

PRESSEMITTEILUNG

Ströer steigert nach Zukauf von T-Online Umsatz und Gewinn im ersten Halbjahr deutlich

- **Ströer wächst organisch 8,7 Prozent**
- **T-Online-Zukauf treibt Halbjahresumsatz um 38 Prozent auf 502,3 Millionen Euro und Operational EBITDA um 46 Prozent auf 114,6 Millionen Euro**
- **Bereinigtes Ergebnis wächst um 79 Prozent auf 60,6 Millionen Euro**

Köln, 11. August 2016 Ströer setzt auch im zweiten Quartal 2016 den erfolgreichen Wachstumskurs fort. Im ersten Halbjahr ist der Umsatz von 363,4 Millionen Euro um 38,2 Prozent auf 502,3 Millionen Euro angestiegen. Der Anstieg ist maßgeblich auf die im November 2015 vollzogene Akquisition von T-Online, als auch auf das organische Umsatzwachstum in Höhe von 8,7 Prozent zurückzuführen. Getragen von der guten operativen Entwicklung sowie dem Zukauf von T-Online wächst das Operational EBITDA sehr deutlich um 46,2 Prozent auf 114,6 Millionen Euro. Auch das bereinigte EBIT wächst in diesem Zusammenhang um 68,7 Prozent auf 75,9 Millionen Euro. Das bereinigte Halbjahresergebnis hat sich ebenfalls herausragend entwickelt und stieg um 79,2 Prozent auf 60,6 Millionen Euro an. Der Free Cash Flow vor Akquisitionen verbesserte sich signifikant um mehr als 35 Millionen Euro auf 37,8 Millionen Euro (Vorjahr: 0,2 Millionen Euro). Der dynamische Verschuldungsgrad zum Ende des ersten Halbjahres 2016 verbesserte sich auf den Faktor 1,5 verglichen mit dem Vorjahreswert von 1,9.

„Wir haben ein sehr gutes erstes Halbjahr 2016 erlebt und unsere Finanzkennzahlen haben sich ausgezeichnet entwickelt. Wir verzeichnen starke Umsatz- und Gewinnzuwächse, welche nicht nur auf unser organisches Wachstum, sondern auch auf unsere wertsteigernden Akquisitionen zurückzuführen sind. Wir kombinieren die Profitabilität etablierter Unternehmen mit der Dynamik stark wachsender, junger Geschäftsmodelle und können so

nachhaltig und profitabel wachsen. Unsere Strategie zahlt sich aus“, sagt Udo Müller, Vorstandsvorsitzender von Ströer. „Auf Basis der positiven Geschäftsaussichten bestätigen wir unsere aktuelle Guidance von mehr als 280 Millionen Euro EBITDA bei einem Konzernumsatz zwischen 1,1 und 1,2 Milliarden Euro für 2016.“

Geschäftssegmente

Digital

Das Segment Ströer Digital konnte seine Umsatzerlöse auch im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres weiter ausbauen. Der Umsatz im Segment Digital ist von 88,2 Millionen Euro auf 210,3 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2016 angestiegen. Der Anstieg ist maßgeblich auf die im November 2015 vollzogene Akquisition von T-Online, als auch auf das organische Umsatzwachstum in Höhe von 10 Prozent zurückzuführen. Des Weiteren haben die Umsatzbeiträge der Investitionen in weitere digitale Geschäftsmodelle des Produktsegments Transactional (wie z. B. Statista und stayfriends) zu dieser Entwicklung beigetragen. Dank der Digitalstrategie von Ströer gelingt es dem Unternehmen, sowohl auf der Umsatz-, als auch auf der Kostenseite von Skalen- bzw. Synergie-Effekten zu profitieren. Gleichzeitig investiert Ströer jedoch auch stark in den Aufbau schnell wachsender Geschäftsmodelle. Aus diesem Grund beträgt die Operational EBITDA Marge 25,6 Prozent im Vergleich zu 27,2 Prozent im Vorjahr.

Out-of-Home Deutschland

Das Segment Out-of-Home Deutschland konnte im ersten Quartal 2016 an die sehr gute Entwicklung aus dem Vorjahr anknüpfen. Der Halbjahresumsatz ist um 9,6 Prozent von 214,1 Millionen Euro auf 234,6 Millionen Euro angestiegen. Neben einer weiterhin robusten Nachfrage gingen nennenswerte Wachstumsimpulse auch von zusätzlichen vertrieblichen Maßnahmen aus. Die Produktgruppe Großformate (vormals Billboard), die sowohl nationale wie auch regionale Kundengruppen adressiert, konnte vor allem von einer unverminderten Nachfrage nach klassischen Außenwerbeprodukten profitieren. Zudem haben zahlreiche Maßnahmen in der nationalen Vertriebsorganisation die Umsätze zusätzlich beflügelt. Darüber hinaus machte sich auch der kontinuierliche Ausbau der regionalen Vertriebseinheit bemerkbar. Die Produktgruppe Street Furniture, deren Kunden im Durchschnitt eher national bzw. international agieren, legte ebenfalls merklich zu. In gleicher Weise profitierte die Produktgruppe Transport – wenn auch auf

niedrigerem Niveau – von der allgemeinen Dynamik im Segment. Mit den spürbar gestiegenen Umsatzerlösen ging ein eher unterproportionales Wachstum bei den Umsatzkosten einher. Die Operational EBITDA-Marge stieg somit auf 25,2 Prozent (Vorjahr: 23,4 Prozent).

