

PRESSEMITTEILUNG

Ströer nach starkem drittem Quartal auf dem Weg zur Erreichung der Jahresziele

- **Konzernumsatz wächst in den ersten neun Monaten deutlich um 28 Prozent von 870 Millionen Euro auf 1.113 Millionen Euro**
- **Organisches Wachstum liegt bei 8,1 Prozent in den ersten drei Quartalen 2018**
- **Bereinigtes Ergebnis entwickelt sich positiv um 18 Prozent von 101 Millionen Euro auf 119 Millionen Euro**
- **Konsequenter Fokus auf deutsches Kerngeschäft und erfolgreicher Verkauf der OOH-Aktivitäten in der Türkei**

Köln, 13. November 2018 Die Ströer SE & Co. KGaA entwickelt sich auch im dritten Quartal 2018 signifikant positiv und setzt den erfolgreichen und profitablen Wachstumskurs der vergangenen Geschäftsjahre weiter fort. Der Umsatz der ersten drei Quartale steigerte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 28 Prozent von 870 Millionen Euro auf 1.113 Millionen Euro bei einem gleichzeitig starken, organischen Wachstum in Höhe von 8,1 Prozent. Das Operational EBITDA konnte im gleichen Zeitraum um 15 Prozent von 317 Millionen Euro auf 364 Millionen Euro gesteigert werden (dies entspricht einer Steigerung um 13 Prozent von 207 Millionen Euro auf 235 Millionen Euro ohne die Berücksichtigung der Effekte von IFRS 11 und IFRS 16). Das bereinigte Ergebnis entwickelte sich deutlich positiv und stieg um 18 Prozent von 101 Millionen Euro auf 119 Millionen Euro (dies entspricht einer Steigerung um 18 Prozent von 110 Millionen Euro auf 130 Millionen Euro ohne die Berücksichtigung der Effekte von IFRS 11 und IFRS 16). Der dynamische Verschuldungsgrad lag zum Ende des dritten Quartals 2018 bei 1,8.

Ströer hat sich im dritten Quartal weiter konsequent auf den deutschen Markt und das eigene, profitable Kerngeschäft fokussiert und im Zuge dessen auch erfolgreich sein türkisches Außenwerbebusiness veräußert. Die Entkonsolidierung im Rahmen der

geplanten Portfoliooptimierungen stärkt die Profitabilität nachhaltig, wirkt sich wertsteigernd auf das Unternehmen aus und schärft weiter das Finanzprofil.

„Wir behalten unseren profitablen und nachhaltigen Wachstumskurs bei und fokussieren uns klar auf das deutsche Kerngeschäft. Alle Segmente haben sich positiv entwickelt und harmonieren sehr gut miteinander. Unser OOH-Segment ist eingebettet in einen systematischen, übergreifenden Vertrieb ergänzt um Content- und Direct Media“, sagt Udo Müller, Gründer und Co-CEO von Ströer. „Wir bestätigen unsere Guidance 2018 von rund 375 Millionen Euro Operational EBITDA vor IFRS Effekten bei einem Gesamtkonzernumsatz von rund 1,6 Milliarden Euro.“

„Unser integriertes Produktportfolio aus OOH-, Content- und Dialogmedien ist für viele unserer Kunden ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal von Ströer. Auf dieser Basis können wir mit ihnen über gesamthafte Lösungen auf Performance-Basis sprechen – von orts- und contentbasierter Reichweite über das gesamte Spektrum des Dialogmarketings bis hin zur finalen Transaktion und Kundenbindung“, sagt Christian Schmalzl, Co-CEO von Ströer. „Mit unserem integrierten Produktportfolio und unserem Fokus auf das Kerngeschäft schaffen wir die Voraussetzung für weiteres profitables Wachstum unseres Unternehmens.“

Geschäftssegmente

Content Media

In den ersten neun Monaten 2018 stiegen die Umsatzerlöse im Segment Content Media inklusive des Herzstücks DOOH (Public Video) deutlich um 10,2 Prozent von 358 Millionen Euro auf 394 Millionen Euro an. Das organische Segmentwachstum im dritten Quartal 2018 beträgt 17,8 Prozent. Dabei konnten alle Produktgruppen deutlich zu dieser positiven Entwicklung beitragen. Insgesamt konnte das Segment in den ersten drei Quartalen 2018 an die sehr guten Ergebnisse des Vorjahres anknüpfen und steigerte das Operational EBITDA auf 122 Millionen Euro (Vj.: 115 Millionen Euro (nach Anpassung IFRS 16)). Die Operational EBITDA-Marge in Höhe von 30,9 Prozent lag auf Vorjahresniveau.

