

PRESSEMITTEILUNG

Rekordergebnis 2015 und sehr dynamischer Jahresstart 2016: Ströer plant weitere Dividendenerhöhung auf 0,70 Euro pro Aktie

- **Konzernumsatz wächst deutlich um mehr als 14 Prozent auf 824 Millionen Euro**
- **Organisches Wachstum beträgt 10 Prozent**
- **Operational EBITDA wächst um 40 Prozent auf 208 Millionen Euro**
- **Bereinigtes Jahresergebnis verdoppelt sich nahezu auf 106 Millionen Euro**
- **Niedrigster Verschuldungsgrad seit Börsengang**

Köln, 22. März 2016 Ströer bestätigt die bereits im Februar kommunizierten vorläufigen Jahreszahlen des Geschäftsjahres 2015. Der Jahresumsatz steigerte sich um mehr als 14 Prozent auf 824 Millionen Euro mit einem organischen Umsatzwachstum von 10 Prozent. Das Operational EBITDA wuchs sehr deutlich um 40 Prozent auf 208 Millionen Euro. Das bereinigte Jahresergebnis hat sich herausragend entwickelt und verdoppelte sich nahezu auf 106 Millionen Euro. Der Free Cash Flow (vor M&A) verbesserte sich um rund 50 Prozent und stieg auf 114 Millionen Euro erstmalig in einen dreistelligen Bereich. Zudem hat Ströer seinen dynamischen Verschuldungsgrad innerhalb eines Jahres von 1,9 auf 1,1 deutlich gesenkt. Dies ist der niedrigste Verschuldungsgrad seit Börsengang.

„2015 war für Ströer ein exzellentes Jahr. All unsere Finanzkennzahlen haben sich ausgezeichnet entwickelt. Dieses positive Momentum konnten wir auch im laufenden Geschäftsjahr beibehalten. Alle Segmente tragen zu dieser sehr guten Geschäftsentwicklung bei – insbesondere unser Digitalsegment hat bisher die Umsätze nahezu verdoppelt. Um unsere Aktionärinnen und Aktionäre an dem Unternehmenserfolg partizipieren zu lassen, werden wir auf der diesjährigen

Hauptversammlung eine um 0,30 Euro erhöhte Dividende von 0,70 Euro pro Aktie vorschlagen“, sagt Udo Müller, Vorstandsvorsitzender von Ströer. „Wir bestätigen unsere aktuelle Guidance von 270 bis 280 Millionen Euro EBITDA bei einem Konzernumsatz zwischen 1,1 und 1,2 Milliarden Euro für 2016. Wir rechnen mit einem organischen Umsatzwachstum im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich.“

Der Vorstand und der Aufsichtsrat werden bei der Hauptversammlung am 23.06.2016 die Erhöhung der Dividende auf 70 Cent je dividendenberechtigter Stückaktie für das Geschäftsjahr 2015 vorschlagen.

Geschäftssegmente

Digital

Das Segment Ströer Digital konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr einmal mehr kräftige Zuwächse verbuchen und setzte den Aufwärtstrend damit unvermindert fort. Der Jahresumsatz 2015 im Segment Ströer Digital steigerte sich um 47,2 Prozent auf 243,5 Millionen Euro. Das Operational EBITDA entwickelte sich ebenfalls deutlich positiv und verdoppelte sich auf 79,5 Millionen Euro. Auch die EBITDA-Marge verbesserte sich im Geschäftsjahr 2015 erheblich und stieg auf 32,7 Prozent an.

Bereinigt um die Unternehmenserwerbe konnten – angeführt von den Public Video-Produkten – alle Bereiche des Digitalsegments organisch ebenfalls stark wachsen. Während es der Digital-Vermarktung gelang, die im letzten Jahr gestärkte Basis an Publishern zu monetarisieren und vermehrt auch Video und Mobile-Produkte zu verkaufen, konnte der Bereich Public Video eine gegenüber dem Vorjahreszeitraum stärkere Nachfrage gerade auch bei Neukunden verzeichnen. Gleichzeitig trugen aber auch unsere Investitionen in andere digitale Geschäftsmodelle zum robusten organischen Wachstum bei. Währenddessen wurde die Integration der neu erworbenen Unternehmen weiter vorangetrieben. Dabei gelingt es, zunehmend sowohl auf der Umsatz-, als auch auf der Kostenseite von Skalen- beziehungsweise Synergie-Effekten zu profitieren.

