

PRESSEMITTEILUNG

Ströer präsentiert umsatzstärkstes erstes Quartal der Unternehmensgeschichte

- **Konzernumsatz steigt trotz Pandemiesituation und Ukrainekrieg um 23 Prozent von 312 Millionen Euro auf 385 Millionen Euro**
- **Organische Umsatzentwicklung von 24,1 Prozent**
- **EBITDA (adjusted) wächst um 29 Prozent von 73 Millionen Euro auf 95 Millionen Euro**

Köln, 12. Mai 2022 Die Ströer SE & Co. KGaA präsentiert die Geschäftszahlen für das erste Quartal 2022. Insgesamt wuchs der Konzernumsatz in diesem Zeitraum signifikant um 23 Prozent von 312 Millionen Euro auf 385 Millionen Euro an. Damit konnte das Unternehmen, trotz des herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Umfelds aufgrund der Coronapandemie und des Ukrainekriegs einen neuen Höchstwert beim Q1-Konzernumsatz markieren. Das organische Umsatzwachstum beläuft sich auf 24,1 Prozent. Mit 95 Millionen Euro lag das EBITDA (adjusted) des ersten Quartals 2022 um rund 29 Prozent über dem Vergleichswert von 73 Millionen Euro des Vorjahreszeitraums.

Das gute Ergebnis belegt erneut die Stärke und Robustheit der „OOH plus“ Strategie – der Kombination des OOH-Kerngeschäfts mit den flankierend unterstützenden Geschäftsfeldern Digital & Dialog Media und DaaS & E-Commerce. Dank der flexiblen und diversifizierten Aufstellung des Unternehmens konnte Ströer die Auswirkungen der Pandemie und die dämpfenden gesamtwirtschaftlichen Effekte aus dem Ukrainekrieg begrenzen und gleichzeitig aktiv Chancen und Potenziale in digitalen Geschäftsfeldern nutzen. Nicht nur die digitale Außenwerbung und die deutlich gestiegene Nachfrage nach programmatischer Vermarktung, sondern auch alle weiteren Geschäftsfelder inklusive Asam und Statista haben positiv zu dieser starken Entwicklung beigetragen.

„Dass wir vor dem Hintergrund des herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Umfelds, aufgrund der nach wie vor andauernden Coronapandemie und des Kriegs in der Ukraine, einen neuen Umsatzhöchstwert erreichen konnten, sind der erneute

Beleg für die Stärke unserer einzigartigen Aufstellung und die weiter zunehmende Bedeutung von OOH. Insbesondere sind hier die starken Entwicklungen unserer digitalen Werbeformate hervorzuheben. Daher werden wir den Ausbau unseres digitalen Portfolios in diesem Jahr konsequent fortsetzen“, sagt Udo Müller, Gründer und Co-CEO von Ströer.

“Unsere Finanzkennzahlen haben sich sehr positiv entwickelt. Ein klarer Beleg, dass unsere „OOH plus“ Strategie belastbar funktioniert. Mit unserer Strategie und einem daran ausgerichteten Produktportfolio bieten wir unseren werbungstreibenden Kunden gesamthafte Lösungen vom Markenaufbau mit orts- und contentbasierter Reichweite über das gesamte Spektrum des Dialogmarketings bis hin zur finalen Transaktion und Kundenbindung. Kaum ein anderes Unternehmen ist in der Lage ein derart breites Portfolio anzubieten“, sagt Christian Schmalzl, Co-CEO von Ströer.

OOH Media

Die Umsatzerlöse des Segments OOH Media wuchsen in den ersten drei Monaten 2022 deutlich um 55 Prozent (reported) respektive 54 Prozent (organisch) von 98 Millionen Euro auf 152 Millionen Euro. Noch kräftiger entwickelte sich das EBITDA (adjusted) des Segments im selben Zeitraum um 63 Prozent von 36 Millionen Euro auf 59 Millionen Euro, die EBITDA-Marge (adjusted) lag bei 38,8 Prozent (Q1 2021: 37,0 Prozent).