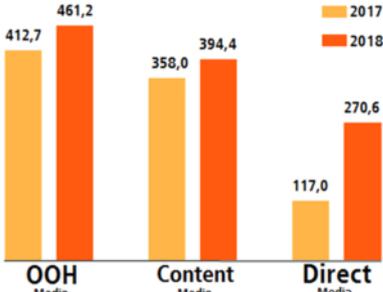
Direct Media

Der Segmentumsatz von Direct Media in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2018 stieg von 117 Millionen Euro auf 271 Millionen Euro. Das Segment wuchs im dritten Quartal 2018 organisch um 5,0 Prozent und lag damit auf dem Niveau des Vorquartals. Das Segment erwirtschaftete in den ersten drei Quartalen ein Operational EBITDA in Höhe von 43 Millionen Euro (Vj.: 12 Millionen Euro (nach Anpassung IFRS 16)) und eine Operational EBITDA-Marge von 15,9 Prozent (Vj.: 10 Prozent (nach Anpassung IFRS 16)).

OOH Media

Die Umsatzerlöse des Segments OOH Media steigerten sich trotz insgesamt herausfordernder Marktumfelder in den ersten neun Monaten 2018 um 12 Prozent von 413 Millionen Euro auf 461 Millionen Euro (nach Anpassung IFRS 11)). Das organische Segmentwachstum in Q3 beträgt 3,7 Prozent. Das Segment erwirtschaftete in den ersten drei Quartalen 2018 ein Operational EBITDA in Höhe von 213 Millionen Euro (Vj.: 206 Millionen Euro (nach Anpassung IFRS 11 und 16)) und eine Operational EBITDA-Marge von 46,1 Prozent (Vj.: 49,9 Prozent (nach Anpassung IFRS 11 und IFRS 16)).

KONZERNKENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

<p>Umsatz</p> <p>1.112,7 Mio. €</p> <p>(Vj.: 870,4 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>412,7</td> <td>461,2</td> </tr> <tr> <td>Content Media</td> <td>358,0</td> <td>394,4</td> </tr> <tr> <td>Direct Media</td> <td>117,0</td> <td>270,6</td> </tr> </tbody> </table>	Segment	2017	2018	OOH Media	412,7	461,2	Content Media	358,0	394,4	Direct Media	117,0	270,6	<p>OPERATIONAL EBITDA</p> <p>363,9 Mio. € (Vj.: 317,2 Mio. €)</p> <hr/> <p>ORGANISCHES UMSATZWACHSTUM</p> <p>8,1% (Vj.: 9,1%)</p> <hr/> <p>FREE CASH-FLOW VOR M&A</p> <p>137,1 Mio. € (Vj.: 124,9 Mio. €)</p>	<p>OPERATIONAL EBITDA-MARGE</p> <p>32,7% (Vj.: 36,4%)</p> <hr/> <p>BEREINIGTES KONZERNERGEBNIS</p> <p>119,1 Mio. € (Vj.: 100,6 Mio. €)</p> <hr/> <p>ROCE</p> <p>18,0% (Vj.: 16,7%)</p>
Segment	2017	2018												
OOH Media	412,7	461,2												
Content Media	358,0	394,4												
Direct Media	117,0	270,6												

In Mio. EUR	Nach Anpassung IFRS 11 u. IFRS 16 9M 2018 ¹⁾	Nach Anpassung IFRS 11 u. IFRS 16 9M 2017 ¹⁾	Vor Anpassung IFRS 11 u. IFRS 16 9M 2018	Vor Anpassung IFRS 11 u. IFRS 16 9M 2017
Umsatzerlöse (berichtet)	1.112,7	870,4	1.112,7	870,4
IFRS 11 Anpassung	-	-	9,4	9,7
Umsatzerlöse (Management View)	1.112,7	870,4	1.122,0	880,1
Operational EBITDA	363,9	317,2	234,6	207,0
Bereinigungseffekte	23,1	16,4	23,9	17,8
IFRS 11 Anpassung	-	-	3,7	3,6
EBITDA	340,8	300,8	207,0	185,6
Abschreibungen	249,5	222,3	123,4	115,6
davon aus Kaufpreisallokationen und Wertberichtigungen	50,1	44,9	51,1	45,8
EBIT	91,2	78,5	83,6	70,0
Finanzergebnis	23,2	20,7	6,9	5,2
EBT	68,0	57,8	76,7	64,8
Steuern	9,0	5,5	11,5	8,1
Konzernergebnis	59,0	52,4	65,1	56,7
Bereinigtes Konzernergebnis	119,1	100,6	129,6	110,1
Free Cash-Flow (vor M&A)	137,1	124,9	24,5	40,9
Nettoverschuldung (30. Sept.) ²⁾	623,2	545,9	617,7	540,6

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 führendes digitales Multi-Channel-Medienhaus und bietet seinen Kunden Komplettlösungen entlang der gesamten Marketing- und Vertriebswertschöpfungskette an. Ströer hat sich zum Ziel gesetzt, das kundenzentrierteste Medienunternehmen zu sein. Mit der Erweiterung um das Dialogmarketing kann Ströer seinen Kunden gesamthafte Lösungen auf Performance-Basis offerieren – 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.

Die Ströer Gruppe vermarktet und betreibt mehrere tausend Webseiten vor allem im deutschsprachigen Raum und betreibt rund 230.000 Werbeträger im Bereich "Out of Home". Sie beschäftigt rund 13.000 Mitarbeiter an mehr als 100 Standorten. Im Geschäftsjahr 2017 hat Ströer einen Umsatz in Höhe von 1,33 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

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