

## PRESSEMITTEILUNG

### Ströer setzt profitablen Wachstumskurs im 3. Quartal fort

- **Umsatz wächst in den ersten neun Monaten 2016 um 38 Prozent**
- **Operational EBITDA steigt in den ersten neun Monaten 2016 um 46 Prozent von 122 Millionen Euro auf 177 Millionen Euro**
- **Bereinigtes Ergebnis erhöht sich in den ersten neun Monaten 2016 um 68 Prozent von 53 Millionen Euro auf 89 Millionen Euro**

Köln, 10. November 2016                      Ströer setzt den profitablen Wachstumskurs auch im dritten Quartal 2016 weiter fort. In den ersten neun Monaten 2016 ist der Umsatz um 38,4 Prozent von 553,2 Millionen Euro auf 765,7 Millionen Euro angestiegen. Dies ist auf das starke Wachstum in den Segmenten OOH Deutschland und Digital zurückzuführen. Die Ströer Gruppe verzeichnet in den ersten neun Monaten 2016 ein organisches Umsatzwachstum von 7,4 Prozent.

Trotz laufender Investitionen in den Lokalvertrieb in Deutschland sowie weiterer organischer Wachstumsinvestitionen in das Digitalgeschäft, ist das Operational EBITDA sehr deutlich um 45,7 Prozent von 121,8 Millionen Euro auf 177,5 Millionen Euro angewachsen. Die Operational EBITDA-Marge steigerte sich damit von 21,6 Prozent im Vorjahr auf 22,9 Prozent zum Ende des dritten Quartals 2016.

Das bereinigte Ergebnis der ersten neun Monate 2016 hat sich ebenfalls herausragend entwickelt und stieg um 67,7 Prozent von 53,0 Millionen Euro auf 88,9 Millionen Euro an. Der Free Cash Flow vor Akquisitionen stieg in den ersten neun Monaten um 40,5 Prozent von 37,3 Millionen Euro auf 52,4 Millionen Euro an. Der dynamische Verschuldungsgrad hat sich trotz erheblicher Wachstumsinvestitionen und Akquisitionen zum Ende des dritten Quartals 2016 auf den Faktor 1,5 verbessert (Vorjahr: 1,7).

**„Ströer hat sich in den ersten neun Monaten hervorragend entwickelt – wir verzeichnen starke Umsatz- und Gewinnzuwächse. Unser Fokus liegt auf unseren organischen Wachstumschancen in den am stärksten wachsenden Medien-Segmenten Online, Mobile und Out-of-Home. Auf Basis der aktuell laufenden**

**Jahresgespräche mit unseren wichtigsten Kunden und Agenturen erwarten wir auch für das kommende Jahr eine kontinuierlich erfolgreiche Geschäftsentwicklung“, sagt Udo Müller, Vorstandsvorsitzender von Ströer. „Wir bestätigen unsere aktuelle Guidance von mehr als 280 Millionen Euro Operational EBITDA bei einem Konzernumsatz von 1,15 Milliarden Euro für 2016. Für 2017 erwarten wir einen Konzernumsatz von 1,2 bis 1,3 Milliarden Euro und ein Operational EBITDA von mehr als 320 Millionen Euro.“**

## **Geschäftssegmente**

### *Digital*

Das Segment Ströer Digital konnte seine Umsatzerlöse auch in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres deutlich über alle Produktgruppen hinweg weiter ausbauen. Hierbei fließen auch die zuletzt getätigten Investitionen in das neue Produktsegment Transactional mit ein.

Der Umsatz im Segment Digital ist bei einem organischen Umsatzwachstum von 9,6 Prozent in den ersten neun Monaten 2016 von 139,9 Millionen Euro auf 333,4 Millionen Euro angestiegen. 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 auch in den Ausbau der bereits im Portfolio bestehenden schnell wachsenden Geschäftsmodelle. Das Operational EBITDA steigerte sich in den ersten neun Monaten 2016 von 37,8 Millionen Euro auf 89,7 Millionen Euro. Die Operational EBITDA Marge beläuft sich auf 26,9 Prozent.

Vor dem Hintergrund der fortlaufenden Ergänzungs- und Erweiterungsinvestitionen sind die Segmentzahlen insgesamt jedoch nur bedingt mit den Vorjahreszahlen vergleichbar.