Digital & Dialog Media

Der Segmentumsatz von Digital & Dialog Media entwickelte sich im ersten Quartal 2022 ebenfalls positiv. Der Umsatz stieg organisch um 8,5 Prozent, auf reporteter Basis um 6 Prozent von 161 Millionen Euro auf 170 Millionen Euro. Das EBITDA (adjusted) in Höhe von 37,4 Millionen Euro verharrte in etwa auf dem Niveau des Vorjahres bei einem Vergleichswert von 37,7 Millionen Euro. Die EBITDA-Marge (adjusted) belief sich auf 22,0 Prozent (Q1 2021: 23,5 Prozent).

DaaS & E-Commerce

Der Segmentumsatz von DaaS & E-Commerce wuchs im ersten Quartal 2022 deutlich um 26 Prozent (reported) respektive 24 Prozent (organisch) von 56 Millionen Euro auf 71 Millionen Euro an. Das EBITDA (adjusted) der ersten drei Monate lag bei rund 6 Millionen Euro (Q1 2021: 6,7 Millionen Euro), die entsprechende EBITDA-Marge (adjusted) bei 8,4 Prozent (Q1 2021: 11,9 Prozent).

KONZERN-FINANZKENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

<p>UMSATZ 385,0 Mio. € (Vj.: 311,9 Mio. €)</p>	<p>EBITDA (ADJUSTED) 94,6 Mio. € (Vj.: 73,5 Mio. €)</p>	<p>EBITDA-MARGE (ADJUSTED) 24,6% (Vj.: 23,6%)</p>												
<p>PRO SEGMENT In Mio. €</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Segment</th> <th>2021</th> <th>2022</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>OoH Media</td> <td>97,9</td> <td>151,9</td> </tr> <tr> <td>Digital & Dialog Media</td> <td>160,5</td> <td>170,3</td> </tr> <tr> <td>DaaS & E-Commerce</td> <td>56,4</td> <td>71,0</td> </tr> </tbody> </table>	Segment	2021	2022	OoH Media	97,9	151,9	Digital & Dialog Media	160,5	170,3	DaaS & E-Commerce	56,4	71,0	<p>ORGANISCHES UMSATZWACHSTUM 24,1% (Vj.: -15,0%)</p>	<p>BEREINIGTES KONZERNERGEBNIS 19,0 Mio. € (Vj.: 1,0 Mio. €)</p>
Segment	2021	2022												
OoH Media	97,9	151,9												
Digital & Dialog Media	160,5	170,3												
DaaS & E-Commerce	56,4	71,0												
	<p>FREE CASH-FLOW VOR M&A -2,2 Mio. € (Vj.: 13,0 Mio. €)</p>	<p>ROCE 21,3% (Vj.: 9,8%)</p>												

In Mio. EUR	Q1 2022	Q1 2021
Umsatzerlöse	385,0	311,9
EBITDA (adjusted)	94,6	73,5
Bereinigungseffekte	-3,3	-2,4
EBITDA	91,3	71,0
Abschreibungen	-70,8	-75,8
davon aus Kaufpreisallokationen und Wertberichtigungen	-6,9	-10,5
EBIT	20,5	-4,8
Finanzergebnis	-6,0	-7,4
EBT	14,4	-12,2
Steuern	-3,3	2,7
Konzernergebnis	11,1	-9,5
Bereinigtes Konzernergebnis	19,0	1,0
Free Cash-Flow (vor M&A)	-2,2	13,0
Nettoverschuldung (31. Mrz. / 31. Dez.)	653,2	612,3

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 & Dialog Media und DaaS & E-Commerce. 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 & Dialog Media und DaaS & E-Commerce 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 10.000 Mitarbeiter an rund 100 Standorten. Im Geschäftsjahr 2021 hat Ströer einen Umsatz in Höhe von 1,63 Milliarden Euro erwirtschaftet. Die Ströer SE & Co. KGaA ist im MDAX der Deutschen Börse notiert.

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter stroeer.de und auf dem Unternehmensprofil auf [LinkedIn](#).

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 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: 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.