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 entwickelten sich mit 69,8 Millionen Euro (Vorjahr: 73,1 Millionen Euro) im ersten Halbjahr 2016 mit minus 4,5 Prozent leicht rückläufig. Obwohl insbesondere die Türkei im zweiten Quartal an Dynamik verlor, konnten alle drei Teilsegmente in lokaler Währung, im Vergleich zum Halbjahr des Vorjahres 3,2 Prozent zulegen, wobei sich die äußeren Rahmenbedingungen aufgrund der geopolitischen Spannungen in der Türkei insbesondere im zweiten Quartal als sehr herausfordernd darstellen. Auch im Hinblick auf die Umsatzkosten hatten die Währungskursrelationen eine erkennbar dämpfende Wirkung, sodass umsatzinduziert höhere Kosten durch Wechselkurseffekte überlagert wurden. Insgesamt erzielte das Segment ein Operational EBITDA in Höhe von 11,3 Millionen Euro (Vorjahr: 11,7 Millionen Euro) und eine Operational EBITDA-Marge von 16,2 Prozent (Vorjahr: 15,9 Prozent).

Konzernfinanzkennzahlen im Überblick

		Q2 2016	Q2 2015	Veränderung	6M 2016	6M 2015	Veränderung
Umsatz¹⁾	Mio. EUR	276,2	201,6	37,0%	502,3	363,4	38,2%
pro Segment							
Ströer Digital	Mio. EUR	117,1	46,5	> 100%	210,3	88,2	> 100%
OoH Deutschland ²⁾	Mio. EUR	126,3	117,9	7,1%	234,6	214,1	9,6%
OoH International	Mio. EUR	39,8	43,4	-8,4%	69,8	73,1	-4,5%
pro Produktgruppe							
Großformate ²⁾	Mio. EUR	92,9	90,8	2,3%	165,4	156,0	6,0%
Street Furniture ²⁾	Mio. EUR	39,0	41,3	-5,6%	76,5	74,8	2,2%
Transport ²⁾	Mio. EUR	15,7	14,1	11,3%	28,9	26,6	8,7%
Display ³⁾	Mio. EUR	64,6	20,1	> 100%	121,8	40,4	> 100%
Video ³⁾	Mio. EUR	25,9	20,6	25,3%	45,2	38,4	17,6%
Transactional ³⁾	Mio. EUR	27,7	6,6	> 100%	45,3	11,3	> 100%
Sonstige ²⁾	Mio. EUR	13,8	11,9	15,7%	25,9	23,1	12,0%
Organisches Wachstum⁴⁾	%	6,5	7,0		8,7	8,4	
Bruttoergebnis vom Umsatz ⁵⁾	Mio. EUR	91,7	65,3	40,5%	159,0	106,1	49,9%
Operational EBITDA⁶⁾	Mio. EUR	69	52,1	32,3%	114,6	78,4	46,2%
Operational EBITDA⁶⁾ – Marge	%	24,7	25,4		22,5	21,2	
Bereinigtes EBIT ⁷⁾	Mio. EUR	49,6	35,5	39,8%	75,9	45,0	68,7%
Bereinigte EBIT ⁷⁾ – Marge	%	17,7	17,3		14,9	12,1	
Bereinigter Periodenüberschuss/-fehlbetrag ⁸⁾	Mio. EUR	40,2	29,3	37,1%	60,6	33,8	79,2%
Bereinigtes Ergebnis je Aktie ⁹⁾	EUR	0,73	0,58	25,1%	1,12	0,68	63,7%
Periodenüberschuss/-fehlbetrag ¹⁰⁾	Mio. EUR	23,3	21,2	9,9%	27,7	18,2	52,2%
Ergebnis je Aktie ¹¹⁾	EUR	0,42	0,42	1,5%	0,52	0,36	43,9%
Investitionen ¹²⁾	Mio. EUR				45,6	38,3	18,9%
Free Cash-Flow ¹³⁾	Mio. EUR				-65,7	-13,7	< -100%
					30.06.2016	31.12.2015	Veränderung
Bilanzsumme ¹⁾	Mio. EUR				1.634,70	1.469,30	11,3%
Eigenkapital ¹⁾	Mio. EUR				640,0	679,6	-5,8%
Eigenkapitalquote	%				39,2	46,3	
Nettoverschuldung ¹⁴⁾	Mio. EUR				363,9	231,2	57,4%
Mitarbeiter ¹⁵⁾	Anzahl				4.075	3.270	24,6%

- 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 Außenwerbungsumsätze 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 (55.282.499; in Q2 2015: 48.869.784)
- ¹⁰⁾ Periodenüberschuss/-fehlbetrag vor Minderheiten (Joint Ventures sind at-Equity berücksichtigt - IFRS 11 konform)
- ¹¹⁾ Periodenergebnis nach Abzug des ausgewiesenen Minderheitsergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien (55.282.499; in Q2 2015: 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 & 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 4.100 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten. Im Geschäftsjahr 2015 hat die Ströer SE einen Umsatz in Höhe von 824 Millionen 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 der 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

Dafne Sanac
Ströer SE & Co. KGaA
Leiterin Investor Relations
Ströer Allee 1 · 50999 Köln
Phone: 02236 / 96 45-356
Email: 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.