

PRESSEMITTEILUNG

Geschäftsbericht 2018: Ströer bestätigt Rekordergebnis

- **Konzernumsatz wächst um 23 Prozent von 1,3 Milliarden Euro auf 1,6 Milliarden Euro**
- **Operational EBITDA wächst um 14 Prozent von 475 Millionen Euro auf 543 Millionen Euro**
- **Bereinigtes Jahresergebnis wächst um 15 Prozent von 173 Millionen Euro auf 200 Millionen Euro**
- **Vorschlag zur Erhöhung der Dividende auf 2,00 Euro**

Köln, 27. März 2019 Ströer bestätigt die bereits im Februar kommunizierten vorläufigen Zahlen des Geschäftsjahres 2018: Der Jahresumsatz steigerte sich um 23 Prozent von 1,3 Milliarden Euro auf 1,6 Milliarden Euro mit einem organischen Umsatzwachstum von rund acht Prozent. Das Operational EBITDA wuchs deutlich um 14 Prozent von 475 Millionen Euro auf 543 Millionen Euro. Das bereinigte Jahresergebnis entwickelte sich wiederholt sehr positiv und stieg um 15 Prozent von 173 Millionen Euro auf 200 Millionen Euro. Der dynamische Verschuldungsgrad blieb stabil bei Faktor 1,4.

Vor dem Hintergrund der neuen „Out-of-Home plus“ Strategie (OOH plus) sowie der seit 25 Quartalen in Folge positiven Geschäftsentwicklung, die auch für die Zukunft erwartet wird, strukturiert das Unternehmen seine bisherige Dividendenpolitik neu, erhöht die Ausschüttungsquote auf 50 bis 75 Prozent des bereinigten Jahresüberschusses und plant auf der Hauptversammlung eine Erhöhung der Dividende von 1,30 Euro auf 2,00 Euro vorzuschlagen. Hintergrund dieser Anpassung ist das erwartete, strukturelle und nachhaltige Wachstum des deutschen Außenwerbemarkts und das auf langfristiges Wachstum ausgerichtete Business Modell von Ströer mit der erfolgreichen „OOH plus“ Strategie. Ströer geht davon aus, dass sich der vor allem durch die fortlaufende Digitalisierung getriebene strukturelle Aufwärtstrend für OOH, mit Wachstumsraten von rund fünf Prozent für mindestens zehn 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.

„Die positiven Entwicklungen der vergangenen 25 Quartale in den wichtigsten Kennzahlen zeigen deutlich die Stabilität und die äußerst geringe Zyklizität unseres Geschäfts“, sagte Udo Müller, Gründer und Co-CEO von Ströer.

„Vor dem Hintergrund unserer „OOH plus“ Strategie gehen wir davon aus, dass sich der durch die fortlaufende Digitalisierung getriebene strukturelle Aufwärtstrend für OOH, mit nachhaltigen Wachstumsraten von rund fünf Prozent für mindestens zehn weitere Jahre fortsetzen wird“, sagte Christian Schmalzl, Co-CEO von Ströer.

Geschäftssegmente

OOH Media

Die Umsatzerlöse des Segments OOH Media steigerten sich im Geschäftsjahr 2018 um 12 Prozent von 590 Millionen Euro auf 664 Millionen Euro (nach Anpassung IFRS 11). Insgesamt stieg das Operational EBITDA des Segments im Geschäftsjahr 2018 um fünf Prozent von 295 Millionen Euro auf 310 Millionen Euro (nach Anpassung IFRS 11 und IFRS 16) und erwirtschaftete eine Operational EBITDA-Marge von 46,7 Prozent (Vj.: 49,9 Prozent (nach Anpassung IFRS 11 und IFRS 16)).

Digital OOH & Content

Im Geschäftsjahr 2018 stiegen die Umsatzerlöse im Segment Digital OOH & Content inklusive des Herzstücks DOOH (Public Video) um mehr als sieben Prozent von 528 Millionen Euro auf 567 Millionen Euro an. Das Operational EBITDA steigerte sich um mehr als acht Prozent von 179 Millionen Euro auf 194 Millionen Euro (nach Anpassung IFRS 16). Die Operational EBITDA-Marge belief sich auf 34,2 Prozent (Vj.: 33,9 Prozent (nach Anpassung IFRS 16)).

Direct Media

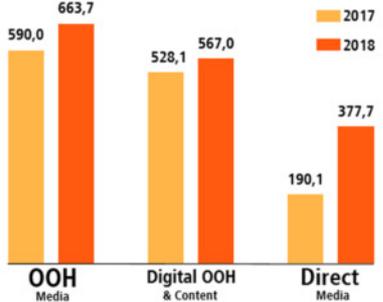
Der Segmentumsatz von Direct Media stieg im Geschäftsjahr 2018 deutlich von 190 Millionen Euro auf 378 Millionen Euro. Vor diesem Hintergrund steigerte sich das Operational EBITDA in Höhe von 21 Millionen Euro auf 55 Millionen Euro (nach Anpassung IFRS 16). Die Operational EBITDA-Marge des Segments konnte deutlich auf 14,6 Prozent verbessert werden (Vj.: 11,0 Prozent (nach Anpassung IFRS 16)). 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.

