

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Ströer unbeeindruckt von aktuellem Makro-Umfeld: Zweistelliges Umsatz- und Ergebniswachstum im ersten Halbjahr und positiver Ausblick aufs dritte Quartal**

- **Konzernumsatz steigt um 18 Prozent von 686 Millionen Euro auf 810 Millionen Euro**
- **EBITDA (adjusted) wächst um 22 Prozent von 180 Millionen Euro auf 220 Millionen Euro**
- **Starkes Orderbuch in den Sommermonaten lässt mittleres einstelliges Wachstum für Q3 erwarten**

Köln, 11. August 2022 Die Ströer SE & Co. KGaA präsentiert die Geschäftszahlen für das erste Halbjahr 2022. Insgesamt konnte der Konzernumsatz in diesem Zeitraum in einem herausfordernden Marktumfeld deutlich um 18 Prozent von 686 Millionen Euro auf 810 Millionen Euro gesteigert werden. Das organische Umsatzwachstum lag bei 18,4 Prozent. Mit 220 Millionen Euro entwickelte sich das EBITDA (adjusted) des ersten Halbjahres 2022 überproportional zur Umsatzentwicklung und legte um rund 22 Prozent zum Vergleichswert von 180 Millionen Euro des Vorjahreszeitraum zu.

Das unverändert starke, strukturelle Wachstum für Außenwerbung wird auch dadurch verdeutlicht, dass der Brutto-Gesamtzuwachs des deutschen Werbemarktes in den ersten sechs Monaten in Höhe von 416 Millionen Euro zu rund 25 Prozent auf das überproportionale Wachstum des OOH-Marktes zurückzuführen ist – bei einem Gesamtmarktanteil von OOH von derzeit 6,8 Prozent. Vor allem das dynamische Wachstum des Digital-OOH-Marktes wird die weitere positive Entwicklung von Ströer in den nächsten zehn Jahren maßgeblich vorantreiben. Im ersten Halbjahr sind die Umsätze für Digital OOH bei Ströer im Vergleich zum Vorjahr um einen Rekordwert von 99 Prozent gewachsen. Digital OOH ist weltweit das zurzeit mit Abstand am schnellsten wachsende Segment im Medienmarkt. Auch für das kommende, dritte Quartal erwartet das Unternehmen trotz sehr starker Vergleichszahlen aus dem Q3-Rebound-Quartal des

Vorjahres eine unverändert positive Geschäftsentwicklung. Grundlage des Erfolges in einem insgesamt herausfordernden Umfeld ist nicht zuletzt Ströers führende Marktposition als deutsche Nr. 1 für flächendeckende, lokale Medienvermarktung in Deutschland.

Das gute Ergebnis unterstreicht darüber hinaus den Erfolg der „OOH plus“ Strategie – der Kombination des OOH-Kerngeschäfts mit den flankierend unterstützenden Geschäftsfeldern Digital & Dialog Media und DaaS & E-Commerce. Dank der starken Marktposition, des hohen Anteils an lokalen Kunden sowie der diversifizierten Aufstellung des Unternehmens konnte Ströer die negativen Auswirkungen des Ukrainekriegs weitgehend kompensieren und gleichzeitig aktiv Chancen und Potenziale in digitalen Geschäftsfeldern umsetzen. Neben der starken Entwicklung im Bereich der digitalen Außenwerbung, der deutlich gestiegenen Nachfrage nach programmatischer Vermarktung sowie dem sehr dynamischen Lokal- und Regional-Geschäft, haben alle Geschäftsfelder zu der sehr robusten Entwicklung des ersten Halbjahrs beigetragen. Asam und Statista, die um 16 bzw. 42 Prozent zulegen konnten, setzen unverändert ihren langfristigen Wachstumskurs fort.

**„Trotz des herausfordernden Umfelds hat sich unser Geschäft durch die Bank solide und im Rahmen unserer Vor-Krisen-Planung entwickelt. Die guten Kennzahlen des ersten Halbjahrs belegen, dass unsere „OOH plus“ Strategie belastbar funktioniert“, sagt Christian Schmalzl, Co-CEO von Ströer. „Vor allem unser starkes Regional- und Lokalgeschäft sowie unser kontinuierlich wachsendes, digitales Außenwerbeportfolio sorgen momentan für weiter guten Auftragseingang und wir erwarten für das dritte Quartal entgegen dem Markt-Trend ein Wachstum im mittleren, einstelligen Bereich.“**

## **OOH Media**

Die Umsatzerlöse des Segments OOH Media wuchsen in den ersten sechs Monaten 2022 deutlich um 35 Prozent von 250 Millionen Euro auf 339 Millionen Euro. Noch stärker entwickelte sich das EBITDA (adjusted) des Segments, das im selben Zeitraum um 47 Prozent von 100 Millionen Euro auf 147 Millionen Euro zulegen konnte. Die EBITDA-Marge (adjusted) lag bei 43,4 Prozent (H1 2021: 40,0 Prozent).