### *Out-of-Home Deutschland*

Die operative Geschäftstätigkeit im Segment Out-of-Home Deutschland war auch im dritten Quartal von einem sehr robusten Wachstum geprägt. Der Umsatz der ersten neun Monaten ist um 8,6 Prozent von 324,8 Millionen Euro auf 352,8 Millionen Euro angestiegen.

Bezogen auf die einzelnen Produktgruppen konnte vor allem der Bereich Großformate, der sowohl nationale wie auch regionale Kundengruppen adressiert, nochmals spürbar hinzugewinnen. Wesentlicher Grund für diese Entwicklung ist insbesondere die unvermindert starke Nachfrage nach klassischen Außenwerbeprodukten. Dabei sorgten einerseits eine Reihe von gezielten Maßnahmen im nationalen Vertrieb für positive Wachstumsimpulse, andererseits wurde der Ausbau der regionalen und lokalen Vertriebsorganisation weiter forciert.

Das Operational EBITDA verbesserte sich um 15,2 Prozent von 78,7 Millionen Euro auf 90,6 Millionen Euro. Die Operational EBITDA-Marge legte von 24,2 Prozent auf 25,7 Prozent zu.

### *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 des Segments gaben in den ersten neun Monaten des Berichtsjahres um 7,1 Prozent von 105,7 Millionen Euro auf 98,1 Millionen Euro nach. Zurückzuführen ist dieser Rückgang vornehmlich auf die Schwäche der türkischen Lira und die makroökonomische Lage in der Türkei, wobei das dritte Quartal stark durch letzteres geprägt war. Unverändert erweist sich das Marktumfeld in Polen auch als undynamisch. Das organische Wachstum des Segments OOH International über die ersten neun Monate beträgt minus 1,4 Prozent.

Bedingt durch die oben beschriebene Entwicklung ging auch das Operational EBITDA zurück und erreichte in den ersten neun Monaten 11,9 Millionen Euro (Vorjahr: 15,3 Millionen Euro) und eine Operational EBITDA-Marge von 12,1 Prozent (Vorjahr: 14,5 Prozent).

Ströer erwartet einen Rebound-Effekt im vierten Quartal, der in lokaler Währung zu einem gering einstelligen Wachstum bezogen auf das Gesamtjahr führen wird.

## KONZERNKENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

		Q3 2016	Q3 2015	Veränderung	9M 2016	9M 2015	Veränderung
<b>Umsatz<sup>1)</sup></b>	Mio. EUR	<b>263,3</b>	<b>189,8</b>	<b>38,7%</b>	<b>765,7</b>	<b>553,2</b>	<b>38,4%</b>
<b>pro Segment</b>							
Ströer Digital	Mio. EUR	123,1	51,7	> 100%	333,4	139,9	> 100%
OoH Deutschland <sup>2)</sup>	Mio. EUR	118,3	110,7	6,8%	352,8	324,8	8,6%
OoH International	Mio. EUR	28,3	32,6	-13,1%	98,1	105,7	-7,1%
<b>pro Produktgruppe</b>							
Großformate <sup>2)</sup>	Mio. EUR	78,0	76,3	2,2%	243,3	232,3	4,7%
Street Furniture <sup>2)</sup>	Mio. EUR	35,6	36,9	-3,5%	112,1	111,7	0,4%
Transport <sup>2)</sup>	Mio. EUR	15,3	13,6	12,1%	44,2	40,2	9,9%
Display <sup>3)</sup>	Mio. EUR	58,6	22,5	>100%	169,6	62,9	>100%
Video <sup>3)</sup>	Mio. EUR	23,1	22,9	0,7%	68,2	61,3	11,3%
Transactional <sup>3)</sup>	Mio. EUR	41,8	6,9	>100%	97,9	18,2	>100%
Sonstige <sup>2)</sup>	Mio. EUR	14,1	13,7	3,5%	40,0	36,8	8,8%
Organisches Wachstum <sup>4)</sup>	%	5,1	10,3		7,4	9,1	
Bruttoergebnis vom Umsatz <sup>5)</sup>	Mio. EUR	82,2	51,6	59,1%	241,2	157,8	52,9%
<b>Operational EBITDA<sup>6)</sup></b>	Mio. EUR	<b>62,9</b>	<b>43,4</b>	<b>45,0%</b>	<b>177,5</b>	<b>121,8</b>	<b>45,7%</b>
<b>Operational EBITDA<sup>6)</sup> – Marge</b>	%	<b>23,6</b>	<b>22,5</b>		<b>22,9</b>	<b>21,6</b>	
Bereinigtes EBIT <sup>7)</sup>	Mio. EUR	36,7	25,4	44,5%	112,6	70,4	60,0%
Bereinigte EBIT <sup>7)</sup> – Marge	%	13,8	13,2		14,5	12,5	
Bereinigter Periodenüberschuss/-fehlbetrag <sup>8)</sup>	Mio. EUR	28,4	19,2	47,4%	88,9	53,0	67,7%
Bereinigtes Ergebnis je Aktie <sup>9)</sup>	EUR	0,48	0,40	19,9%	1,60	1,08	47,4%
Periodenüberschuss/-fehlbetrag <sup>10)</sup>	Mio. EUR	13,1	6,7	96,9%	40,8	24,8	64,2%
Ergebnis je Aktie <sup>11)</sup>	EUR	0,21	0,15	42,3%	0,73	0,51	43,4%
Investitionen (vor M&A) <sup>12)</sup>	Mio. EUR				71,7	49,5	45,0%
Free Cash-Flow (vor M&A) <sup>13)</sup>	Mio. EUR				52,4	37,3	40,5%
					<b>30.9.2016</b>	<b>31.12.2015</b>	<b>Veränderung</b>
Bilanzsumme <sup>1)</sup>	Mio. EUR				1.709,4	1.469,3	16,3%
Eigenkapital <sup>1)</sup>	Mio. EUR				655,1	679,6	-3,6%
Eigenkapitalquote	%				38,3	46,3	
Nettoverschuldung <sup>14)</sup>	Mio. EUR				405,3	231,2	75,3%
Mitarbeiter <sup>15)</sup>	Anzahl				4.421	3.270	35,2%

