

PRESSEMITTEILUNG

Ströer präsentiert ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2022 und einen starken Start in 2023

- **Konzernumsatz wächst um neun Prozent auf 1,77 Milliarden Euro**
- **EBITDA (adjusted) wächst um fünf Prozent auf 541 Millionen Euro**
- **Im ersten Quartal 2023 Wachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich bei rückläufigem Werbemarkt erwartet**
- **Neue Wachstumsimpulse durch niedrigsten Carbon Footprint aller klassischen Werbemedien erwartet**

Köln, 03. März 2023 Die Ströer SE & Co. KGaA präsentiert mit den vorläufigen Zahlen ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2022. Trotz der gesamtwirtschaftlichen Herausforderungen aufgrund des Krieges in der Ukraine, steigender Energiepreise und der hohen Inflation verbesserte sich der Konzernumsatz entgegen dem negativen Trend im gesamten Werbemarkt um neun Prozent von 1,63 Milliarden Euro auf 1,77 Milliarden Euro. Das EBITDA (adjusted) wuchs um fünf Prozent von 513 Millionen Euro auf 541 Millionen Euro, das bereinigte Jahresergebnis entwickelte sich leicht positiv und stieg um ein Prozent auf 172 Millionen Euro. Der dynamische Verschuldungsgrad beträgt zum Jahreswechsel 2,2.

Das robuste Ergebnis zeigt die Widerstandsfähigkeit der „OOH plus“-Strategie – der Kombination des OOH-Kerngeschäfts mit den flankierend unterstützenden Geschäftsfeldern Digital & Dialog Media. In einem insgesamt zurückhaltenden Werbemarkt zeigte sich die Außenwerbung resilient und unbeeindruckt, getrieben durch das unverändert starke strukturelle Wachstum der OOH-Medien aufgrund der fortlaufenden Digitalisierung der Infrastruktur – 34 Prozent Umsatzwachstum der digitalen OOH Medien (DOOH) in 2022 unterstreichen diese Entwicklung.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnte die digitale Infrastruktur um mehr als 1.000 digitale Premium Screens weiter ausgebaut werden. Aktuell vermarktet Ströer mehr als 7.000 großformatige digitale Premium Screens outdoor und indoor an hochfrequentierten Verkehrsknotenpunkten wie Straßen und Bahnhöfen in 170 deutschen Großstädten sowie mehr als 40.000 kleinformatige digitale Screens überwiegend am POS. Die Reichweite von digitaler Außenwerbung wächst kontinuierlich: Mittlerweile werden in Deutschland vier von fünf Menschen innerhalb einer Woche mit digitalen OOH-Medien erreicht.

Für die Zukunft erwarten wir zusätzliche strukturelle Wachstumsimpulse für unsere OOH-Medien, aufgrund der kontinuierlich zunehmenden Bedeutung der Ökobilanzen im Rahmen der Marketing- und Werbestrategien unserer Kunden. Wir gehen davon aus, dass zukünftig neben den traditionellen Kampagnen-Performance-Kennzahlen wie Reichweiten und TKPs (Tausenderkontaktpreise), der Carbon-Footprint von zunehmend größerer Bedeutung für werbungtreibende Kunden sein wird. Insofern erwarten wir, dass werbungtreibende Unternehmen in der Zukunft eine kontinuierliche Verbesserung der CO₂-Werte, also des Carbon-Footprint, ihrer Werbekampagnen anstreben werden. Von dieser Entwicklung erwarten wir positive Wachstumsimpulse für das Außenwerbegeschäft von Ströer – insbesondere für Digital OOH (DOOH). Digital OOH ist mit weitem Abstand das energieeffizienteste und ressourcenschonendste Medium mit **0,007 Gramm CO₂ (Grünstrom) pro erzieltm Kontakt**, während die anderen klassischen Werbemedien einen Carbon Footprint von **0,4 Gramm bis 11 Gramm pro Werbekontakt** produzieren. Konkret bedeutet eine höhere Gewichtung von OOH und insbesondere von Digital OOH für jeden Werbungtreibenden eine Verbesserung des eigenen Carbon Footprints in der Zukunft. Das basiert strukturell maßgeblich darauf, dass OOH als Massenmedium – ein Sender und viele Empfänger – einer medialen eins-zu-eins Nutzungssituation hinsichtlich des Carbon Footprints immer überlegen ist.

„Mit den starken Ergebnissen des Geschäftsjahres 2022 haben wir die Effizienz unserer „OOH plus“-Strategie wieder unter Beweis gestellt. Gleichzeitig ist Außenwerbung die mit weitem Abstand energieeffizienteste Werbegattung mit dem niedrigsten Carbon Footprint im gesamten Mediamix.

Digitale Außenwerbung outperformte alle anderen Segmente mit einem Wachstum von mehr als 30 Prozent, getrieben durch eine starke programmatische Nachfrage. Die weiteren Geschäftsfelder haben ebenfalls zur erfolgreichen Entwicklung beigetragen. Asam und Statista, zum Beispiel, überzeugten in 2022 mit

Wachstumsraten von mehr als 20 Prozent“, sagt Christian Schmalzl, Co-CEO von Ströer. „Entgegen der aktuell weiter schwierigen Situation im Gesamtwerbemarkt sind wir gut ins Jahr 2023 gestartet. Wir erwarten für das erste Quartal ein organisches Umsatzwachstum im mittleren, einstelligen Prozentbereich.“

Alle Zahlen des Geschäftsjahres 2022 sind vorläufig und noch nicht testiert. Die endgültigen Geschäftszahlen werden im Zuge der Veröffentlichung des Geschäftsberichts am 30. März 2023 bekannt gegeben.

Über Ströer

Ströer ist ein führendes deutsches Medienhaus 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.

Klima- und Umweltschutz stellen seit vielen Jahren eine zentrale Säule unternehmerischen Handelns dar. Faktisch zählt die Außenwerbung – insbesondere DOOH – zu den CO₂ ärmsten Medien im Mediamix. Bei größtmöglicher Effizienz nutzt Ströer zudem Ökostrom. Sämtliche Kampagnen werbungstreibender Kunden werden klimaneutral ausgespielt. Ziel des Unternehmens ist es, 2025 komplett klimaneutral zu sein.

Die Ströer Gruppe vermarktet und betreibt mehrere tausend Webseiten vor allem im deutschsprachigen Raum und betreibt rund 300.000 Medienträger 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:innen 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
SVP 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 Lührke
Ströer SE & Co. KGaA
Head of Investor Relations und 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.