

Out of Home media

Angola
Australia
Austria
Azerbaijan
Bahrain
Belgium
Botswana
Brazil
Bulgaria
Cameroon
Canada
Chile
China
Colombia
Costa Rica
Croatia
Czech Republic
Denmark
Ecuador
El Salvador
Estonia
Eswatini
Finland
France
Gabon
Germany
Guatemala
Honduras
Hungary
India
Ireland
Israel
Italy
Ivory Coast
Japan
Kazakhstan
Latvia
Lesotho
Lithuania
Luxembourg
Madagascar
Malawi
Mauritius
Mexico
Mongolia
Mozambique
Myanmar
Namibia
New Zealand
Nicaragua
Nigeria
Norway
Oman
Panama
Paraguay
Peru
Poland
Portugal
Qatar
Saudi Arabia
Singapore
Slovakia
Slovenia
South Africa
South Korea
Spain
Sweden
Switzerland
Tanzania
Thailand
The Dominican Republic
The Netherlands
Ukraine
United Arab Emirates
United Kingdom
United States
Uruguay
Uzbekistan
Zambia
Zimbabwe

Quartalsinformation 3. Quartal 2023

- **Bereinigter Umsatz im dritten Quartal 2023 steigt um +5,8% auf 855,0 Millionen Euro**
- **Bereinigter organischer Umsatz wächst im dritten Quartal 2023 um +8,4%**
- **Im vierten Quartal 2023 bereinigtes organisches Umsatzwachstum von etwa +6% erwartet**

Berlin/Paris, 9. November 2023 – JCDecaux SE (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, legte heute die Umsatzzahlen für die ersten neun Monate des Jahres 2023 (Stichtag 30. September) vor.

Jean-François Decaux, Vorstandsvorsitzender und Co-Chief Executive Officer von JCDecaux zum Ergebnis für das dritte Quartal:

"Der Umsatz unserer Gruppe wuchs im dritten Quartal 2023 um +5,8% beziehungsweise +8,4% organisch und erreichte 855,0 Millionen Euro, was unsere Erwartungen übertraf. Dieses Ergebnis verdankte sich einer soliden Geschäftsdynamik in den meisten geografischen Regionen. Während China weiterhin eine allmähliche Erholung verzeichnete, wuchs unser Umsatz im dritten Quartal außerhalb Chinas um +9,9% organisch und lag damit erstmals wieder über dem Niveau von 2019. Treibende Kräfte dieser Performance waren das starke Wachstum unserer digitalen Umsätze, die sich fortsetzende Erholung unseres Transportgeschäfts und das anhaltende Wachstum im Stadtmöbelsegment.

Die mit Digital Out of Home (DOOH) erwirtschafteten Umsätze wuchsen kräftig um +27,9% beziehungsweise +31,1% organisch und erreichten einen Rekordanteil von 36,2% am Gesamtumsatz der Gruppe, gegenüber 29,9% im dritten Quartal des Vorjahres. Dabei hielt die starke Dynamik des Ökosystems für den programmatischen Werbehändler über die VIOOH SSP (Supply Side Platform) und die Displayce DSP (Demand Side Platform) weiter an.

Alle Geschäftssegmente verzeichneten ein positives organisches Wachstum. Unser Stadtmöbelbereich wies mit +5,3% solide organische Zuwächse aus, die sich den digitalen Umsätzen und einer fortgesetzten hohen Nachfrage seitens der Werbungtreibenden verdankten. Der organische Umsatz im Transportsegment stieg um +15,4%, worin sich die weltweite Erholung der Passagierzahlen an den Flughäfen widerspiegelte, die im Berichtszeitraum mit Ausnahme des internationalen Luftverkehrs in China beinahe wieder Vor-Corona-Niveau erreichten. Der Bereich Großflächenwerbung wuchs organisch um +2,5%, wobei insbesondere die am meisten digitalisierten Märkte als Wachstumstreiber fungierten.

Alle geografischen Regionen vermeldeten ein positives organisches Wachstum. Großbritannien und die Region Übrige Welt wiesen ein organisches Umsatzwachstum im zweistelligen Bereich aus. Frankreich, die Region Übriges Europa und die Region Übrige Welt lagen über dem Umsatzniveau von 2019, während Asien weiterhin deutlich darunter blieb. Verantwortlich war in der Hauptsache China, wo sich die Verbraucherausgaben nur allmählich erholen und der internationale Luftverkehr immer noch etwa 50% unter Vor-Corona-Niveau liegt. Zudem wirkte sich dort die Nichtverlängerung der Verträge mit dem Flughafen und der U-Bahn von Guangzhou aus.

