

PRESSEMITTEILUNG

Ströer setzt profitablen Digital-Wachstumskurs im dritten Quartal fort und hebt die Prognose für 2015 und 2016 deutlich an

- **Ströer rechnet für 2016 mit einem Konzernumsatz von 1,1 bis 1,2 Milliarden Euro und 270 bis 280 Millionen Euro Operational EBITDA**
- **2015 rechnet Ströer mit bis zu 200 Millionen Euro Operational EBITDA**
- **10 Prozent organisches Umsatzwachstum in Q3 2015**
- **Konzernumsatz in Q3 2015 steigt auf 189,8 Millionen Euro**
- **Operational EBITDA wächst stark um 44 Prozent auf 43,4 Millionen Euro in Q3 2015**
- **Bereinigter net profit verdoppelt sich im dritten Quartal 2015 nahezu auf 19,2 Millionen Euro**

Köln, 11. November 2015 Die Ströer SE setzt im dritten Quartal 2015 ihr dynamisches und stark von der Digitalisierung geprägtes Wachstum fort und bestätigt die positive Geschäftsentwicklung der vergangenen Quartale. Auf Basis der schneller als ursprünglich erwarteten Entwicklung des Digitalgeschäfts hebt Ströer die Prognose für die Geschäftsergebnisse für 2015 und 2016 deutlich an: Das Unternehmen rechnet für das laufende Geschäftsjahr mit einem Operational EBITDA von bis zu 200 Millionen Euro (bisher 180 Millionen Euro). Für 2016 geht Ströer von einem Konzernumsatz von 1,1 bis 1,2 Milliarden Euro (bisher 1 Milliarde Euro) und einem Operational EBITDA von 270 bis 280 Millionen Euro (bisher 230 bis 240 Millionen Euro) aus. Bereits im kommenden Jahr soll die Hälfte des Operational EBITDA im Digital-Segment erwirtschaftet werden.

Das organische Umsatzwachstum im dritten Quartal 2015 beträgt zehn Prozent. Insgesamt wuchs der Umsatz im dritten Quartal auf 189,8 Millionen Euro und in den ersten neun Monaten um neun Prozent auf 553,2 Millionen Euro. Die positive Umsatzentwicklung wirkte sich auch auf das Operational EBITDA aus. Im Vergleich zum dritten Quartal des Vorjahres wuchs das Operational EBITDA stark um 44 Prozent auf 43,4 Millionen Euro an. Die Operational EBITDA Marge verbesserte sich ebenfalls deutlich von 17 Prozent im Vorjahr auf 22,5 Prozent in Q3 2015. Der bereinigte Jahresüberschuss (net profit) verdoppelte sich nahezu auf 19,2 Millionen Euro. Trotz starker Investitionstätigkeit und wegweisender Akquisitionen hat Ströer aufgrund der guten Entwicklung des operativen Geschäfts seinen dynamischen Verschuldungsgrad (Nettoverschuldung zu Operational EBITDA) von bisher 2,2 (Ende Q3 2014) auf den Faktor 1,7 verbessert.

Die guten Geschäftsergebnisse sind Folge der Fokussierung auf verschiedene, digitale Geschäftsmodelle, die das Unternehmen weiter fortsetzt. Im Segment Out-of-Home Deutschland startete Ströer im dritten Quartal 2015 die Digitalisierung der Werbeträger auf der Straße. Zudem startet der Rollout von digitalen Säulen und Mega-Lights in Metropolen Deutschlands wie Köln, Düsseldorf oder Hamburg. Ströer rollt als weltweit erstes Unternehmen ein nationales, flächendeckendes Beacon-Netzwerk aus. Insgesamt 50.000 Werbeträger an hochfrequentierten Verkehrsknotenpunkten in Deutschland werden bis Ende 2016 mit der iBeacon-Technologie ausgestattet.

„Wir haben Ströer zu einem führenden digitalen Multi-Channel-Medienhaus in Deutschland gemacht und stützen uns auf unsere Säulen Big Data, Digital-Content und Out-of-Home-Infrastruktur. Wir sind überzeugt, dass diese einzigartige Kombination unserer Geschäftssegmente auch in Zukunft einen großen Mehrwert für unsere Aktionäre generieren wird“, sagt Udo Müller, Vorstandsvorsitzender von Ströer. „Wir verfügen über eine gut gefüllte M&A Pipeline – ohne dabei unsere strenge Kostendisziplin aus den Augen zu verlieren – und fokussieren uns vorrangig auf Transaktionen, die für die Ströer Gruppe unmittelbar wertsteigernd sind.“

In 2016 wird Ströer rund 40 Prozent seiner Umsätze im Digitalsegment erwirtschaften. Langfristiges Ziel ist es, den Umsatzbeitrag der Digitalsparte in den kommenden Jahren auf 50 Prozent zu steigern. Die jüngsten Akquisitionen unterstreichen die Digitalisierung

in sämtlichen Unternehmensbereichen. Die Ströer Digital Group akquirierte das auf Mobile Performance Marketing spezialisierte Netzwerk KissMyAds und treibt damit die Monetarisierung von App Installationen und Mobile Traffic an. Zudem ergänzt die Ströer Content Group mit Lioncast, einem der führenden Hersteller für Gaming Zubehör, das eigens aufgebaute Gaming-Vertical. Ströer hat gleichzeitig mit der Deutschen Telekom AG und Falk Technologies die Gründung eines Series-A-Venture-Fonds für disruptive, digitale Geschäftsmodelle vereinbart – vorbehaltlich der Zustimmung des Bundeskartellamts.

