

PRESSEMITTEILUNG

Rekordergebnis: Ströer präsentiert starkes drittes Quartal

- **Konzernumsatz wächst in den ersten drei Quartalen um 7 Prozent von 1.113 Millionen Euro auf 1.187 Millionen Euro**
- **EBITDA (adjusted) steigt in den ersten drei Quartalen um 7 Prozent von 364 Millionen Euro auf 389 Millionen Euro**
- **Bereinigtes Ergebnis entwickelt sich in den ersten drei Quartalen positiv um 6 Prozent von 119 Millionen Euro auf 126 Millionen Euro**
- **Organisches Wachstum beläuft sich in den ersten drei Quartalen auf mehr als 7 Prozent**

Köln, 13. November 2019

Die Ströer SE & Co. KGaA setzt den nachhaltigen und profitablen Wachstumskurs der vergangenen Geschäftsjahre fort. Der Umsatz der ersten drei Quartale 2019 verbesserte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 7 Prozent von 1.113 Millionen Euro auf 1.187 Millionen Euro. Das organische Umsatzwachstum lag bei 7,3 Prozent. Das EBITDA (adjusted) konnte in den ersten neun Monaten ebenfalls um 7 Prozent von 364 Millionen Euro auf 389 Millionen Euro gesteigert werden. Das bereinigte Ergebnis der ersten neun Monate entwickelte sich ebenfalls positiv und stieg um rund 6 Prozent von 119 Millionen Euro auf 126 Millionen Euro.

Ströer fokussiert sich mit seiner „Out-of-Home plus“ Strategie (OOH plus) – der Kombination des OOH-Kerngeschäfts mit den flankierenden Geschäftsfeldern Content und Direct Media – auf den deutschen Markt und besitzt damit eine stabile Basis für nachhaltiges organisches Wachstum bei gleichzeitig hoher Profitabilität. Das umfassende Tech- und Content-Know-How aus den digitalen Geschäftsfeldern von Ströer unterstützt maßgeblich die Digitalisierung des OOH-Kerngeschäfts. Das Unternehmen besetzt mit OOH und Online die am stärksten wachsenden Medienkanäle im deutschen Werbemarkt. Ströer geht davon aus, dass sich der vor allem durch die fortlaufende Digitalisierung getriebene strukturelle Aufwärtstrend für OOH, mit Wachstumsraten von rund 5 Prozent für mindestens zehn weitere Jahre fortsetzen wird. Um ein Wachstum am oberen Ende des erwarteten strukturellen Marktwachstums sicherzustellen und die Auslastung seiner

Infrastruktur zu erhöhen, hat Ströer als erster national agierender OOH-Player mit „OOH plus“ eine neue Wachstumsstrategie entwickelt, die einen besseren und vor allem direkteren Kundenzugang ermöglicht und damit ein Umsatzwachstum deutlich über dem Marktwachstum erwarten lässt.

„OOH ist erneut der am schnellsten wachsende Medienkanal im deutschen Werbemarkt. Mit unserer OOH plus Strategie setzen wir genau bei diesem Momentum an. Die positive Entwicklung unserer Finanzkennzahlen unterstreicht unseren Erfolg. Die Digitalisierung unserer Werbeträger und die stark ansteigende Nachfrage nach programmatischen Außenwerbeprodukten tragen zum Erfolg im dritten Quartal bei“, sagt Udo Müller, Gründer und Co-CEO von Ströer.

„Auch im dritten Quartal sehen wir konzernweit eine gute Performance und starkes, organisches Wachstum. In den ersten neun Monaten des Jahres konnten wir insgesamt um 7,3 Prozent organisch wachsen. Im Segment Direct Media optimieren wir die Struktur und fokussieren uns auf die margenstarken Sales-Bereiche, die direkt zu unserem Kerngeschäft beitragen“, sagt Christian Schmalzl, Co-CEO von Ströer. „Vor dem Hintergrund des starken Auftragseingangs für das vierte Quartal erwarten wir für das Gesamtjahr ein organisches Umsatzwachstum am oberen Ende der von uns kommunizierten Spanne von 3 bis 7 Prozent.“

Geschäftssegmente

OOH Media

Die Umsatzerlöse des Segments OOH Media legten in den ersten drei Quartalen 2019 um 7 Prozent von 461 Millionen Euro auf 495 Millionen Euro zu. Insgesamt konnte das EBITDA (adjusted) des Segments im selben Zeitraum um 5 Prozent von 213 Millionen Euro auf 224 Millionen Euro gesteigert werden und die EBITDA-Marge (adjusted) lag bei 45,2 Prozent (Vj.: 46,1 Prozent).

Digital OOH & Content

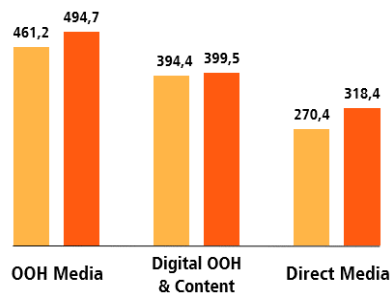
Die Umsatzerlöse der ersten neun Monate 2019 stiegen im Segment Digital OOH & Content von 394 Millionen Euro auf 400 Millionen Euro gegenüber Vorjahr an, bei einem organischen Umsatzwachstum von knapp 8 Prozent. Mit den nachhaltig positiven Entwicklungen des DOOH-Geschäfts konnten die Effekte aus dem Verkauf einiger Randaktivitäten wie beispielsweise Mobile Performance und Twiago im ersten Quartal mehr als ausgeglichen werden und damit das Profil weiter schärfen. Das EBITDA (adjusted) konnte um 12 Prozent von 122 Millionen Euro auf 136 Millionen Euro verbessert werden. Hierzu trugen im Wesentlichen Public Video und Statista bei. Die EBITDA-Marge (adjusted) belief sich auf 34,1 Prozent (Vj.: 30,9 Prozent).

