

## PRESSEMITTEILUNG

### Ströer erwartet nach Rekordquartal starkes Jahresendgeschäft

- **Konzernumsatz steigt im dritten Quartal um 11 Prozent von 436 auf 484 Millionen Euro**
- **EBITDA (adjusted) wächst im gleichen Zeitraum in nahezu gleicher Stärke um mehr als 10 Prozent von 134 Millionen Euro auf 147 Millionen Euro**
- **Weiter beschleunigtes Wachstum von DOOH mit 28 Prozent Wachstum im dritten Quartal 2023**
- **Marktanteil der Außenwerbung (OOH) klettert mit 9 Prozent auf ein Allzeithoch**

Köln, 9. November 2023 Die Ströer SE & Co. KGaA präsentiert die Geschäftszahlen für das dritte Quartal 2023. Der Konzernumsatz verbesserte sich in der Berichtsperiode um 11 Prozent von 436 Millionen Euro auf 484 Millionen Euro. Das EBITDA (adjusted) wuchs in nahezu gleicher Stärke um mehr als 10 Prozent von 134 Millionen Euro auf 147 Millionen Euro.

Das starke Q3 Ergebnis zeigt die Widerstandsfähigkeit und die Stärke der „OOH plus“-Strategie – der Kombination des OOH-Kerngeschäfts mit den flankierend unterstützenden Geschäftsfeld Digital & Dialog Media. In einem ansonsten schwachen Werbemarkt zeigt sich die Außenwerbung unverändert und erwartungsgemäß unbeeindruckt und kletterte auf ein Allzeithoch von 9 Prozent Marktanteil. Der Vorstand erwartet, dass sich diese Entwicklung weiter fortsetzen wird. Wesentliche Treiber sind vor allem die fortlaufende Digitalisierung der OOH-Infrastruktur sowie die kontinuierlich fortschreitende Digitalisierung der Prozesskette in der Auftragsabwicklung – Stichwort „Programmatic Buying“. 28 Prozent Umsatzwachstum der digitalen OOH-Medien (DOOH) im dritten Quartal bei einem Wachstum von mehr als 100 Prozent im Bereich Programmatic zeigen deutlich das ungebrochene Momentum.

Neben den starken Entwicklungen von digitaler Außenwerbung haben auch alle anderen Konzernbereiche zur erfreulichen Umsatzentwicklung beigetragen. Hervorzuheben ist dabei in erster Linie Asam Beauty mit einem sehr erfreulichen Wachstum von 30 Prozent für die ersten 9 Monate 2023. Für das gesamte Jahr erwartet Asam einen Umsatz von ca. 200 Millionen Euro bei einer EBITDA-Marge von rund 20 Prozent. Der Vorstand geht davon aus, dass sich diese Entwicklung auch im kommenden Jahr mit einem erwarteten Umsatz von ca. 270 Millionen Euro bei einer weiter verbesserten Marge fortsetzen wird. Sämtliche Vertriebskanäle – eCommerce, stationärer Handel und das internationale Geschäft – tragen zu der verbesserten Entwicklung bei.

Ströer berichtet seit vielen Jahren die eigenen Fortschritte in der Nachhaltigkeit (ESG). Die ESG-Ambitionen des Konzerns werden immer wieder in Ratings bewertet und im Sommer wurde das Unternehmen von MSCI auf die Bewertung „A“ hochgestuft. Damit gehört Ströer zum weltweit besten Drittel der Medienunternehmen. Auch in Deutschland wird das ESG-Engagement wahrgenommen: Ströer ist Finalist beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2024. Neben den positiven Entwicklungen im Nachhaltigkeitsreporting, spielt auch die Tatsache, dass die Außenwerbung zu den emissionsärmsten Medien im Media-Mix zählt, eine entscheidende Rolle. Die Bedeutung von Ökobilanzen im Rahmen der Marketing- und Werbestrategien der Kunden, Stichwort Green Media, nimmt mit hoher Geschwindigkeit an Bedeutung weiter zu. Mit 6 Gramm CO<sub>2</sub> (Grünstrom) pro erzielten 1000 Kontakten gehört Digital OOH zu den mit Abstand energieeffizientesten Medien. Konkret bedeutet eine höhere Gewichtung von OOH und insbesondere von Digital OOH für jeden Werbungtreibenden eine deutliche Verbesserung des eigenen Carbon Footprints.