Mit Blick auf das vierte Quartal rechnen wir zurzeit mit einer organischen Wachstumsrate von etwa +6%, die sich unter anderem der anhaltenden Erholung im Transportsegment verdankt.

JCDecaux SE

United Kingdom: 27 Sale Place - London W2 1YR - Tel.: +44 (0)20 7298 8000

Head Office: 17, rue Soyer - 92200 Neuilly-sur-Seine - France - Tel.: +33 (0)1 30 79 79 79

www.jcdecaux.com

Wir sind zuversichtlich, dass Out of Home (OOH) seinen Marktanteil in einer fragmentierten Medienlandschaft, in der Digital Out of Home (DOOH) das am zweitschnellsten wachsende Mediensegment ist, weiter vergrößern wird. Als Branchenführer und am stärksten digitalisiertes OOH-Medienunternehmen weltweit ist JCDecaux gut aufgestellt, um von dieser digitalen Transformation zu profitieren."

JCDecaux wendet seit dem 1. Januar 2014 den Rechnungslegungsstandard IFRS 11 an. Die im Folgenden veröffentlichten Kennzahlen sind entsprechend bereinigt, um Beteiligungen an Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung anteilig abzubilden.

Informationen zu den bereinigten Kennzahlen und Angaben zur Überleitung auf IFRS finden sich im Abschnitt "Bereinigte Kennzahlen" auf Seite 3 dieser Information.

Die Werte in den folgenden Tabellen sind auf Millionen Euro gerundet. Daher können die Summen der gerundeten Werte oder ausgewiesene Veränderungen geringfügig von den berichteten Werten abweichen.

Der bereinigte Umsatz stieg im dritten Quartal 2023 um +5,8% auf 855,0 Millionen Euro gegenüber 808,4 Millionen Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Lässt man die negativen Auswirkungen von Wechselkursschwankungen, die sich auf 33,4 Millionen Euro beliefen, und die positiven Auswirkungen von Änderungen des Konsolidierungskreises in Höhe von 12,2 Millionen Euro im Quartal außer Acht, dann wuchs der bereinigte Umsatz organisch um +8,4%. Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln und Werbeflächen, stieg im dritten Quartal 2023 organisch um +8,7%.

Bereinigter Umsatz im dritten Quartal	2023 (Mio. Euro)	2022 (Mio. Euro)	Umsatz- wachstum	Organisches Wachstum^(a)
Stadtmöblierung	432,0	412,5	+4,7%	+5,3%
Transportmedien	302,1	277,7	+8,8%	+15,4%
Großflächenwerbung	120,8	118,1	+2,3%	+2,5%
Gruppe gesamt	855,0	808,4	+5,8%	+8,4%

(a) Ohne Berücksichtigung von Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekten

Bereinigter Umsatz in den ersten neun Monaten	2023 (Mio. Euro)	2022 (Mio. Euro)	Umsatz- wachstum	Organisches Wachstum^(a)
Stadtmöblierung	1.254,7	1.201,9	+4,4%	+4,3%
Transportmedien	838,8	736,8	+13,9%	+17,6%
Großflächenwerbung	346,5	344,5	+0,6%	+0,5%
Gruppe gesamt	2.440,0	2.283,2	+6,9%	+8,0%

(a) Ohne Berücksichtigung von Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekten

Die Aussagen, die im Folgenden über die Geschäftsentwicklung in den geografischen Regionen getroffen werden, beziehen sich auf das organische Umsatzwachstum.

STADTMÖBLIERUNG

Im dritten Quartal 2023 stieg der bereinigte Umsatz im Stadtmöbelsegment um +4,7% auf 432,0 Millionen Euro (+5,3% organisch) und lag damit deutlich über dem Niveau von 2019. Alle geografischen Regionen vermeldeten kräftiges Wachstum. Frankreich und der asiatisch-pazifische Raum wiesen zweistellige Umsatzzuwächse aus, während Nordamerika unter Berücksichtigung der Nichtverlängerung des Stadtmöblierungsvertrags mit der Stadt Los Angeles (einem 50/50 Joint Venture mit Outfront) ein im Jahresvergleich negatives Umsatzwachstum verzeichnete.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, stieg im dritten Quartal 2023 organisch um +5,4%.

TRANSPORTMEDIEN

Die Umsätze im Transportsegment blieben deutlich unter dem Niveau von 2019, was hauptsächlich auf China zurückzuführen war. Frankreich, die Region Übrige Welt und Nordamerika (ohne Berücksichtigung der Nichtverlängerung des Vertrags mit den New-Yorker-Flughäfen) lagen deutlich über dem Umsatzniveau von 2019.

