

## PRESSEMITTEILUNG

### **Rekordumsatz: Starkes Digital-Geschäft treibt profitables Wachstum von Ströer im ersten Halbjahr**

- **Konzernumsatz steigt im ersten Halbjahr um 9 Prozent auf 363,4 Millionen Euro**
- **Digital-Umsätze wachsen um mehr als 23 Prozent**
- **Operational EBITDA wächst deutlich um 36 Prozent auf 78,4 Millionen Euro**
- **Bereinigter net profit verdoppelt sich nahezu auf 33,8 Millionen Euro**

Köln, 13. August 2015

Die Ströer SE knüpft im zweiten Quartal 2015 an die positive Entwicklung der ersten drei Monate an. Die sehr guten Geschäftsergebnisse sind eine Folge der Fokussierung auf die digitalen Geschäftsmodelle in der gesamten Unternehmensgruppe. Die Ströer SE kombiniert erfolgreich das strukturell wachsende Out-of-Home-Geschäft mit dynamisch-expandierenden digitalen Geschäftsmodellen. Mit der Akquisition von Deutschlands führendem Internetportal t-online.de (laut AGOF) und Deutschlands TOP-3 Onlinevermarkter InteractiveMedia (laut AGOF) macht Ströer den entscheidenden Schritt zum digitalen Multi-Channel-Medienhaus. Damit erreicht das Unternehmen eine weitere, wesentliche Stufe im Rahmen seiner Digital-Strategie und generiert ein starkes Wachstumsmoment für die kommenden Quartale.

Der Umsatz stieg in den ersten sechs Monaten im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres um 9 Prozent auf 363,4 Millionen Euro an. Dies entspricht einem organischen Umsatzwachstum von 8 Prozent. Wesentlicher Wachstumstreiber ist vor allem das Digitalgeschäft. Im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres stiegen die Umsätze im Digitalsegment um mehr als 23 Prozent auf 88,2 Millionen Euro an. Organisch wuchs das Segment signifikant um 24,6 Prozent – insbesondere der neu geschaffene Contentbereich trägt zur sehr positiven Entwicklung bei. Das Segment Out-of-Home

Deutschland wuchs in den ersten sechs Monaten organisch um 6,1 Prozent und trägt insgesamt 214,1 Millionen Euro zum Umsatz bei. Das internationale Out-of-Home Geschäft liegt mit 73,1 Millionen Euro Umsatz im ersten Halbjahr leicht im Plus.

Die positive Umsatzentwicklung wirkte sich auch auf das Operational EBITDA aus. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stieg dieses sehr deutlich um mehr als 36 Prozent auf 78,4 Millionen Euro an. Die Operational EBITDA Marge verbesserte sich ebenfalls deutlich und beträgt 21,2 Prozent im Vergleich zu 17 Prozent im Vorjahr.

Explizit hervorzuheben ist die signifikante Steigerung des bereinigten net profits. Dieses verdoppelte sich nahezu auf 33,8 Millionen Euro. Ein Grund hierfür ist die ungebrochene Kosteneffizienz von Ströer in allen Konzernbereichen.

Trotz starker Investitionstätigkeit und verschiedener Akquisitionen im ersten Halbjahr 2015 hat Ströer aufgrund der guten Entwicklung des operativen Geschäfts seinen dynamischen Verschuldungsgrad (Nettoverschuldung zu Operational EBITDA) unverändert stabil bei 1,9x gehalten.

Auf Basis der Übernahmen von Deutschlands führendem Internetportal t-online.de und Deutschlands TOP-3 Onlinevermarkter InteractiveMedia hebt das Unternehmen seine mittelfristige Guidance an: Für 2016 rechnet Ströer mit einem Konzernumsatz von rund einer Milliarde Euro bei einer EBITDA-Marge von 23 bis 24 Prozent. Gleichzeitig erwartet das Unternehmen in der Digitalsparte ein starkes Wachstum des Operational EBITDA auf einen dreistelligen Millionenbetrag. Unverändert ist das Ziel, den Umsatzbeitrag der Digitalsparte in den kommenden Jahren auf 50 Prozent zu steigern. Der Ausblick für das laufende Geschäftsjahr ist nochmals bestätigt worden: das Unternehmen rechnet mit einem organischen Umsatzanstieg im mittleren bis höheren einstelligen Prozentbereich sowie einem operational EBITDA von mindestens 180 Millionen Euro.

