

Pressemitteilung

Ströer ist nach exzellentem 1. Quartal 2020 optimal auf die Coronakrise vorbereitet – Auswirkungen auf Umsatz und Ergebnis für das Geschäftsjahr 2020 erwartet

- Geringer Verschuldungsgrad von 1,44 Ende 2019 und damit hohe Liquiditätsreserven
- Maximal variable Kostenbasis im OOH-Geschäft
- Stabile Cashflows aus Online-Geschäftsfeldern, die teilweise von der Krise profitieren

Köln, 19. März 2020 Nach 29 Rekordquartalen in Folge, sowie einem exzellenten ersten Quartal 2020, ist Ströer in jeder Hinsicht optimal auf die erwarteten tiefgreifenden Folgen der Coronakrise vorbereitet.

Die wichtigsten Punkte im Überblick:

Ströers Business Update per 19. März 2020

Das erste Quartal 2020 wird sich nahtlos an ein herausragendes Jahr 2019 anschließen und das 30. Rekordquartal für Ströer in Folge sein. Besonders hervorzuheben ist ein organisches Wachstum des OOH Kerngeschäfts im hoch einstelligen Prozentbereich und damit deutlich oberhalb unseres ursprünglichen Ausblicks eines Wachstums im mittleren einstelligen Prozentbereich für das gesamte Jahr 2020. Das starke Wachstum des ersten Quartals 2020 wurde vor allem getrieben von einem sehr starken digitalen OOH Wachstum, einem der wesentlichen Treiber für das von allen Marktteilnehmern erwartete strukturelle Wachstum der Außenwerbung von ca. 5 Prozent in den nächsten 10 Jahren, ohne die Auswirkungen von Corona in 2020.

Ströers Geschäftsaussichten für die weiteren Quartale des Geschäftsjahres 2020

Nach einem sehr starken ersten Quartal sehen wir seit letztem Montag (16. März 2020) einen starken Einfluss der Coronakrise auf unser OOH-Kampagnengeschäft, vor allem

bei unseren nationalen Kunden, aufgrund des massiv eingeschränkten öffentlichen Lebens vor dem Hintergrund der öffentlichen Auflagen in Deutschland, wie auch im übrigen Europa und sogar weltweit. Die Einschränkung des öffentlichen Lebens führt zu einer deutlich geringeren Reichweite der OOH Produkte und weniger Reichweite führt zwangsläufig zu sinkenden Umsätzen im Bereich OOH. Der sich daraus ergebende Effekt auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Gesellschaft lässt sich zum jetzigen Zeitpunkt nicht vollständig quantifizieren. Somit ist aktuell auch keine abschließend verlässliche Vorhersage der Geschäftsentwicklung für das Jahr 2020 möglich.

Diese vorübergehende, zeitlich begrenzte Entwicklung wird aber eindeutig dazu führen, dass Ströer nicht in der Lage sein wird, die vor der Coronakrise gegebene Prognose eines mittleren einstelligen organischen Umsatz- und adjustierten EBITDA-Wachstums für das Jahr 2020 zu erreichen.

Ab 2021 erwarten wir aus heutiger Sicht keine negativen Auswirkungen der Coronakrise auf unsere mittelfristige Geschäftserwartung.

Wir planen, ein detaillierteres Update zur aktuellen Geschäftsentwicklung für das Jahr 2020 am 30. März zusammen mit unseren endgültigen Zahlen für das Gesamtjahr 2019 bekannt zu geben.

Ströers OOH plus Strategie beweist seine einzigartige Stärke auch in Zeiten von Corona

Unsere einzigartige OOH-plus-Strategie schützt auch in dieser Situation unsere Cashflows, indem sie die vorübergehende Schwäche unserer OOH-Reichweite teilweise durch einen signifikanten Anstieg unserer Inhome-/Online-Reichweite ausgleicht. Das Ströer-Flaggschiffportal t-online.de, eine der führenden deutschen Websites, hat seine Reichweite in der Krise beispielsweise um ca. 30 Prozent gesteigert!

Gleichzeitig erwarten wir für das Geschäftsjahr 2020 bei ASAM aus heutiger Sicht eine sehr robuste Entwicklung auf Vorjahresniveau und bei Statista weiteres Wachstum trotz der Coronakrise.

