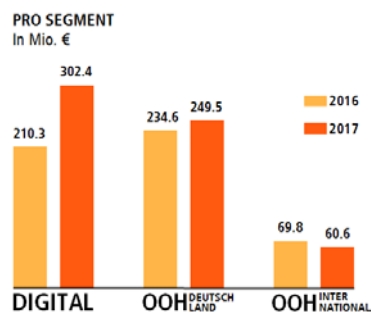
Insgesamt erzielte das Segment aufgrund der deutlichen Belastungen aus dem Türkeigeschäft einen um 13 Prozent rückläufigen Umsatz von 70 Millionen Euro auf 61 Millionen Euro. Auch das Operational EBITDA gab entsprechend von 11 Millionen Euro auf 5 Millionen Euro nach. Die EBITDA-Marge sank von 16,2 auf 8,7 Prozent.

KONZERNKENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

UMSATZ

597,4 Mio. €

(Vj.: 502,3 Mio. €)



OPERATIONAL EBITDA

135,9 Mio. €

(Vj.: 115,4 Mio. €)

ORGANISCHES UMSATZWACHSTUM

7,6%

(Vj.: 8,7%)

FREE CASH-FLOW VOR M&A

19,6 Mio. €

(Vj.: 40,7 Mio. €)

OPERATIONAL EBITDA-MARGE

22,5%

(Vj.: 22,7%)

BEREINIGTES KONZERNERGEBNIS

70,1 Mio. €

(Vj.: 61,3 Mio. €)

ROCE

16,4%

(Vj.: 17,3%)

In Mio. EUR	Q2 2017	Q2 2016	6M 2017	6M 2016
Umsatzerlöse	316,2	276,2	597,4	502,3
Operational EBITDA	80,3	69,2	135,9	115,4
Bereinigungseffekte	5,9	5,5	10,8	10,9
IFRS 11 Anpassung	1,2	1,1	2,4	2,0
EBITDA	73,2	62,7	122,7	102,4
Abschreibungen	40,5	34,7	80,7	68,4
davon aus Kaufpreisallokationen und Wertberichtigungen	16,6	15,9	33,0	30,7
EBIT	32,7	28,0	42,0	34,0
Finanzergebnis	2,1	3,3	3,6	5,1
EBT	30,6	24,6	38,5	28,9
Steuern	4,1	2,7	4,9	3,1
Konzernergebnis	26,5	21,9	33,5	25,9
Bereinigtes Konzernergebnis	45,5	40,5	70,1	61,3
Free Cash-Flow (vor M&A)			19,6	40,7
Nettoverschuldung			418,5	365,2
Dynamischer Verschuldungsgrad			1,38	1,49

Über Ströer

Die Ströer SE & Co. KGaA ist ein führendes digitales Multi-Channel-Medienhaus und bietet werbungstreibenden Kunden individualisierte und voll integrierte Komplettlösungen entlang der gesamten Marketing- und Vertriebswertungskette 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. Zudem offeriert Ströer mit dem eigenen Dialogmarketing-Segment seinen Kunden umfassende Lösungen im performanceorientierten Vertrieb. Im Digital Publishing publiziert das Unternehmen Premium-Inhalte über alle digitalen Kanäle und bietet mit Angeboten wie t-online.de und Special-Interest-Portalen eines der reichweitenstärksten Netzwerke Deutschlands.

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 6.500 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.

Pressekontakt

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

Investor Relations

Dr. Bernd Metzner
Ströer SE & Co. KGaA
CFO
Ströer Allee 1 · D-50999 Köln
Telefon: 02236 / 96 45-118
Fax: 02236 / 96 45-126
E-Mail: bmetzner@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, Ungewisheiten 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.