<sup>1)</sup> Joint Ventures sind at-Equity berücksichtigt - IFRS 11 konform

<sup>2)</sup> Joint Ventures sind quotar berücksichtigt (Management Ansatz)

<sup>3)</sup> Umsätze des Segments Ströer Digital und digitale Außenwerbeumsätze anderer Segmente

<sup>4)</sup> Ohne Währungskurseffekte und Effekte aus (Ent-)Konsolidierung und Beendigung von Geschäftsbereichen (Joint Ventures sind quotar berücksichtigt)

<sup>5)</sup> Umsatz abzüglich Umsatzkosten (Joint Ventures sind at-Equity berücksichtigt - IFRS 11 konform)

<sup>6)</sup> Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen bereinigt um Sondereffekte (Joint Ventures sind quotar berücksichtigt)

<sup>7)</sup> Ergebnis vor Zinsen und Steuern bereinigt um Sondereffekte, Abschreibungen auf erworbene Werberechtskonzessionen und Wertminderungsaufwendungen auf immaterielle Vermögenswerte (Joint Ventures sind quotar berücksichtigt)

<sup>8)</sup> Bereinigtes EBIT vor Minderheiten abzüglich um Sondereffekte bereinigtes Finanzergebnis und normalisierter Steueraufwand (Joint Ventures sind quotar berücksichtigt)

<sup>9)</sup> Bereinigtes Periodenergebnis nach Abzug des ausgewiesenen Minderheitsergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien (55.282.499; in Q3 2015: 48.869.784)

<sup>10)</sup> Periodenüberschuss/-fehlbetrag vor Minderheiten (Joint Ventures sind at-Equity berücksichtigt - IFRS 11 konform)

<sup>11)</sup> Periodenergebnis nach Abzug des ausgewiesenen Minderheitsergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien (55.282.499; in Q3 2015: 48.869.784)

<sup>12)</sup> Beinhaltet Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen sowie Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen (Joint Ventures sind at-Equity berücksichtigt - IFRS 11 konform)

<sup>13)</sup> Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich Investitionen (vor M&A) (Joint Ventures sind at-Equity berücksichtigt - IFRS 11 konform)

<sup>14)</sup> Finanzverbindlichkeiten abzüglich derivative Finanzinstrumente und liquide Mittel (Joint Ventures sind quotar berücksichtigt)

<sup>15)</sup> Nach Anzahl der Personen in Voll- und Teilzeitbeschäftigungsverhältnissen (Joint Ventures sind quotar 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 4.400 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](http://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](mailto:presse@stroeer.de)

## Investor Relations

Dafne Sanac  
Ströer SE & Co. KGaA  
Leiterin Investor & Credit Relations  
Ströer Allee 1 · D-50999 Köln  
Telefon: 02236 / 96 45-356  
Fax: 02236 / 96 45-6356  
E-Mail: [dsanac@stroeer.de](mailto: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.