**„Mit den starken Ergebnissen des dritten Quartals 2023 haben wir gezeigt, dass unsere „OOH plus“-Strategie unverändert und wie erwartet besser funktioniert als eine OOH pure Play Strategie. Noch nie hatten wir ein besseres drittes Quartal. Wir sind entgegen dem Markttrend gewachsen und auch die gesamte Gattung profitiert mit einem Allzeithoch von 9 Prozent Marktanteil. Ströer wächst in einem Marktumfeld, in dem die meisten anderen Marktteilnehmer getrieben von strukturellen Marktentwicklungen deutlich zurückstecken müssen. Digitale Außenwerbung zeigt sich nach wie vor als deutlicher und anhaltender Wachstumstreiber in unserem Portfolio. Sehr zufrieden sind wir auch mit der großartigen Entwicklung von Asam Beauty. Das dynamische Wachstum aller Geschäftsbereiche wird unverändert**

getrieben von der anhaltend starken Nachfrage nach hochperformanten „German Beauty“-Produkten mit wieder Asam typischen Margen von rund 20 Prozent. Die deutliche Erhöhung der Retail Touchpoints im deutschen Heimatmarkt ab Q2 2024 wird die starke Nachfrage zusätzlich unterstützen. Wir sind sehr zuversichtlich auch für das kommende Jahr“, sagt Christian Schmalzl, Co-CEO von Ströer. „Das kommt nicht zuletzt auch durch die derzeitige Dynamik unsers Out-of-Home Order-Books für das vierte Quartal. Das über unseren bisherigen Erwartungen liegende zweistellige organische Wachstum der Jahresendbuchungen lässt eine positive Entwicklung zum Beginn des neuen Jahres erwarten.“

## **OOH Media**

Die Umsatzerlöse des Segments OOH Media wuchsen im dritten Quartal um 7,4 Prozent von 202 Millionen Euro auf 217 Millionen Euro. Das EBITDA (adjusted) des Segments entwickelte sich positiv um 2,9 Prozent von 99 Millionen Euro auf 102 Millionen Euro. Die EBITDA-Marge (adjusted) lag bei 46,8 Prozent (Q3 2022: 48,8 Prozent).

## **Digital & Dialog Media**

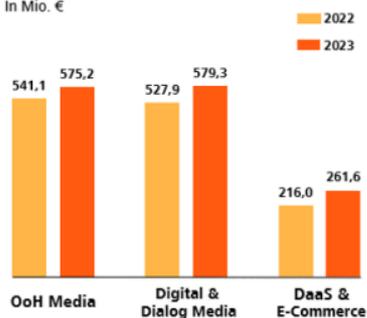
Der Segmentumsatz von Digital & Dialog Media entwickelte sich im dritten Quartal 2023 ebenfalls positiv. Der Umsatz stieg deutlich um 17,8 Prozent von 176 Millionen Euro auf 208 Millionen Euro. Das EBITDA (adjusted) entwickelte sich leicht positiv um 4,2 Prozent von 37 Millionen Euro auf mehr als 38 Millionen Euro. Die EBITDA-Marge (adjusted) belief sich auf 18,3 Prozent (Q3 2022: 20,8 Prozent).

## **DaaS & E-Commerce**

Der Segmentumsatz von DaaS & E-Commerce wuchs im dritten Quartal 2023 deutlich um 22,3 Prozent von 74 Millionen Euro auf 90 Millionen Euro an. Das EBITDA (adjusted) des dritten Quartals vervielfachte sich von 7 Millionen Euro auf 15 Millionen Euro, die entsprechende EBITDA-Marge (adjusted) verdoppelte sich nahezu auf 16,3 Prozent (Q3 2022: 8,8 Prozent).