Out-of-Home Deutschland

Die Ströer Gruppe konnte im Segment Out-of-Home Deutschland im Geschäftsjahr 2015 maßgebliche Zuwächse bei den Umsatzerlösen vermelden, wobei sowohl das nationale wie auch das regionale Geschäft deutlich zu diesem Wachstum beigetragen haben. Der Jahresumsatz 2015 im Segment OOH Deutschland steigerte sich organisch um 8,1 Prozent auf 464,0 Millionen Euro. Das Operational EBITDA entwickelte sich deutlich positiv und steigerte sich um 27,2 Prozent auf 124,5 Millionen Euro. Auch die EBITDA-Marge verbesserte sich im Geschäftsjahr 2015 und stieg auf 26,8 Prozent an.

Neben einer weiterhin sehr robusten und dynamischen Nachfrage wurde dieser Aufwärtstrend vornehmlich auch durch eine Reihe vertrieblicher Maßnahmen beflügelt. Die Produktgruppe Billboard, die sowohl nationale wie auch regionale Kunden adressiert, konnte im Berichtszeitraum bei den Umsätzen um 10,4 Millionen Euro auf 208,6 Millionen Euro zulegen. Dabei profitierte die Produktgruppe einerseits von der im Laufe des letzten Jahres optimierten nationalen Vertriebsorganisation, andererseits wirkte sich die flankierende Ausweitung des regionalen Strukturvertriebs spürbar positiv auf das Geschäft aus. Demgegenüber bedient die Produktgruppe Street Furniture überwiegend national und international agierende Kundengruppen. Auch in diesem Bereich wurde das Geschäft weiter ausgebaut, sodass die Produktgruppe das Geschäftsjahr mit einem Umsatz von 137,6 Millionen Euro abschließen konnte, was einem Plus von 8,2 Millionen Euro entspricht. Die Produktgruppe Transport, in der seit Anfang 2015 nur noch die Bus- und Bahnwerbemedien berichtet werden, schloss auf niedrigem Niveau mit nur leichten Umsatzanstiegen ab. Das deutliche Wachstum in der Produktgruppe Sonstige war primär durch höhere Produktionserlöse bedingt. Zurückzuführen ist dieser Anstieg vorwiegend auf die gestiegenen Umsätze mit kleinen, lokalen Kunden, da diese Kunden wesentlich mehr Full-Service-Leistungen inklusive der Produktion der Werbematerialien nachfragen. Infolge der erhöhten operativen Geschäftstätigkeit verzeichnete das Segment Out-of-Home Deutschland auch anziehende Umsatzkosten, wenngleich der Anstieg in Relation zum Umsatz deutlich unterproportional ausgefallen ist. In diesem Zusammenhang hat sich insbesondere das im Vorjahr ausgeweitete Kostensenkungsprogramm signifikant bemerkbar gemacht, das sich vor allem in 2015 spürbar positiv auf die Kostenstruktur ausgewirkt hat. Diese Kostensenkungen haben auch bei den Overheadkosten zu nachhaltigen Einsparungen geführt.

Out-of-Home International

Im Segment OOH International sind die türkischen und polnischen Außenwerbeaktivitäten sowie das in der blowUP-Gruppe gebündelte westeuropäische Riesenpostergeschäft zusammengefasst. Das Segment OOH International erzielte im Jahr 2015 Umsatzerlöse in Höhe von insgesamt 142,8 Millionen Euro und musste damit gegenüber dem Vorjahr leichte Umsatzeinbußen hinnehmen, welche in erster Linie auf die geopolitischen Unsicherheiten sowie die damit verbundene Schwäche der Türkischen Lira im Teilsegment Türkei zurückzuführen sind. In lokaler Währung gaben die Umsätze demgegenüber nur marginal nach. In Polen bewegten sich die Umsätze vor dem Hintergrund eines fortdauernd herausfordernden Marktumfelds ebenfalls leicht unter Vorjahresniveau. Die blowUP-Gruppe konnte die hohen Wachstumsraten des Vorjahres zwar nicht wiederholen, jedoch ist es gelungen, das hohe Umsatzniveau des Vorjahres zu behaupten und geringfügig auszubauen. Im Hinblick auf die Umsatzkosten entwickelten sich die drei Teilsegmente unterschiedlich. Während das Außenwerbebusiness in der Türkei ebenso wie die blowUP-Gruppe aufgrund gestiegener Miet- und Pachtaufwände erhöhte Umsatzkosten vermeldeten, entwickelten sich die Kosten in Polen weiter rückläufig. Unter Berücksichtigung zusätzlicher Einsparungen im Overhead ergab sich mit 25,0 Millionen Euro ein insgesamt verbessertes Operational EBITDA. Auch die Operational EBITDA-Marge steigerte sich auf 17,5 Prozent.

