

HALBJAHRESMITTEILUNG

Ströer präsentiert erstes Halbjahr 2020: Robuste Performance in der Covid-19-Krise

- **Konzernumsatz sinkt aufgrund von Corona Pandemie um 15 Prozent auf 632 Millionen Euro (Vorjahr: 744 Millionen Euro)**
- **Organische Umsatzentwicklung von -14 Prozent**
- **EBITDA (adjusted) entwickelt sich mit -27 Prozent von 256 Millionen Euro auf 185 Millionen Euro rückläufig**

Köln, 13. August 2020 Die Ströer SE & Co. KGaA präsentiert die Geschäftszahlen für das erste Halbjahr 2020. Vor dem Hintergrund der Corona Pandemie und den zeitweisen Einschränkungen des öffentlichen Lebens in den Monaten des zweiten Quartals zeigt sich die Stärke der „OOH plus“ Strategie – der Kombination des OOH-Kerngeschäfts mit den flankierenden Geschäftsfeldern Digital OOH & Content und Direct Media. In einem für Außenwerbung herausfordernden Umfeld konnten Content basierte Geschäftsfelder wie T-Online, die global führende Business Data Platform Statista, als auch die Direct Media Aktivitäten ihre Stärken beweisen.

So sank der Konzernumsatz in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2020 vergleichsweise moderat um 15,0 Prozent von 744 Millionen Euro auf 632 Millionen Euro. Mit -14,3 Prozent war die organische Umsatzentwicklung auf einem ähnlichen Niveau. Mit 185 Millionen Euro lag das EBITDA (adjusted) des ersten Halbjahres 2020 um rund 27 Prozent unter dem Vergleichswert von 256 Millionen Euro des Vorjahreszeitraums.

„Besonders in Zeiten mit großen Herausforderungen, wie aktuell der Corona Pandemie und dem zeitweisen Stillstand des öffentlichen Lebens, zeigt sich die Stärke unserer strategischen Aufstellung. Mit unserer OOH plus Strategie und der Fokussierung auf Deutschland konnten wir diese Herausforderungen erfolgreich annehmen“, sagt Udo Müller, Gründer und Co-CEO von Ströer.

„Mit unseren engagierten Mitarbeitern und einem strikten Kostenmanagement konnten wir die im Mai kommunizierten Erwartungen für das zweite Quartal mehr als erfüllen. Vor diesem Hintergrund haben wir mit Augenmaß weiterhin in strategische Projekte, wie den Ausbau unserer digitalen Infrastruktur investiert“, sagt Christian Schmalzl, Co-CEO von Ströer.

OOH Media

Aufgrund des Lockdowns in den Monaten April und Mai und einem sich erst im Juni langsam wiederbelebenden, öffentlichen Lebens, sanken die Umsatzerlöse des Segments OOH Media in den ersten sechs Monaten 2020, reported als auch organisch, um rund 26 Prozent von 324 Millionen Euro auf 240 Millionen Euro. Das EBITDA (adjusted) des Segments verringerte sich im selben Zeitraum um 38 Prozent von 147 Millionen Euro auf 91 Millionen Euro, die EBITDA-Marge (adjusted) lag bei 38,0 Prozent (H1 2019: 45,3 Prozent).

Digital OOH & Content

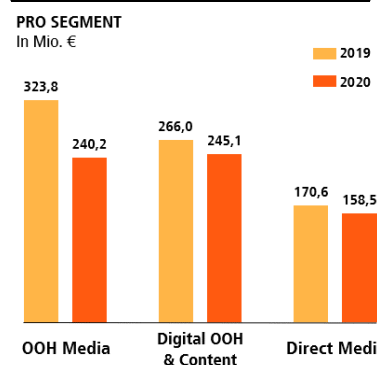
Die Umsatzerlöse des Segment Digital OOH & Content entwickelten sich in den ersten sechs Monaten 2020 vergleichsweise robust. So reduzierte sich der Umsatz moderat, organisch um -6,9 Prozent, auf reporteter Basis um -7,9 Prozent von 266 Millionen Euro auf 245 Millionen Euro. Das EBITDA (adjusted) sank im Vergleich zur Umsatzentwicklung nur leicht unterproportional und lag mit 82 Millionen Euro um rund 11 Prozent unter dem Vorjahresvergleichswert von 92 Millionen Euro. Die EBITDA-Marge (adjusted) belief sich auf 33,6 Prozent (H1 2019: 34,7 Prozent).