Ströers besonderes OOH Businessmodel sichert Cashflows auch in der Krise

Neben den positiven Auswirkungen der Krise auf unser Online-Reichweite möchten wir einige wichtige und Ströer spezifische Aspekte hervorheben, die unseren OOH-Cashflow in den kommenden Monaten absichern werden:

Auf der Umsatzseite:

A) Am wichtigsten ist hier unser starkes lokales OOH-Geschäft, bei dem die permanente, ganzjährig gebuchte Werbung einen hohen Anteil von 40 Prozent an den gesamten lokalen Werbeumsätzen ausmacht. Zum Vergleich: Der nationale Umsatz hat nur einen Anteil von 6 Prozent Dauerwerbung bezogen auf den gesamten nationalen Umsatz. Daraus resultiert ein Anteil von ca. 22 Prozent an dauerhaften und bereits bestätigten OOH-Umsätzen, die nicht von der Coronakrise beeinflusst werden.

B) Das bereits gebuchte Kampagnengeschäft für unser zweites Quartal 2020 ist im deutschen Markt zusätzlich durch ein starkes Stornierungsverbot geschützt, das bereits gebuchte Umsätze im Durchschnitt 60 Tage im Voraus absichert. Dadurch haben wir bereits ca. 50 Prozent des ursprünglich erwarteten OOH-Umsatzes für das 2. Quartal in unseren Büchern fixiert. Für das dritte Quartal erwarten wir, im Vergleich zur aktuellen Situation, ein deutlich verbessertes Geschäftsumfeld.

Auf der Kostenseite:

C) Ströers Aufwendungen für die Reinigung, die Wartung, den Motivwechsel und den Auf- und Abbau der Werbeträger sind bereits vor über 10 Jahren vollständig an Subunternehmer ausgelagert worden und daher hoch flexibel.

D) Über 90 Prozent der von Ströer zu entrichtenden Mieten für OOH Werbeträger werden hauptsächlich in einem Umsatzanteilsverfahren einnahmenbasiert ermittelt und atmen daher parallel mit der Einnahmenentwicklung - nach oben wie nach unten. In den Fällen, in denen Ströer eine Fest- oder Mindestmiete zahlt, erwarten wir, dass wir unsere Miete entsprechend der vorübergehend deutlich reduzierten Reichweiten senken und haben bereits erste Vereinbarungen mit einigen Vermietern erzielen können.

Ströers unverzügliche Maßnahmen im Zusammenhang mit der Coronakrise

Aufgrund einer mehrwöchigen Vorbereitungsphase, nach den Vorkommnissen im chinesischen Markt, hat das Ströer Management-Team bereits in den ersten 72 Stunden nach Ausbruch der Coronakrise unter anderem folgende Maßnahmen ergriffen:

- A) Strenge Überwachung aller Gesundheitsfragen und Umsetzung sowohl proaktiver als auch reaktiver Maßnahmen zum Schutz der Mitarbeiter (Beginn bereits Mitte Februar)
- B) Umsetzung strenger Richtlinien für das Home-Office, wobei mehr als 90 Prozent des Personals jetzt voll einsatzfähig sind und von zu Hause aus arbeiten (außer Call-Center)
- C) Kommunikation mit allen Banken des Ströer-Kreditkonsortiums zur Diskussion von Stressszenarien
- D) Straffes Cash-Management
- E) Überprüfung aller relevanten rechtlichen Angelegenheiten, einschließlich Ströers Position zu Mietverpflichtungen, Schuldverträgen und Kommunikationsverantwortung
- F) Vorbereitung weiterer Maßnahmen, einschließlich Gespräche mit Regierungsstellen über Kurzarbeit
- G) Die Hauptversammlung einschließlich Gewinnverwendungsbeschluss wird in das 2. Halbjahr 2020 verschoben und es wird geprüft, ob ein von der Dividendenpolitik abweichender Gewinnverwendungsvorschlag unterbreitet werden soll.
- H) Taskforces in allen Geschäftsbereichen zur täglichen Überwachung von Veränderungen und zur Diskussion von Sofortmaßnahmen

Ströers solide Finanzlage

Im Rahmen seiner langfristig zugesagten Kreditfazilität verfügt Ströer aktuell über freie Kreditlinien in einem Umfang von über 400 Mio. Euro und ist damit für alle derzeit absehbaren Krisenszenarien im Rahmen der Coronakrise bestens ausgestattet. Zudem lag die Leverage Ratio (Verschuldungsgrad) zum Ende des Jahres 2019 bei nur 1,44 und damit deutlich unter dem eigentlich angestrebten Leverage von ca. 2,5.

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. Alle Zahlen des Geschäftsjahres 2019 sind vorläufig und noch nicht testiert.

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
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

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.