

## INVESTOR RELATIONS MITTEILUNG

### **OOH+ beweist strategische Stärke in Zeiten der Corona Pandemie**

- **Ströer auch für langfristige Krisenszenarien solide aufgestellt**
- **Non-OOH Geschäftsfelder gleichen zu erwartende Schwäche aufgrund von Ausgangsbeschränkungen im Außenwerbebereich aus**
- **Ströer bestätigt bereits veröffentlichte vorläufige Rekordzahlen**

Köln, 30. März 2020            Ströer ist mit seiner global einzigartigen OOH+ Strategie sehr gut und robust aufgestellt, auch in Szenarien wie der aktuellen Corona Pandemie. Kern der Strategie ist die Fokussierung auf das OOH-Kerngeschäft, welches durch die Geschäftsfelder Digital OOH & Content und Direct Media flankiert wird. Mit dieser Aufstellung können die positiven Entwicklungen der Non-OOH Geschäftsfelder die in der Krise erwarteten, schwächeren Entwicklungen im Außenwerbebereich kompensieren. Vor dem Hintergrund der soliden Finanzposition und der hohen Cash-Generierung der Non-OOH Geschäftsfelder ist Ströer damit selbst für langfristige Krisenszenarien mit signifikanten Ausgangsbeschränkungen solide aufgestellt.

Die positiven Entwicklungen des Geschäftsjahres 2019, welche Ströer bereits im März veröffentlicht hatte, sind ein starkes Fundament und Beweis der Nachhaltigkeit der OOH+ Strategie: Der Jahresumsatz steigerte sich um 6 Prozent von 1,5 Milliarden Euro auf 1,6 Milliarden Euro mit einem organischen Umsatzwachstum von mehr als 7 Prozent. Das EBITDA (adjusted) wuchs ebenfalls um 6 Prozent von 538 Millionen Euro auf 570 Millionen Euro. Das bereinigte Jahresergebnis entwickelte sich wiederholt positiv und stieg um 6 Prozent von 199 Millionen Euro auf 210 Millionen Euro. Der dynamische Verschuldungsgrad blieb stabil bei Faktor 1,4.

**„Ströer ist mit seiner OOH+ Strategie auch in einem herausfordernden Umfeld optimal aufgestellt. Mit den starken Entwicklungen, die wir derzeit in unseren Non-OOH Geschäftsfeldern sehen und in denen wir teilweise von der aktuellen Krise**

profitieren, können wir die zu erwartende, schwierige Phase unseres Kerngeschäfts, aufgrund der bestehenden Ausgangsbeschränkungen, weitgehend ausgleichen. Vor dem Hintergrund unserer Erfahrungen aus vergangenen Krisen, wie der Finanzkrise 2008, haben wir sehr frühzeitig das Unternehmen wetterfest gemacht. So arbeiten beispielsweise rund 90% unserer Mitarbeiter reibungslos aus Ihrem Home-Office.

Mit unserer einzigartigen Geschäftsfeldstruktur, OOH plus Non-OOH, unserer soliden Finanzposition und unserem robusten Cash-Flow sind wir für jedes mögliche Krisenszenario über einen Zeitraum von 3 Jahren hinaus solide aufgestellt“, sagte Udo Müller, Gründer und Co-CEO von Ströer.

„Das erste Quartal 2020 wird sich nahtlos an ein herausragendes Jahr 2019 anschließen und das 30. Rekordquartal für Ströer in Folge sein. Trotz des erfreulichen Starts in das Geschäftsjahr 2020 und unserer soliden Aufstellung, sowohl strategisch als auch finanziell, haben wir angesichts der Corona Pandemie kurzfristig einen umfangreichen Maßnahmenkatalog umgesetzt. Zudem sind Produkte wie News, E-Mail, Statistiken und Call-Center gerade in der aktuellen Situation sehr gefragt und stützen damit die gute Aufstellung von Ströer auch im Rahmen der Coronakrise“, sagte Christian Schmalzl, Co-CEO von Ströer.

## **Geschäftssegmente**

### ***OOH Media***

Die Umsatzerlöse des Segments OOH Media steigerten sich im Geschäftsjahr 2019 um 6,8 Prozent von 664 Millionen Euro auf 709 Millionen Euro. Insgesamt stieg das EBITDA (adjusted) des Segments im Geschäftsjahr 2019 um 4,6 Prozent von 310 Millionen Euro auf 324 Millionen Euro und erwirtschaftete eine EBITDA-Marge (adjusted) von 45,7 Prozent (Vj.: 46,7 Prozent).