Direct Media

Der Segmentumsatz von Direct Media sank im den ersten sechs Monaten 2020 um rund 7 Prozent von 171 Millionen Euro auf 159 Millionen Euro. Organisch verringerte sich der Segmentumsatz um 5 Prozent. Das EBITDA (adjusted) des ersten Halbjahres lag bei rund 22 Millionen Euro (H1 2019: 25 Millionen Euro), die entsprechende EBITDA-Marge (adjusted) bei 14,0 Prozent (H1 2019: 14,8 Prozent).

KONZERN-FINANZKENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

Fortgeführte Aktivitäten

<p>UMSATZ 632,4 Mio. € (Vj.: 743,5 Mio. €)</p>	<p>EBITDA (ADJUSTED) 185,5 Mio. € (Vj.: 255,8 Mio. €)</p>	<p>EBITDA-MARGE (ADJUSTED) 29,3% (Vj.: 34,4%)</p>												
<p>PRO SEGMENT In Mio. €</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Segment</th> <th>2019</th> <th>2020</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>OOH Media</td> <td>323,8</td> <td>240,2</td> </tr> <tr> <td>Digital OOH & Content</td> <td>266,0</td> <td>245,1</td> </tr> <tr> <td>Direct Media</td> <td>170,6</td> <td>158,5</td> </tr> </tbody> </table>	Segment	2019	2020	OOH Media	323,8	240,2	Digital OOH & Content	266,0	245,1	Direct Media	170,6	158,5	<p>ORGANISCHES UMSATZWACHSTUM -14,3% (Vj.: 7,6%)</p>	<p>BEREINIGTES KONZERNERGEBNIS 22,1 Mio. € (Vj.: 86,0 Mio. €)</p>
Segment	2019	2020												
OOH Media	323,8	240,2												
Digital OOH & Content	266,0	245,1												
Direct Media	170,6	158,5												
<p>FREE CASH-FLOW VOR M&A 89,4 Mio. € (Vj.: 129,3 Mio. €)</p>	<p>ROCE 14,2% (Vj.: 18,9%)</p>													

In Mio. EUR	Q2 2020	Q2 2019	6M 2020	6M 2019
Umsatzerlöse	264,1	392,7	632,4	743,5
EBITDA (adjusted)	61,8	139,3	185,5	255,8
Bereinigungseffekte	-10,6	-5,7	-12,2	-13,5
EBITDA	51,3	133,5	173,2	242,3
Abschreibungen	-93,7	-90,3	-179,2	-173,4
davon aus Kaufpreisallokationen und Wertberichtigungen	-20,4	-19,5	-33,1	-34,4
EBIT	-42,5	43,2	-5,9	68,9
Finanzergebnis	-8,4	-7,0	-14,8	-14,5
EBT	-50,9	36,2	-20,8	54,4
Steuern	7,6	-5,6	2,6	-8,8
Konzernergebnis	-43,3	30,6	-18,2	45,6
Bereinigtes Konzernergebnis	-15,5	51,4	22,1	86,0
Free Cash-Flow (vor M&A)			89,4	129,3
Nettoverschuldung (30. Juni / 31. Dez.)			565,2	547,6

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 mehr als 12.000 Mitarbeiter an rund 100 Standorten. Im Geschäftsjahr 2019 hat Ströer einen Umsatz in Höhe von 1,6 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 Lührke
Ströer SE & Co. KGaA
Leiter Investor & 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 Mitteilung 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 Mitteilung 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 Mitteilung 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.