Weitere Informationen finden Sie im Geschäftsbericht unter:

<http://ir.stroeer.com/websites/stroeer/German/5100/finanzberichte.html>

KONZERNKENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

Fortgeführte Aktivitäten

<p>Umsatz</p> <p>1.582,5 Mio. €</p> <p>(Vj.: 1.283,0 Mio. €)</p> <p>PRO SEGMENT In Mio. €</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Segment</th> <th>2017</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>OOH Media</td> <td>590,0</td> <td>663,7</td> </tr> <tr> <td>Digital OOH & Content</td> <td>528,1</td> <td>567,0</td> </tr> <tr> <td>Direct Media</td> <td>190,1</td> <td>377,7</td> </tr> </tbody> </table>	Segment	2017	2018	OOH Media	590,0	663,7	Digital OOH & Content	528,1	567,0	Direct Media	190,1	377,7	<p>OPERATIONAL EBITDA</p> <p>543,4 Mio. € (Vj.: 475,4 Mio. €)</p> <hr/> <p>ORGANISCHES UMSATZWACHSTUM</p> <p>7,6% (Vj.: 9,2%)</p> <hr/> <p>FREE CASH-FLOW VOR M&A</p> <p>306,4 Mio. € (Vj.: 285,7 Mio. €)</p>	<p>OPERATIONAL EBITDA-MARGE</p> <p>34,3% (Vj.: 37,0%)</p> <hr/> <p>BEREINIGTES ERGEBNIS JE AKTIE</p> <p>3,42 € (Vj.: 3,07 €)</p> <hr/> <p>ROCE</p> <p>19,3% (Vj.: 18,2%)</p>
Segment	2017	2018												
OOH Media	590,0	663,7												
Digital OOH & Content	528,1	567,0												
Direct Media	190,1	377,7												

In Mio. EUR	Nach Anpassung IFRS 11 u. IFRS 16 2018 ¹⁾	Nach Anpassung IFRS 11 u. IFRS 16 2017 ¹⁾	Vor Anpassung IFRS 11 u. IFRS 16 2018	Vor Anpassung IFRS 11 u. IFRS 16 2017
Umsatzerlöse (berichtet)	1.582,5	1.283,0	1.582,5	1.283,0
IFRS 11 Anpassung	-	-	14,0	14,0
Umsatzerlöse (Management View)	1.582,5	1.283,0	1.596,5	1.297,1
Operational EBITDA	543,4	475,4	367,8	326,7
Bereinigungseffekte	28,9	13,3	29,5	15,1
IFRS 11 Anpassung	-	-	5,3	5,1
EBITDA	514,4	462,1	333,1	306,5
Abschreibungen	344,1	306,7	173,2	162,8
davon aus Kaufpreiallokationen und Wertberichtigungen	68,8	64,4	70,1	65,6
EBIT	170,3	155,4	159,9	143,7
Finanzergebnis	34,1	28,7	12,7	7,9
EBT	136,2	126,7	147,2	135,8
Steuern	22,0	16,4	25,2	19,8
Konzernergebnis	114,2	110,3	122,0	116,0
Bereinigtes Konzernergebnis	199,6	172,9	213,0	185,7
Free Cash-Flow (vor M&A)	306,4	285,7	151,0	145,5
Nettoverschuldung (31. Dez.) ²⁾	517,7	463,9	512,1	457,1

¹⁾ Die „Anpassung IFRS 11“ bezieht sich auf die Angleichung der internen an die externe Berichterstattung. Aus dieser Angleichung haben sich Auswirkungen auf einige Non-GAAP-Kennzahlen ergeben. Die „Anpassung IFRS 16“ beruht auf der erstmaligen Anwendung dieses neuen Standards.

²⁾ Die Ermittlung der Nettoverschuldung der Ströer Gruppe ist in Anlehnung an bestehende Darlehensverträge mit kreditgebenden Banken durch die Einführung des IFRS 16 nicht beeinflusst worden. Vor diesem Hintergrund hat lediglich die „Anpassung IFRS 11“ einen Einfluss auf die Nettoverschuldung gehabt.

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 Digital OOH & 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 Digital OOH & 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

Investor Relations Kontakt

Christoph Lührke
Ströer SE & Co. KGaA
Head of Investor & Credit Relations
Ströer-Allee 1 · D-50999 Köln
Telefon: 02236 / 96 45-356
Fax: 02236 / 96 45-6356
E-Mail: ir@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.