**„Wir konnten an die hervorragende Entwicklung der vergangenen Monate und Quartale anknüpfen und zeigen ein von Digital-Wachstum geprägtes erstes Halbjahr. Unsere Finanzkennzahlen zeigen eine deutlich positive Entwicklung. Auf Basis der heute kommunizierten Übernahmen des führenden Internetportals t-online.de (laut AGOF) und dem TOP-3 Onlinevermarkter InteractiveMedia (laut**

AGOF) heben wir unsere mittelfristige Guidance an und erwarten bereits im kommenden Jahr einen Umsatz von rund einer Milliarde Euro“, sagt Udo Müller, Vorstandsvorsitzender von Ströer.

## Geschäftssegmente

### *Out-of-Home Deutschland*

Der Umsatz im Segment Out-of-Home Deutschland steigerte sich im ersten Halbjahr um 6,1 Prozent auf 214,1 Millionen Euro und im zweiten Quartal 2015 um 5,8 Prozent auf 117,9 Millionen Euro. Das Umsatzwachstum basiert vor allem auf der Ausweitung von nationalen und regionalen Vertriebsaktivitäten. Der breite Mix aus digitalen und analogen Produkten der Ströer Gruppe wirkte sich ebenfalls sehr positiv auf die Umsatzentwicklung aus. Das Operational EBITDA entwickelte sich entsprechend deutlich positiv und stieg im ersten Halbjahr um 33,9 Prozent auf 50,1 Millionen Euro an. Im zweiten Quartal wuchs der Wert um 34,6 Prozent auf 31,0 Millionen Euro an. Auch die EBITDA-Marge verbesserte sich im ersten Halbjahr deutlich auf 23,4 Prozent. Im zweiten Quartal steigerte sich die EBITDA-Marge sogar noch deutlicher auf 26,3 Prozent.

### *Digital*

Das neu zugeschnittene Segment Digital umfasst alle digitalen Geschäftsaktivitäten des Konzerns inklusive der Online-Werbevermarktung, des Contentgeschäfts der neu gegründeten Ströer Content Group und der Public Video Aktivitäten des Konzerns. Das Segment stellt eine zentrale Säule der Unternehmensstrategie dar und ist maßgeblicher Treiber für stetiges und nachhaltiges Wachstum im Konzern. Das Umsatzwachstum des Segments lag im ersten Halbjahr 2015 bei 23,1 Prozent und summierte sich auf 88,2 Millionen Euro. Im zweiten Quartal wuchs das Geschäft um 15,3 Prozent auf 46,5 Millionen Euro Umsatz. Das starke organische Wachstum im ersten Halbjahr betrug 24,6 Prozent und im zweiten Quartal 16,1 Prozent. Das Operational EBITDA im ersten Halbjahr des Segments Digital stieg um mehr als 65 Prozent auf 24 Millionen Euro. Im zweiten Quartal 2015 wuchs das Operational EBITDA um mehr als 50 Prozent auf 14,5 Millionen Euro an. Die Operational EBITDA Marge wuchs beachtlich und beträgt in der ersten Jahreshälfte 27,2 Prozent und steigerte sich im zweiten Quartal ebenfalls sehr deutlich auf 31,2 Prozent.

## *Out-of-Home International*

Das internationale OOH Segment war – wie bereits in den vorangegangenen Monaten und Quartalen auch – durch ein herausforderndes Marktumfeld geprägt. Trotz der Herausforderungen konnte der Umsatz im ersten Halbjahr leicht um 2,5 Prozent gesteigert werden. Auch das Operational EBITDA verbesserte sich weiter und stieg um 5,3 Prozent an. Die Operational EBITDA Marge im ersten Halbjahr beträgt 15,9 Prozent.