UMSATZ  
**1.348,3 Mio. €**  
 (Vj.: 1.246,3 Mio. €)

PRO SEGMENT  
 In Mio. €



EBITDA (ADJUSTED)  
**374,6 Mio. €**  
 (Vj.: 353,9 Mio. €)

EBITDA-MARGE (ADJUSTED)  
**27,8%**  
 (Vj.: 28,4%)

ORGANISCHES  
 UMSATZWACHSTUM  
**7,9%**  
 (Vj.: 13,5%)

BEREINIGTES  
 KONZERNERGEBNIS  
**78,5 Mio. €**  
 (Vj.: 104,2 Mio. €)

FREE CASH-FLOW VOR M&A  
**127,4 Mio. €**  
 (Vj.: 115,9 Mio. €)

ROCE  
**18,6%**  
 (Vj.: 21,0%)

In Mio. EUR	Q3 2023	Q3 2022	9M 2023	9M 2022
Umsatzerlöse	483,6	436,3	1.348,3	1.246,3
EBITDA (adjusted)	147,5	133,6	374,6	353,9
Bereinigungseffekte	0,3	-2,7	-4,0	5,4
EBITDA	147,7	130,9	370,7	359,3
Abschreibungen	-78,6	-73,3	-231,2	-219,6
davon aus Kaufpreisallokationen und Wertberichtigungen	-4,5	-6,8	-14,3	-20,3
EBIT	69,2	57,6	139,4	139,7
Finanzergebnis	-19,8	-5,4	-48,2	-17,7
EBT	49,4	52,2	91,2	122,0
Steuern	-14,2	-13,0	-25,7	-29,1
Konzernergebnis	35,2	39,1	65,5	92,9
Bereinigtes Konzernergebnis	38,5	46,3	78,5	104,2
Free Cash-Flow (vor M&A)	50,2	32,2	127,4	115,9
Nettoverschuldung (30. Sept. / 31. Dez.)			860,9	718,0

## Über Ströer

Ströer ist ein führendes deutsches Medienhaus und kombiniert mit der „OOH plus“ Strategie die Geschäftssegmente Außenwerbung/Out-of-Home (OOH), digitale Medien und Dialogmarketing sowie Angebote aus den Bereichen E-Commerce und Data as a Service (DaaS) miteinander: Im Kernbereich "Out of Home" betreibt die Ströer Gruppe rund 300.000 Medienträger – von den klassischen Plakatmedien über das exklusive Werberecht an Bahnhöfen bis hin zu digitalen Out-of-Home Medien (DOOH). Die Außenwerbung zählt – insbesondere DOOH – in Relation zu den erreichten Kontakten zu den CO2 ärmsten Medien im Mediamix. Mit einem attraktiven Portfolio von führenden deutschen Websites sowie einer breiten Auswahl an Werbeformaten erreicht Ströer im Digitalbereich monatlich über 50 Millionen Unique User. Zudem hat sich das Unternehmen mit t-online eine starke Position im Newsbereich aufgebaut und bietet zusätzlich vielfältige Premium-Inhalte für Digital Natives. Im Bereich Dialogmarketing bietet Ströer innovative Lösungsmodelle für Telefon, E-Mail und Chat sowie im Direktvertrieb an.

Die Ströer Gruppe beschäftigt rund 10.000 Mitarbeiter:innen an rund 100 Standorten. Im Geschäftsjahr 2022 hat Ströer einen Umsatz in Höhe von 1,77 Milliarden Euro erwirtschaftet. Die Ströer SE & Co. KGaA ist im MDAX der Deutschen Börse notiert. Seit jeher integriert das Unternehmen nachhaltiges Denken und Handeln in das eigene Geschäft und bietet verantwortungsvolle, nachhaltige Kommunikationslösungen. Sämtliche Kampagnen werbungtreibender Kunden werden klimaneutral ausgespielt. Ziel des Unternehmens ist es, 2025 komplett klimaneutral zu sein. Nicht vermeidbare CO2-Emissionen, die direkt mit den werblichen Maßnahmen verbunden sind, kompensiert Ströer über die Unterstützung von zertifizierten Klimaschutzprojekten (<https://fpm.climatepartner.com/tracking/15477-2108-1001/de>).

Mehr zu Ströer und seiner Nachhaltigkeitsstrategie auf [stroeer.de](https://stroeer.de).

## Pressekontakt

Marc Sausen  
Ströer SE & Co. KGaA  
SVP Konzern-Kommunikation  
Ströer-Allee 1 · D-50999 Köln  
Telefon: 02236 / 96 45-246  
Fax: 02236 / 96 45-6246  
E-Mail: [presse@stroeer.de](mailto:presse@stroeer.de)

## Investor Relations Kontakt

Christoph Lührke  
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](mailto: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.*