

PRESSEMITTEILUNG

Ströer erzielt 2025 Rekordumsatz und stellt die Weichen für die Transformation zum KI-gestützten Plattformgeschäft

- **Konzernumsatz 2025 mit 2.075 Mio. EUR auf Rekordniveau; EBITDA (adjusted) über Vorjahresniveau bei 626 Mio. EUR**
- **OOH-Marktanteil steigt auf 10,0 Prozent; DOOH baut seinen Anteil auf über 40 Prozent des OOH-Umsatzes aus**
- **Digitales OOH wächst dynamisch; programmatisches DOOH legt mit rund 12 Prozent erneut zweistellig zu**
- **Ströer wird sich von einem Werbeflächenvermarkter zu einem KI-getriebenen Plattformgeschäft transformieren**

Köln, 05. März 2026 – Ströer blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2025 zurück. Dies ist ein deutlicher Beleg für die Stärke der Kombination aus datengetriebenen Medienlösungen, hoher Reichweite und technologischer Innovationskraft – selbst in einem herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Umfeld. Die Außenwerbemedien gewannen im vergangenen Jahr, getrieben durch DOOH, weiter an Bedeutung und erreichten mit einem Anteil von 10,0 Prozent am deutschen Gesamtwerbemarkt ein neues Rekordniveau.

Insgesamt erzielte das Kerngeschäft von Ströer, das **Segment OOH-Media**, einen Umsatz von 989 Mio. EUR und damit einen neuen Rekordwert. Mit einem deutlichen Umsatzplus auf rund 400 Mio. EUR war DOOH auch hier erneut der entscheidende Wachstumstreiber.

Ein Highlight des Geschäftsjahres war die Inbetriebnahme des Premium-LED-Digitalscreens „The Whale“ in Hamburg. „The Whale“ – Europas größter LED-Screen –

steht exemplarisch für die kontinuierlich hohe Innovationsdynamik und die wachsende Attraktivität des Ströer-Portfolios.

Bei t-online führt die Kombination aus Qualitätscontent, fehlender Bezahlschranke und drei technischen Vertriebswegen – Desktop, Mobile und DOOH – dazu, dass t-online mittlerweile in der Reichweite eine klar führende Position als News-Portal im deutschen Markt übernommen hat.

Unterstrichen wird die Stärke von t-online dadurch, dass die Reichweite trotz der von Google im ersten Halbjahr 2025 vollständig ausgerollten KI-Zusammenfassungen im Januar sowie im Februar 2026 jeweils deutlich über dem Niveau der Vergleichsmonate Januar und Februar 2024 lag – konkret um 10 Prozent beziehungsweise 13 Prozent.

Das zentrale Zukunftsthema für Ströer im Jahr 2025 war die grundlegende Überarbeitung der Unternehmensstrategie vor dem Hintergrund disruptiver Innovationen im Bereich Künstliche Intelligenz (KI). KI wird für Ströer künftig zur zentralen Transformations-Engine und ermöglicht erstmals die Weiterentwicklung des heutigen Werbevermarktungsgeschäfts hin zu einem KI-getriebenen, digitalen Plattformgeschäft.

Ströer verfügt bereits heute über Infrastruktur, Daten, Reichweite und Kundenbeziehungen, die durch KI erstmals plattformfähig werden. Was heute in wesentlichen Teilen noch als einzelne Vermarktungssäulen nebeneinandersteht, kann dadurch künftig zu kundenspezifischen Werbeprodukten zusammengeführt werden. Auf dieser Basis wird Ströer in absehbarer Zukunft mit dem „Ströer Ad Manager“ in der Lage sein, automatisiert generierte, individualisierte Angebote für lokale und nationale Kunden zu erstellen, die zugleich konsequent auf die Erreichung der Kommunikationsziele der Ströer-Kunden ausgerichtet sind.

Ergänzt wird der „Ströer Ad Manager“ durch das KI-gestützte „Public Mind“-Analytics Tool zur Planung und Dokumentation von Werbewirkung im OOH-Bereich – mit klar definierten KPIs.