## Konzern-Finanzkennzahlen im Überblick

In Mio. Euro	6M 2015	6M 2014	Veränderung
Umsatz (1)	363,4	334,7	8,6%
<b>pro Segment</b>			
OOH Deutschland (2)	214,1	201,7	6,1%
Ströer Digital	88,2	71,7	23,1%
OOH International	73,1	71,3	2,5%
<b>pro Produktgruppe</b>			
Billboard (2)	156,1	153,8	1,4%
Street Furniture (2)	74,8	69,0	8,4%
Transport (2)	26,6	25,6	4,0%
Digital (3)	90,0	73,7	22,2%
Sonstige (2)	23,2	18,9	22,8%
Organisches Wachstum (in Prozent) (4)	8,4	8,4	
Bruttoergebnis vom Umsatz (5)	106,8	96,1	11,0%
Operational EBITDA (6)	78,4	57,8	35,8%
Operational EBITDA-Marge (in Prozent) (6)	21,2	16,9	
Bereinigtes EBIT (7)	45,0	34,5	30,4%
Bereinigte EBIT-Marge (in Prozent) (7)	12,1	10,1	
Bereinigter Periodenüberschuss/-fehlbetrag (8)	33,8	17,3	95,0%
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (EUR) (9)	0,68	0,34	99,1%
Periodenüberschuss/-fehlbetrag (10)	18,8	2,5	> 100%
Ergebnis je Aktie (EUR) (11)	0,37	0,04	> 100%
Investitionen (12)	38,3	17,4	> 100%
Free Cash-Flow (13)	-13,7	6,7	n.d.
	<b>30.06.2015</b>	<b>31.12.2014</b>	<b>Veränderung</b>
Bilanzsumme (1)	1002,8	953,4	5,2%
Eigenkapital (1)	306,9	320,5	-4,3%
Eigenkapitalquote (in Prozent)	30,6	33,6	
Nettoverschuldung (14)	325,4	275,4	18,2%
Mitarbeiter (Anzahl) (15)	2.472	2.380	3,9%

- (1) Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform
- (2) Joint Ventures sind quotal berücksichtigt (Management Ansatz)
- (3) Umsätze des Segments Ströer Digital und digitale Außenwerbeumsätze anderer Segmente
- (4) Ohne Währungskurseffekte und Effekte aus (Ent-)Konsolidierung und Beendigung von Geschäftsbereichen (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)
- (5) Umsatz abzüglich Umsatzkosten (Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform)
- (6) Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen bereinigt um Sondereffekte (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)
- (7) Ergebnis vor Zinsen und Steuern bereinigt um Sondereffekte, Abschreibungen auf erworbene Werberechtskonzessionen und Wertminderungsaufwendungen auf immaterielle Vermögenswerte (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)
- (8) Bereinigtes EBIT vor Minderheiten abzüglich um Sondereffekte bereinigtes Finanzergebnis und normalisierter Steueraufwand (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)
- (9) Bereinigtes Periodenergebnis nach Abzug des ausgewiesenen Minderheitsergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien (48.869.784)
- (10) Periodenüberschuss/-fehlbetrag vor Minderheiten (Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform)
- (11) Tatsächliches Periodenergebnis nach Abzug des ausgewiesenen Minderheitsergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien (48.869.784)
- (12) Beinhaltet Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen (Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform)
- (13) Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich Cash-Flow aus Investitionstätigkeit (Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform)
- (14) Finanzverbindlichkeiten abzüglich derivative Finanzinstrumente und liquide Mittel (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)
- (15) Nach Anzahl der Personen in Voll- und Teilzeitbeschäftigungsverhältnissen (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt)

## Über Ströer

Die Ströer SE ist einer der großen Anbieter für Außen- und Online-Werbung und bietet den 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 rund 290.000 Außenwerbeflächen und mehrere tausend Webseiten. Mit einem Konzernumsatz von 721 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2014 zählt die Ströer SE gemessen an den Umsätzen zu den größten Anbietern von Außenwerbung in Europa.

Die Ströer-Gruppe beschäftigt rund 2.500 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten.

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

## Pressekontakt

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

## Investor Relations

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

## Disclaimer

Diese Pressemitteilung enthält "zukunftsgerichtete Aussagen" bezüglich der Ströer SE ("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.