## **Digital & Dialog Media**

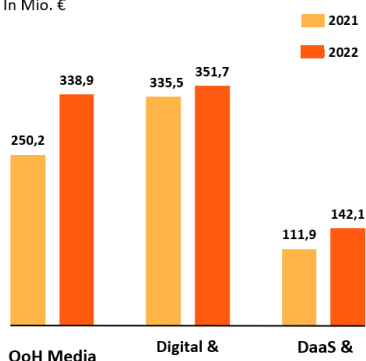
Der Segmentumsatz von Digital & Dialog Media entwickelte sich im ersten Halbjahr 2022 ebenfalls positiv. Der Umsatz stieg organisch um 7 Prozent, auf reporteter Basis um 4,8

Prozent von 335 Millionen Euro auf 352 Millionen Euro. Das EBITDA (adjusted) in Höhe von 77,9 Millionen Euro sank leicht im Vergleich zum Vorjahreswert von 82,7 Millionen Euro. Die EBITDA-Marge (adjusted) belief sich auf 22,1 Prozent (H1 2021: 24,7 Prozent).

**DaaS & E-Commerce**

Der Segmentumsatz von DaaS & E-Commerce wuchs im ersten Halbjahr 2022 deutlich um 27 Prozent von 112 Millionen Euro auf 142 Millionen Euro an. Vor dem Hintergrund der fortgesetzten Internationalisierung und dem hohen Wachstum lag das EBITDA (adjusted) der ersten sechs Monate bei rund 10 Millionen Euro (H1 2021: 11,4 Millionen Euro), die entsprechende EBITDA-Marge (adjusted) bei 7,1 Prozent (H1 2021: 10,2 Prozent).

## KONZERN-FINANZKENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

| <p>UMSATZ</p> <p><b>810,0 Mio. €</b></p> <p>(Vj.: 685,9 Mio. €)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <p>EBITDA (ADJUSTED)</p> <p><b>220,3 Mio. €</b></p> <p>(Vj.: 180,2 Mio. €)</p>        | <p>EBITDA-MARGE (ADJUSTED)</p> <p><b>27,2%</b></p> <p>(Vj.: 26,3%)</p> |      |           |       |       |                        |       |       |                   |       |       |                                                                          |                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------|-----------|-------|-------|------------------------|-------|-------|-------------------|-------|-------|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>PRO SEGMENT</p> <p>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>250,2</td> <td>338,9</td> </tr> <tr> <td>Digital &amp; Dialog Media</td> <td>335,5</td> <td>351,7</td> </tr> <tr> <td>DaaS &amp; E-Commerce</td> <td>111,9</td> <td>142,1</td> </tr> </tbody> </table> | Segment                                                                               | 2021                                                                   | 2022 | OoH Media | 250,2 | 338,9 | Digital & Dialog Media | 335,5 | 351,7 | DaaS & E-Commerce | 111,9 | 142,1 | <p>ORGANISCHES UMSATZWACHSTUM</p> <p><b>18,4%</b></p> <p>(Vj.: 9,2%)</p> | <p>BEREINIGTES KONZERNERGEBNIS</p> <p><b>58,0 Mio. €</b></p> <p>(Vj.: 27,1 Mio. €)</p> |
| Segment                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2021                                                                                  | 2022                                                                   |      |           |       |       |                        |       |       |                   |       |       |                                                                          |                                                                                        |
| OoH Media                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 250,2                                                                                 | 338,9                                                                  |      |           |       |       |                        |       |       |                   |       |       |                                                                          |                                                                                        |
| Digital & Dialog Media                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 335,5                                                                                 | 351,7                                                                  |      |           |       |       |                        |       |       |                   |       |       |                                                                          |                                                                                        |
| DaaS & E-Commerce                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 111,9                                                                                 | 142,1                                                                  |      |           |       |       |                        |       |       |                   |       |       |                                                                          |                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p>FREE CASH-FLOW VOR M&amp;A</p> <p><b>83,7 Mio. €</b></p> <p>(Vj.: 82,7 Mio. €)</p> | <p>ROCE</p> <p><b>22,4%</b></p> <p>(Vj.: 15,1%)</p>                    |      |           |       |       |                        |       |       |                   |       |       |                                                                          |                                                                                        |

| In Mio. EUR                                            | Q2 2022 | Q2 2021 | 6M 2022 | 6M 2021 |
|--------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| Umsatzerlöse                                           | 425,0   | 374,0   | 810,0   | 685,9   |
| EBITDA (adjusted)                                      | 125,7   | 106,8   | 220,3   | 180,2   |
| Bereinigungseffekte                                    | 11,5    | -0,6    | 8,2     | -3,0    |
| EBITDA                                                 | 137,1   | 106,2   | 228,4   | 177,2   |
| Abschreibungen                                         | -75,4   | -79,7   | -146,3  | -155,5  |
| davon aus Kaufpreisallokationen und Wertberichtigungen | -6,7    | -12,4   | -13,6   | -22,9   |
| EBIT                                                   | 61,7    | 26,5    | 82,2    | 21,7    |
| Finanzergebnis                                         | -6,3    | -6,7    | -12,3   | -14,1   |
| EBT                                                    | 55,4    | 19,8    | 69,9    | 7,6     |
| Steuern                                                | -12,8   | -4,6    | -16,1   | -1,9    |
| Konzernergebnis                                        | 42,7    | 15,2    | 53,8    | 5,7     |
| Bereinigtes Konzernergebnis                            | 39,0    | 26,1    | 58,0    | 27,1    |
| Free Cash-Flow (vor M&A)                               | 85,8    | 69,7    | 83,7    | 82,7    |
| Nettoverschuldung (30. Juni / 31. Dez.)                |         |         | 726,0   | 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](https://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](mailto:presse@stroeer.de)

## Investor Relations Kontakt

Christoph Lohrke  
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 unbekannten 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.*