„KI wird zur Transformationsmaschine für unsere digitale und analoge Infrastruktur – vor allem im OOH-, aber auch im Open-Web-Geschäft. Mit den technologischen Entwicklungen und KI-Innovationen der vergangenen Monate können wir jetzt eine Strategie umsetzen, deren wesentliche Bausteine wir über viele Jahre aufgebaut haben. Was heute in der Vermarktung noch weitgehend getrennt

nebeneinandersteht, können wir durch KI künftig zu integrierten, auf die Anforderungen unserer Kunden zugeschnittenen Lösungen zusammenführen.

Zukünftig wird die Kombination aus dem ‚Ströer Ad Manager‘ sowie dem ‚Public Mind‘ Analytics Tool zu unserem Flywheel für nachhaltiges und profitables Wachstum im KI-Zeitalter werden. Der ‚Ströer Ad Manager‘ wird es uns ermöglichen, Angebote automatisiert zu konfigurieren und konsequent auf Kommunikationsziele auszurichten. Public Mind wird uns zugleich in die Lage versetzen, OOH-Kampagnen stärker über Wirkung zu planen, zu steuern und zu dokumentieren – anhand klar definierter KPIs, nicht allein über Kontakte und Reichweite.

Im lokalen Geschäft ermöglicht die Entwicklung vom heutigen Werbeflächenverkauf hin zu einem Plattformgeschäft, Mediaprodukte flexibel nach Anlass, Ort, Zeit und Budget zu konfigurieren und im Self- oder Managed Service verfügbar zu machen. Dadurch werden wir die Zahl unserer heute rund 50.000 lokalen Kunden voraussichtlich vervielfachen können und damit das Potenzial von über 3 Millionen KMUs in Deutschland sehr viel besser ausschöpfen.

US-amerikanische Performance-Player, zu deren Angebot das Ströer-Produktportfolio komplementär ist, haben Self-Booking im digitalen Performance-Geschäft bereits zum Standard gemacht. Durch KI wird es Ströer in naher Zukunft ermöglichen, auf Basis seiner umfangreichen digitalen Infrastruktur kundenspezifische und auf Ziele abgestimmte Produkte im Self-Service unkompliziert buchbar zu machen.

Im nationalen Geschäft verbessert die Plattformlogik unsere Wettbewerbsposition, weil wir integrierte, auf die Anforderungen unserer Kunden zugeschnittene Angebote, über unsere Medien- und Produktplattformen hinweg effizienter bereitstellen können – und weil wir Kampagnen künftig stärker über nachweisbare Wirkungs-KPIs verkaufen können. Darüber hinaus kann Ströer durch den Einsatz von KI künftig ein effizientes Yield Management implementieren und damit die Auslastung seiner digitalen Werbeträger weiter optimieren.

Vor dem Hintergrund des beschriebenen Transformationsprozesses von Ströer hin zu einem digitalen Plattformgeschäft hat Ströer erstmalig, ab 1. März 2026, mit

Sven Scheffler einen CTO für den Ströer Konzern, mit Fokus auf das Kerngeschäft, benannt.

Dieser Transformationsprozess verändert unsere operative Hebelwirkung grundlegend: Unser künftiges Umsatzwachstum erfordert keinen proportionalen Personalaufbau mehr, sondern profitiert von einer strukturell höheren Produktivität. Über die nächsten drei bis fünf Jahre sehen wir ein erhebliches Effizienzpotenzial, das zu deutlichem Margenaufbau, verbesserter Kapitaleffizienz und einer stärkeren Free-Cash-Flow-Conversion führt. Vor diesem Hintergrund sind wir sehr zuversichtlich für die weitere profitable Entwicklung von Ströer in den kommenden Jahren und erwarten dementsprechend auch eine Verbesserung des Free Cashflow“, kommentiert Udo Müller, Co-CEO und Gründer von Ströer.

Das **Segment Digital & Dialog Media** zeigte 2025 eine starke und stabile Entwicklung. Die Umsätze stiegen auf 892 Mio. EUR und verdeutlichen die anhaltend hohe Nachfrage nach digitalen Premiumumfeldern und dialogorientierten Services.

