

PRESSEMITTEILUNG

Weiter robust durch die Krise: Ströer präsentiert erstes Quartal 2021

- **Konzernumsatz sinkt aufgrund von Corona Pandemie um 15 Prozent von 368 Millionen Euro auf 312 Millionen Euro**
- **Organische Umsatzentwicklung von -14,9 Prozent**
- **EBITDA (adjusted) entwickelt sich mit -37 Prozent von 117 Millionen Euro auf 73 Millionen Euro rückläufig**

Köln, 11. Mai 2021 Die Ströer SE & Co. KGaA präsentiert die Geschäftszahlen für das erste Quartal 2021. Vor dem Hintergrund der Pandemie und dem vom fortgesetzten, dreimonatigen Lockdown gekennzeichneten ersten Quartal, zeigt sich dass die Diversifizierung unseres Geschäftes im Rahmen der „OOH plus“ Strategie – der Kombination des OOH-Kerngeschäfts mit den flankierenden Geschäftsfeldern Digital & Dialog Media und DaaS & E-Commerce - uns stabiler durch die Coronakrise bringt. Neben der robusten Performance der Content-basierten Geschäftsfelder wie T-Online und den Dialog-Marketing-Aktivitäten bewiesen insbesondere die global führende Business Data Plattform Statista als auch Asam Beauty ihre Stärken in diesem herausfordernden Umfeld. Beide Unternehmen, welche im Segment „DaaS & E-Commerce“ zusammengefasst sind, wuchsen organisch im ersten Quartal 2021 mehr als 30 Prozent.

Insgesamt sank der Konzernumsatz im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2021 vergleichsweise moderat um 15 Prozent von 368 Millionen Euro auf 312 Millionen Euro – mit -14,9 Prozent war die organische Umsatzentwicklung auf einem ähnlichen Niveau. Mit 73 Millionen Euro lag das EBITDA (adjusted) des ersten Quartals 2021 um rund 37 Prozent unter dem Vergleichswert von 117 Millionen Euro des Vorjahreszeitraums, welcher noch nicht unter dem Einfluss der Covid-19-Pandemie stand.

„Die Entwicklungen im abgelaufenen Quartal zeigen, dass uns unser diversifiziertes Geschäft stabil durch die Coronakrise bringt. Mit unserer „OOH plus“ Strategie und der Fokussierung auf Deutschland können wir die negativen Auswirkungen der Corona Pandemie für unser Außenwerbe-Kerngeschäft begrenzen und gleichzeitig

langfristige Chancen und Potentiale in unseren digitalen Geschäftsfeldern – besonders bei Asam und Statista – nutzen, um damit zukünftige Wachstumsfelder zu eröffnen“, sagt Udo Müller, Gründer und Co-CEO von Ströer.

„Unsere Marktkenntnis, unser striktes und konsequent umgesetztes Kostenmanagement sowie unsere engagierten MitarbeiterInnen tragen dazu bei, dass wir mit Zuversicht durch die Pandemie steuern“, sagt Christian Schmalzl, Co-CEO von Ströer. „Der Start ins aktuelle Geschäftsjahr bleibt zwar weiterhin herausfordernd für unser Kerngeschäft, die Erfahrung aus dem vergangenen Jahr hat aber auch gezeigt, dass sich das Außenwerbegeschäft sehr zügig erholt und wir damit schnell zu alter Stärke zurückkehren. Wir sehen schon jetzt, dass unser Außenwerbegeschäft im zweiten Quartal deutlich an Fahrt aufnimmt und die Entwicklungen der Infektions- und Impffzahlen geben uns Zuversicht für die kommenden Monate.“

OOH Media

Die Umsatzerlöse des Segments OOH Media sanken in den ersten drei Monaten 2021, reported als auch organisch, um rund 46 Prozent von 180 Millionen Euro auf 98 Millionen Euro. Das EBITDA (adjusted) des Segments verringerte sich im selben Zeitraum um 56 Prozent von 83 Millionen Euro auf 36 Millionen Euro, die EBITDA-Marge (adjusted) lag bei 37,0 Prozent (Q1 2020: 46,3 Prozent).