## ***Digital OOH & Content***

Im Geschäftsjahr 2019 stiegen die Umsatzerlöse im Segment Digital OOH & Content inklusive des Herzstücks DOOH (Public Video) um 3,8 Prozent von 567 Millionen Euro auf 588 Millionen Euro an. Das EBITDA (adjusted) steigerte sich um nahezu 9 Prozent von 194 Millionen Euro auf 211 Millionen Euro. Die EBITDA-Marge (adjusted) belief sich auf 35,9 Prozent (Vj.: 34,2 Prozent).

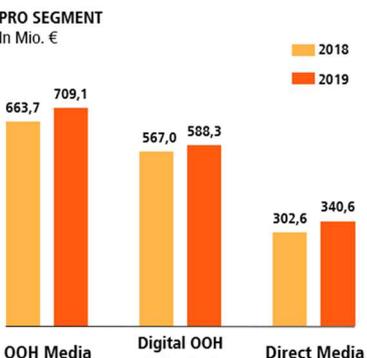
## ***Direct Media***

Der Segmentumsatz von Direct Media stieg im Geschäftsjahr 2019 um 12,6 Prozent von 303 Millionen Euro auf 341 Millionen Euro. Vor diesem Hintergrund steigerte sich das EBITDA (adjusted) in Höhe von 50 Millionen Euro auf 54 Millionen Euro. Die EBITDA-Marge (adjusted) des Segments lag bei 15,8 Prozent (Vj.: 16,5 Prozent).

Weitere Informationen finden Sie im Geschäftsbericht unter [www.stroeer.com](http://www.stroeer.com).

## KONZERNKENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

### Fortgeführte Aktivitäten

<p><b>UMSATZ</b> <b>1.591,1 Mio. €</b> (Vj.: 1.507,8 Mio. €)</p>	<p>EBITDA (ADJUSTED)<sup>1</sup> <b>570,5 Mio. €</b> (Vj.: 538,2 Mio. €)</p>	<p>EBITDA-MARGE (ADJUSTED) <b>35,9%</b> (Vj.: 35,7%)</p>												
<p><b>PRO SEGMENT</b> In Mio. €</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Segment</th> <th>2018</th> <th>2019</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>OOH Media</td> <td>663,7</td> <td>709,1</td> </tr> <tr> <td>Digital OOH &amp; Content</td> <td>567,0</td> <td>588,3</td> </tr> <tr> <td>Direct Media</td> <td>302,6</td> <td>340,6</td> </tr> </tbody> </table>	Segment	2018	2019	OOH Media	663,7	709,1	Digital OOH & Content	567,0	588,3	Direct Media	302,6	340,6	<p>ORGANISCHES UMSATZWACHSTUM <b>7,1%</b> (Vj.: 7,9%)</p>	<p>BEREINIGTES ERGEBNIS JE AKTIE <b>3,47 €</b> (Vj.: 3,40 €)</p>
Segment	2018	2019												
OOH Media	663,7	709,1												
Digital OOH & Content	567,0	588,3												
Direct Media	302,6	340,6												
	<p>FREE CASH-FLOW VOR M&amp;A <b>370,2 Mio. €</b> (Vj.: 297,9 Mio. €)</p>	<p>ROCE <b>20,0%</b> (Vj.: 19,3%)</p>												

In Mio. EUR	12M 2019	12M 2018
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.591,1</b>	<b>1.507,8</b>
<b>EBITDA (adjusted)<sup>1</sup></b>	<b>570,5</b>	<b>538,2</b>
Bereinigungseffekte	34,4	27,0
<b>EBITDA</b>	<b>536,1</b>	<b>511,1</b>
Abschreibungen	358,7	341,2
davon aus Kaufpreisallokationen und Wertberichtigungen	68,7	69,3
<b>EBIT</b>	<b>177,4</b>	<b>169,9</b>
Finanzergebnis	32,6	33,5
<b>EBT</b>	<b>144,8</b>	<b>136,4</b>
Steuern	25,1	21,9
<b>Konzernergebnis</b>	<b>119,7</b>	<b>114,5</b>
<b>Bereinigtes Konzernergebnis</b>	<b>210,5</b>	<b>198,6</b>
<b>Free Cash-Flow (vor M&amp;A)</b>	<b>370,2</b>	<b>297,9</b>
<b>Nettoverschuldung (31. Dez.)</b>	<b>547,6</b>	<b>517,7</b>

<sup>1</sup> Das „EBITDA (adjusted)“ ist inhaltlich identisch mit dem bisherigen Begriff des „Operational EBITDA“.

## 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 12.000 Mitarbeiter an mehr als 100 Standorten. Im Geschäftsjahr 2019 hat Ströer einen Umsatz in Höhe von 1,6 Milliarden Euro erwirtschaftet. Die Ströer SE & Co. KGaA ist im SDAX der Deutschen Börse notiert.

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter [www.stroeer.com](http://www.stroeer.com).

## Investor Relations Kontakt

Christoph Lührke  
Ströer SE & Co. KGaA  
Head of Investor & 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.