Geschäftssegmente

Out-of-Home Deutschland

Der Umsatz im Segment Out-of-Home Deutschland steigerte sich im dritten Quartal 2015 um 4,7 Prozent auf 110,7 Millionen Euro und in den ersten neun Monaten um 5,6 Prozent auf 324,8 Millionen Euro. Das Operational EBITDA entwickelte sich ebenfalls positiv und stieg im dritten Quartal um 37,5 Prozent auf 28,6 Millionen Euro an. In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres wuchs der Wert um 35,2 Prozent auf 78,7 Millionen Euro an. Auch die EBITDA-Marge verbesserte sich im dritten Quartal 2015 deutlich auf 25,8 Prozent. In den ersten neun Monaten des Jahres steigerte sich die EBITDA-Marge auf 24,2 Prozent.

Digital

Das Segment Digital umfasst alle digitalen Geschäftsaktivitäten des Konzerns inklusive der Online-Werbevermarktung, des Contentgeschäfts der 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 dritten Quartal 2015 bei 32,4 Prozent und summierte sich auf 51,7 Millionen Euro. In den ersten neun Monaten 2015 wuchs das Geschäft um 26,4 Prozent auf 139,9 Millionen Euro Umsatz. Das starke organische Wachstum betrug im dritten Quartal des Jahres 34,8 Prozent und bezogen auf die ersten neun Monate 2015 28,3 Prozent. Das Operational EBITDA im dritten Quartal 2015 des Segments Digital stieg um 54,7 Prozent auf 13,8 Millionen Euro. In den ersten neun Monaten 2015 wuchs das Operational EBITDA um 61,4 Prozent auf 37,8 Millionen Euro an.

Out-of-Home International

Das internationale OOH Segment war durch ein herausforderndes Marktumfeld geprägt. Trotz der Herausforderungen blieb der Umsatz weitestgehend stabil und liegt nach den ersten neun Monaten bei 105,7 Millionen Euro. Das Operational EBITDA stieg um 5,2 Prozent auf 15,3 Millionen Euro an.

Konzern-Finanzkennzahlen im Überblick

in Mio. EUR	9M 2015	9M 2014	Veränderung
Umsatz (1)	553,2	509,3	8,6%
pro Segment			
OoH Deutschland (2)	324,8	307,5	5,6%
Ströer Digital	139,9	110,7	26,4%
OoH International	105,7	105,8	-0,1%
pro Produktgruppe			
Billboard (2)	232,4	230,3	0,9%
Street Furniture (2)	111,7	105,2	6,2%
Transport (2)	40,2	38,5	4,5%
Digital (3)	142,3	113,8	25,1%
Sonstige (2)	36,9	30,4	21,1%
Organisches Wachstum (4)	9,1	10,9	
Bruttoergebnis vom Umsatz (5)	158,3	144,2	9,8%
Operational EBITDA (6)	121,8	87,8	38,6%
Operational EBITDA (6) - Marge	21,6	16,9	
Bereinigtes EBIT (7)	70,4	52,6	33,7%
Bereinigte EBIT (7) - Marge	12,5	10,2	-
Bereinigter Periodenüberschuss/-fehlbetrag (8)	53,0	27,2	94,7%
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (9)	1,08	0,54	99,3%
Periodenüberschuss/-fehlbetrag (10)	25,2	4,9	> 100%
Ergebnis je Aktie (11)	0,51	0,09	> 100%
Investitionen (12)	50,4	25,8	95,1%
Free Cash-Flow (13)	7,4	34,1	-78,2%
	30.09.2015	31.12.2014	Veränderung
Bilanzsumme (1)	976,8	953,9	2,4%
Eigenkapital (1)	293,7	320,7	-8,4%
Eigenkapitalquote	30,1	33,6	
Nettoverschuldung (14)	304,3	275,0	10,6%
Mitarbeiter (15)	2.647	2.380	11,2%

1) Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform

2) Joint Ventures sind quotall 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 quotall 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 quotall berücksichtigt)

- 7) Ergebnis vor Zinsen und Steuern bereinigt um Sondereffekte, Abschreibungen auf erworbene Werberechtskonzessionen und Wertminderungsaufwendungen auf immaterielle Vermögenswerte (Joint Ventures sind quotaal berücksichtigt)
- 8) Bereinigtes EBIT vor Minderheiten abzüglich um Sondereffekte bereinigtes Finanzergebnis und normalisierter Steueraufwand (Joint Ventures sind quotaal 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 quotaal berücksichtigt)
- 15) Nach Anzahl der Personen in Voll- und Teilzeitbeschäftigungsverhältnissen (Joint Ventures sind quotaal berücksichtigt)

Über Ströer

Die Ströer SE 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 2.500 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten. Im Geschäftsjahr 2014 hat die Ströer SE einen Umsatz in Höhe von 721 Millionen Euro erwirtschaftet. Die Ströer SE ist im SDAX der Deutschen Börse notiert.

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter 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

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

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.