Direct Media

Der Segmentumsatz von Direct Media steigerte sich in den ersten drei Quartalen 2019 von 270 Millionen Euro auf 318 Millionen Euro. Das organische Wachstum lag bei 16 Prozent. Die positive Umsatzentwicklung ist im Wesentlichen getrieben von der guten Performance des Direktvertriebs. Vor dem Hintergrund der fortgesetzten Integration und Optimierung von Prozessen im Segment, lag das EBITDA (adjusted) bei rund 42 Millionen Euro (Vj.: 43 Millionen Euro), die EBITDA-Marge (adjusted) bei 13,2 Prozent (Vj.: 15,9 Prozent).

KONZERN-FINANZKENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

Fortgeführte Aktivitäten

<p>UMSATZ 1.186,6 Mio. € (Vj.: 1.112,7 Mio. €)</p>	<p>EBITDA (ADJUSTED)¹ 388,8 Mio. € (Vj.: 364,0 Mio. €)</p>	<p>EBITDA-MARGE (ADJUSTED) 32,8% (Vj.: 32,7%)</p>												
<p>PRO SEGMENT In Mio. €</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Segment</th> <th>2018</th> <th>2019</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>OOH Media</td> <td>461,2</td> <td>494,7</td> </tr> <tr> <td>Digital OOH & Content</td> <td>394,4</td> <td>399,5</td> </tr> <tr> <td>Direct Media</td> <td>270,4</td> <td>318,4</td> </tr> </tbody> </table>	Segment	2018	2019	OOH Media	461,2	494,7	Digital OOH & Content	394,4	399,5	Direct Media	270,4	318,4	<p>ORGANISCHES UMSATZWACHSTUM 7,3% (Vj.: 8,1%)</p>	<p>BEREINIGTES KONZERNERGEBNIS 126,4 Mio. € (Vj.: 119,2 Mio. €)</p>
Segment	2018	2019												
OOH Media	461,2	494,7												
Digital OOH & Content	394,4	399,5												
Direct Media	270,4	318,4												
	<p>FREE CASH-FLOW VOR M&A 200,2 Mio. € (Vj.: 137,1 Mio. €)</p>	<p>ROCE 18,6% (Vj.: 17,9%)</p>												

In Mio. EUR	Q3 2019	Q3 2018	9M 2019	9M 2018
Umsatzerlöse	399,2	386,8	1.186,6	1.112,7
EBITDA (adjusted)¹	132,8	127,1	388,8	364,0
Bereinigungseffekte	13,2	8,2	27,8	23,1
EBITDA	119,5	118,9	360,9	340,9
Abschreibungen	92,9	86,8	268,7	251,7
davon aus Kaufpreisallokationen und Wertberichtigungen	18,7	15,5	53,3	52,2
EBIT	26,6	32,2	92,2	89,2
Finanzergebnis	8,5	7,4	23,4	23,2
EBT	18,1	24,7	68,8	66,0
Steuern	2,6	3,1	11,5	8,9
Konzernergebnis	15,5	21,7	57,3	57,1
Bereinigtes Konzernergebnis	42,4	40,7	126,4	119,2
Free Cash-Flow (vor M&A)			200,2	137,1
Nettoverschuldung (30. Sept.)			647,4	622,4

Über Ströer

¹ Das „EBITDA (adjusted)“ ist inhaltlich identisch mit dem bisherigen Begriff des „Operational EBITDA“.

Ströer ist ein führender deutscher Außenwerber und bietet werbungstreibenden Kunden individualisierte, voll integrierte Komplettlösungen entlang der gesamten Marketing- und Vertriebswertschöpfungskette an. Ströer setzt mit der „OOH plus“ Strategie auf die Stärken des OOH-Geschäfts unterstützt durch die flankierenden Geschäftsfelder Content und Direct Media. Mit dieser Kombination ist das Unternehmen in der Lage kontinuierlich die Relevanz bei Kunden weiter auszubauen und besitzt dank starker Marktanteile und langfristiger Verträge auf dem deutschen Markt eine hervorragende Voraussetzung, um auch in den kommenden Jahren am Marktwachstum überproportional profitieren zu können.

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". Zum Portfolio zählen alle Medien, die außer Haus zum Einsatz kommen – von den klassischen Plakatmedien über das exklusive Werberecht an Bahnhöfen bis hin zu digitalen Out-of-Home Medien. Die Bereiche Content und Direct Media flankieren das Kerngeschäft. Mit Dialogmarketing offeriert Ströer seinen Kunden gesamthafte Lösungen auf Performance-Basis – von orts- oder contentbasierter Reichweite und Interaktion über das gesamte Spektrum des Dialogmarketings bis hin zur Transaktion. Zudem publiziert das Medienhaus im Digital Publishing Premium-Inhalte über alle digitalen Kanäle und bietet mit Angeboten wie t-online.de und Special-Interest-Portalen eines der reichweitenstärksten Netzwerke Deutschlands.

Das Unternehmen beschäftigt rund 13.000 Mitarbeiter an mehr als 100 Standorten. Im Geschäftsjahr 2018 hat Ströer einen Umsatz in Höhe von 1,6 Milliarden Euro erwirtschaftet. Die Ströer SE & Co. KGaA ist im SDAX der Deutschen Börse notiert.

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

Pressekontakt

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