

PRESSEMITTEILUNG

Ströer präsentiert starkes 1. Quartal 2019

- **Konzernumsatz wächst deutlich um 14 Prozent von 329 Millionen Euro auf 374 Millionen Euro**
- **EBITDA (adjusted) steigt um 9 Prozent von 108 Millionen Euro auf 118 Millionen Euro**
- **Bereinigtes Quartalsergebnis entwickelt sich ebenfalls positiv um 8 Prozent von 32 Millionen Euro auf 34 Millionen Euro**

Köln, 14. Mai 2019

Die Ströer SE & Co. KGaA setzt den nachhaltigen Wachstumskurs der vergangenen Geschäftsjahre fort und präsentiert mit der ersten Quartalsmitteilung 2019 wieder ein Rekordergebnis. Der Quartalsumsatz steigerte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 14 Prozent von 329 Millionen Euro auf 374 Millionen Euro. Das organische Umsatzwachstum lag bei 7,2 Prozent. Das EBITDA (adjusted) konnte im ersten Quartal um 9 Prozent von 108 Millionen Euro auf 118 Millionen Euro gesteigert werden. Das bereinigte Quartalsergebnis entwickelte sich ebenfalls positiv und stieg um 8 Prozent von 32 Millionen Euro auf 34 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. 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 10 weitere Jahre fortsetzen wird. Um ein Wachstum am oberen Ende des erwarteten strukturellen Marktwachstums sicher zu stellen 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.

„Wir sind auch 2019 wieder erfolgreich gestartet und freuen uns über das beste erste Quartal in der Firmengeschichte. Gleichzeitig sehen wir sehr erfreuliche Auftragseingänge für das gesamte kommende Geschäftsjahr“, sagt Udo Müller, Gründer und Co-CEO von Ströer.

„Nachdem wir durch die Verkäufe verschiedener Beteiligungen rund 10 Millionen Euro Umsatz und 1 Million Euro EBITDA für das Q1 abgegeben haben, sind wir mit den erzielten Ergebnissen von 374 Millionen Euro Umsatz und 118 Millionen Euro EBITDA sehr zufrieden“, sagt Christian Schmalzl, Co-CEO von Ströer. „Wir gehen davon aus, dass sich die erfolgreichen Entwicklungen des ersten Quartals auch im Zweiten fortsetzen werden. Wir erwarten für das erste Halbjahr ein organisches Umsatzwachstum von rund 7 Prozent.“

Geschäftssegmente

OOH Media

Die Umsatzerlöse des Segments OOH Media steigerten sich im ersten Quartal 2019 um 7 Prozent von 134 Millionen Euro auf 143 Millionen Euro. Insgesamt stieg das EBITDA (adjusted) des Segments in Q1 2019 um 2 Prozent von 62 Millionen Euro auf 63 Millionen Euro und erwirtschaftete eine EBITDA-Marge (adjusted) von 43,8 Prozent (Vj.: 46,0 Prozent).

Digital OOH & Content

Im ersten Quartal 2019 stiegen die Umsatzerlöse im Segment Digital OOH & Content von 123 Millionen Euro auf 125 Millionen Euro an bei einem organischem Umsatzwachstum von 8 Prozent. Das EBITDA (adjusted) steigerte sich um 25 Prozent von 35 Millionen Euro auf 44 Millionen Euro, im Wesentlichen durch das nachhaltige profitable Wachstum von Public Video und Statista getrieben. Die EBITDA-Marge (adjusted) belief sich auf 35,2 Prozent (Vj.: 28,6 Prozent).

Direct Media

Der Segmentumsatz von Direct Media stieg in Q1 2019 deutlich von 76 Millionen Euro auf 113 Millionen Euro an. Das EBITDA (adjusted) in Höhe von 15 Millionen Euro blieb aufgrund von Portfolioeffekten stabil auf Vorjahresniveau. Die EBITDA-Marge (adjusted) des Segments liegt bei 13,1 Prozent (Vj.: 19,3 Prozent). Vor dem Hintergrund der im Jahr 2018 fortgesetzten Ergänzungs- und Erweiterungsinvestitionen in das performanceorientierte Dialogmarketinggeschäft sind die Segmentzahlen insgesamt jedoch nur eingeschränkt mit den Vorjahreszahlen vergleichbar.

KONZERNKENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

Fortgeführte Aktivitäten

<p>UMSATZ</p> <p>374,0 Mio. €</p> <p>(Vj.: 329,1 Mio. €)</p> <hr/> <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>133,8</td> <td>143,0</td> </tr> <tr> <td>Digital OOH & Content</td> <td>123,2</td> <td>125,0</td> </tr> <tr> <td>Direct Media</td> <td>76,5</td> <td>112,5</td> </tr> </tbody> </table>	Segment	2018	2019	OOH Media	133,8	143,0	Digital OOH & Content	123,2	125,0	Direct Media	76,5	112,5	<p>EBITDA (ADJUSTED)¹</p> <p>117,5 Mio. €</p> <p>(Vj.: 107,6 Mio. €)</p> <hr/> <p>ORGANISCHES UMSATZWACHSTUM</p> <p>7,2%</p> <p>(Vj.: 7,2%)</p> <hr/> <p>FREE CASH-FLOW VOR M&A</p> <p>67,6 Mio. €</p> <p>(Vj.: 41,2 Mio. €)</p>	<p>EBITDA-MARGE (ADJUSTED)</p> <p>31,4%</p> <p>(Vj.: 32,7%)</p> <hr/> <p>BEREINIGTES KONZERNERGEBNIS</p> <p>34,3 Mio. €</p> <p>(Vj.: 31,8 Mio. €)</p> <hr/> <p>ROCE</p> <p>18,8%</p> <p>(Vj.: 18,1%)</p>
Segment	2018	2019												
OOH Media	133,8	143,0												
Digital OOH & Content	123,2	125,0												
Direct Media	76,5	112,5												

In Mio. EUR	Q1 2019	Q1 2018
Umsatzerlöse	374,0	329,1
EBITDA (adjusted)¹	117,5	107,6
Bereinigungseffekte	8,3	8,8
EBITDA	109,2	98,9
Abschreibungen	83,8	77,7
davon aus Kaufpreisallokationen und Wertberichtigungen	14,5	15,4
EBIT	25,4	21,2
Finanzergebnis	7,7	7,7
EBT	17,7	13,5
Steuern	3,4	1,8
Konzernergebnis	14,4	11,7
Bereinigtes Konzernergebnis	34,3	31,8
Free Cash-Flow (vor M&A)	67,6	41,2
Nettoverschuldung (31. Mrz.)	501,9	534,3

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

Über Ströer

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
Fax: 02236 / 96 45-6246
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.