Konzern-Finanzkennzahlen im Überblick

In Mio. Euro	2015	2014	Veränderung
Umsatz ¹	823,7	721,1	14,2%
pro Segment			
Ströer Digital	243,5	165,4	47,2%
Ströer Deutschland ²	464,0	429,1	8,1%
Ströer International	142,8	147,3	-3,0%
pro Produktgruppe			
Billboard ²	323,1	319,0	1,3%
Street Furniture ²	158,0	149,5	5,7%
Transport ²	54,5	52,6	3,6%
Digital ³	242,9	169,5	43,3%
Sonstige ²	59,3	43,1	37,6%
Organisches Wachstum (in Prozent) ⁴	9,8	11,4	
Bruttoergebnis vom Umsatz ⁵	262,6	214,9	22,2%
Operational EBITDA ⁶	207,5	148,1	40,2%
Operational EBITDA ⁶ -Marge (in Prozent)	24,8	20,2	
Bereinigtes EBIT ⁷	135,8	98,5	37,8%
Bereinigte EBIT ⁷ -Marge (in Prozent)	16,2	13,4	
Bereinigter Periodenüberschuss/-fehlbetrag ⁸	106,3	56,3	88,6%
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (EUR) ⁹	2,10	1,11	89,3%
Periodenüberschuss/-fehlbetrag ¹⁰	59,5	23,3	> +100%
Ergebnis je Aktie (EUR) ¹¹	1,16	0,43	> +100%
Investitionen ¹²	76,3	45,2	68,6%
Free Cash-Flow ¹³	92,4	65,5	41,1%
	31.12.2015	31.12.2014	Veränderung
Bilanzsumme ¹	1.458,4	953,9	52,9%
Eigenkapital ¹	675,2	320,7	> +100%
Eigenkapitalquote (in Prozent)	46,3	33,6	
Nettoverschuldung ¹⁴	231,2	275,0	-15,9%
Mitarbeiter (Anzahl) ¹⁵	3.270	2.380	37,4%

¹ Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform (ab 2013)

² Joint Ventures sind quotal berücksichtigt (Management Ansatz)

³ Umsätze des Segments Ströer Digital und digitale Außenwerbeumsätze anderer Segmente

⁴ Ohne Währungskurseffekte und Effekte aus (Ent-)Konsolidierung und Beendigung von Geschäftsbereichen (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt). In 2015 hat der Ströer Konzern seine Berechnungsmethodik angepasst.

⁵ Umsatz abzüglich Umsatzkosten (Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform) (ab 2013)

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 (48.869.784) zuzüglich des zeitlich gewichteten Zugangs der Aktien aus Kapitalerhöhung (6.412.715) am 2. November 2015 zusammensetzen

¹⁰ Periodenüberschuss/-fehlbetrag vor Minderheiten (Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform) (ab 2013)

¹¹ Periodenergebnis nach Abzug des ausgewiesenen Minderheitsergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien (48.869.784) zuzüglich des zeitlich gewichteten Zugangs der Aktien aus Kapitalerhöhung (6.412.715) am 2. November 2015

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) (ab 2013)

¹³ Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich Cash-Flow aus Investitionstätigkeit (Joint Ventures sind at-equity berücksichtigt - IFRS 11 konform) (ab 2013)

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 werbungtreibenden 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 Werbungtreibenden 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 3.300 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 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
Manager Investor Relations
Ströer Allee 1 · D-50999 Köln
Telefon: 02236 / 96 45-356
Fax: 02236 / 96 45-6356
E-Mail: 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.