Digital & Dialog Media

Die Umsatzerlöse des Segment Digital & Dialog Media entwickelten sich im ersten Quartal 2021 robust positiv. Der Umsatz stieg organisch um 4,6 Prozent, auf reporteter Basis um 4 Prozent von 154 Millionen Euro auf 161 Millionen Euro. Das EBITDA (adjusted) stieg leicht und lag mit 38 Millionen Euro um rund 3 Prozent über dem Vorjahresvergleichswert von 37 Millionen Euro. Die EBITDA-Marge (adjusted) belief sich auf 23,5 Prozent (Q1 2020: 23,7 Prozent).

DaaS & E-Commerce

Der Segmentumsatz von DaaS & E-Commerce wuchs organisch im ersten Quartal 2021 deutlich um rund 37 Prozent von 42 Millionen Euro auf 56 Millionen Euro an. Das EBITDA (adjusted) der ersten drei Monate lag bei rund 7 Millionen Euro (Q1 2020: 4 Millionen Euro), die entsprechende EBITDA-Marge (adjusted) bei 11,9 Prozent (Q1 2020: 9,0).

KONZERN-FINANZKENNZAHLEN IM ÜBERBLICK Q1/2021

Fortgeführte Aktivitäten

<p>UMSATZ 311,9 Mio. € (Vj.: 368,2 Mio. €)</p>	<p>EBITDA (ADJUSTED) 73,5 Mio. € (Vj.: 116,9 Mio. €)</p>	<p>EBITDA-MARGE (ADJUSTED) 23,6% (Vj.: 31,8%)</p>												
<p>PRO SEGMENT In Mio. €</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Segment</th> <th>2020</th> <th>2021</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>OoH Media</td> <td>179,8</td> <td>97,9</td> </tr> <tr> <td>Digital & Dialog Media</td> <td>154,3</td> <td>160,5</td> </tr> <tr> <td>DaaS & E-Commerce</td> <td>41,9</td> <td>56,4</td> </tr> </tbody> </table>	Segment	2020	2021	OoH Media	179,8	97,9	Digital & Dialog Media	154,3	160,5	DaaS & E-Commerce	41,9	56,4	<p>ORGANISCHES UMSATZWACHSTUM -14,9% (Vj.: 6,0%)</p>	<p>BEREINIGTES KONZERNERGEBNIS 1,0 Mio. € (Vj.: 35,5 Mio. €)</p>
Segment	2020	2021												
OoH Media	179,8	97,9												
Digital & Dialog Media	154,3	160,5												
DaaS & E-Commerce	41,9	56,4												
	<p>FREE CASH-FLOW VOR M&A 13,0 Mio. € (Vj.: 41,6 Mio. €)</p>	<p>ROCE 9,9% (Vj.: 19,6%)</p>												

In Mio. EUR	Q1 2021	Q1 2020
Umsatzerlöse	311,9	368,2
EBITDA (adjusted)	73,5	116,9
Bereinigungseffekte	-2,4	-4,7
EBITDA	71,0	112,2
Abschreibungen	-75,5	-81,2
davon aus Kaufpreisallokationen und Wertberichtigungen	-10,2	-12,7
EBIT	-4,5	31,0
Finanzergebnis	-7,4	-6,4
EBT	-11,9	24,6
Steuern	2,7	-4,9
Konzernergebnis	-9,2	19,7
Bereinigtes Konzernergebnis	1,0	35,5
Free Cash-Flow (vor M&A)	13,0	41,6
Nettoverschuldung (31. Mrz. / 31. Dez.)	640,2	600,2

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 10.000 Mitarbeiter an rund 100 Standorten. Im Geschäftsjahr 2020 hat Ströer einen Umsatz in Höhe von 1,44 Milliarden 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 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.