Ströer baute seine führende Position im Open Web weiter aus und stärkte die integrierte Reichweitenarchitektur rund um t-online. Das Zusammenspiel aus Desktop, Mobile und Digital-Screen-Infrastruktur schafft ein in Europa einzigartiges Setup, das Werbekunden höhere Reichweiten, spürbar mehr Kontaktqualität und eine effiziente Zielgruppenansprache bietet. Die crossmedialen Synergien steigern den Traffic und erhöhen die Attraktivität des digitalen Portfolios, das mit 442 Mio. EUR Umsatz eine verlässliche Grundlage im Konzern bildet.

Auch der Bereich Dialog lieferte 2025 einen deutlichen Beitrag und wuchs auf 450 Mio. EUR. Die starke Nachfrage nach hochwertigen Vertriebs- und Customer-Engagement-Lösungen zeigt, wie wirkungsvoll Ströer Marken und Unternehmen entlang der gesamten Kundeninteraktion unterstützt.

Das **Segment DaaS und E-Commerce** zeigte 2025 erneut unterschiedliche Entwicklungen. Statista konzentrierte sich erfolgreich auf die Weiterentwicklung seiner Produkte für das KI-Zeitalter. Mit dem neuen Statista MCP-Server ermöglicht Statista führenden KI-Assistenten und Automatisierungsplattformen einen sicheren Echtzeitzugriff auf über eine Million geprüfte Datenpunkte aus mehr als 20.000 verschiedenen Quellen zu über 80.000 Themen. Damit wird die nahtlose Integration verlässlicher Markt- und

Statistikdaten in KI-gestützte Workflows Realität und Statista positioniert sich als zentraler Datenpartner moderner KI-Ökosysteme. Trotz dieser Transformationsphase erreichte Statista mit rund 165 Millionen Euro einen neuen Bestwert. Vor dem Hintergrund der beschriebenen Maßnahmen geht Statista von einer fortgesetzt, positiven Geschäftsentwicklung und einem sich deutlich verbessernden Free Cashflow um einen zweistelligen Millionenbereich aus.

AsamBeauty behauptete sich in einem anspruchsvollen Konsumumfeld und hielt die Retailumsätze in führenden Drogeriemärkten nahezu stabil. Rückgänge im TV-Vertrieb aufgrund veränderter Mediennutzung belasteten hingegen den Umsatz, der bei rund 187 Millionen Euro lag. Insgesamt zeigte Asam eine robuste Marktposition trotz der schwierigen Rahmenbedingungen.

Alle Zahlen des Geschäftsjahres 2025 sind vorläufig und noch nicht testiert. Die endgültigen Geschäftszahlen werden im Zuge der Veröffentlichung des Geschäftsberichts am 23. März 2026 bekannt gegeben.

Über Ströer

Ströer ist ein führendes deutsches Medienhaus und setzt mit der „OOH plus“ Strategie auf die Stärken des OOH-Geschäfts unterstützt durch die flankierenden Geschäftsfelder Digital & Dialog Media und DaaS & E-Commerce. Das Medienportfolio von Ströer bietet Möglichkeiten zur intelligenten Verknüpfung wirkungsvoller Kommunikationsmaßnahmen im digitalen und öffentlichen Raum. Das Unternehmen beschäftigt rund 13.743 Mitarbeiter:innen an rund 100 Standorten. Im Geschäftsjahr 2025 hat Ströer einen Umsatz in Höhe von 2,08 Milliarden Euro* erwirtschaftet. Die Ströer SE & Co. KGaA ist im MDAX der Deutschen Börse notiert.

Mehr zu Ströer auf stroeer.de

**Alle Zahlen des Geschäftsjahres 2025 sind vorläufig und noch nicht testiert.*

Pressekontakt

Konzernkommunikation

Ströer SE & Co. KGaA

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, Head of Investor Relations und Credit Relations

Ströer SE & Co. KGaA

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 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.