Der bereinigte Umsatz im dritten Quartal stieg um +8,8% auf 302,1 Millionen Euro (+15,4% organisch), worin sich die kräftige Erholung des Luftverkehrs und das Wiederanziehen der Passagierzahlen im öffentlichen Verkehr widerspiegeln. Frankreich, Großbritannien, Nordamerika, der asiatisch-pazifische Raum ohne China sowie die Region Übrige Welt vermeldeten ein im Jahresvergleich zweistelliges Wachstum. Die Region Übriges Europa wies eine Wachstumsrate im unteren einstelligen Bereich aus.

GROSSFLÄCHENWERBUNG

Im dritten Quartal wuchs der bereinigte Umsatz im Großflächensegment um +2,3% auf 120,8 Millionen Euro (+2,5% organisch). Großbritannien verzeichnete ein zweistelliges und der asiatisch-pazifische Raum ein hohes einstelliges Wachstum, dessen treibende Kraft unser Geschäft mit digitaler Großflächenwerbung war. Das Umsatzwachstum in Nordamerika und im asiatisch-pazifischen Raum lag zweistellig über dem Niveau des dritten Quartals 2019.

BEREINIGTE KENNZAHLEN

Gemäß dem Rechnungslegungsstandard IFRS 11, den JCDecaux seit dem 1. Januar 2014 anwendet, müssen Beteiligungen an Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung nach der Equity-Methode bilanziert werden. Um jedoch weiterhin die Geschäftsrealität der Gruppe abzubilden, fließen in unsere operative Berichterstattung, die der Kontrolle der Geschäftsaktivitäten, der Ressourcenallokation und der Messung der Performance durch die Geschäftsführung dient, die operativen Kennzahlen der Unternehmen, die unter gemeinschaftlicher Führung stehen, weiterhin anteilig ein.

Da IFRS 8 vorschreibt, dass Angaben zu den Geschäftssegmenten in der externen finanziellen Berichterstattung mit den innerhalb der Gruppe verwendeten Informationen übereinstimmen müssen, basieren die in der finanziellen Berichterstattung der Gruppe veröffentlichten Kennzahlen auf den oben genannten internen operativen finanziellen Informationen. Die finanzielle Berichterstattung beruht insofern auf "bereinigten" Zahlen, die mit vor 2014 veröffentlichten Kennzahlen verglichen werden können und die auf IFRS übergeleitet werden.

Im dritten Quartal 2023 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS 11 um -66,0 Millionen Euro vom bereinigten Konzernumsatz ab (-60,9 Millionen Euro im dritten Quartal 2022). Der Umsatz gemäß IFRS belief sich somit auf 789,0 Millionen Euro (747,5 Millionen Euro im dritten Quartal 2022).

In den ersten neun Monaten 2023 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS 11 um -184,1 Millionen Euro vom bereinigten Konzernumsatz ab (-167,8 Millionen Euro in den ersten neun Monaten 2022). Der Umsatz gemäß IFRS belief sich somit auf 2.255,9 Millionen Euro (2.115,4 Millionen Euro in den ersten neun Monaten 2022).

ORGANISCHES WACHSTUM

Das organische Wachstum entspricht dem bereinigten (Non-IFRS) Umsatzwachstum ohne die Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und Änderungen des Konsolidierungskreises. Zur Eliminierung von Wechselkurseffekten werden die Umsätze des Berichtszeitraums zu den durchschnittlichen Wechselkursen des Vergleichszeitraums des Vorjahres umgerechnet, während die Umsätze des Vergleichszeitraums unverändert bleiben. Veränderungen des Konsolidierungskreises werden zeitanteilig berücksichtigt. Umsatzveränderungen, die durch den Abschluss neuer Verträge oder das Auslaufen oder Wegfallen bestehender Verträge zustande kommen, werden als organisches Wachstum erfasst.

Mio. Euro		Q1	Q2	H1	Q3	9 Monate
Bereinigter Umsatz 2022	(a)	683,0	791,8	1.474,8	808,4	2.283,2
Umsatz 2023 gemäß IFRS	(b)	671,8	795,2	1.466,9	789,0	2.255,9
IFRS 11-Effekte	(c)	49,5	68,6	118,1	66,0	184,1
Bereinigter Umsatz 2023	(d) = (b) + (c)	721,3	863,7	1.585,0	855,0	2.440,0
Wechselkurseffekte	(e)	1,2	19,1	20,3	33,4	53,7
Umrechnung bereinigter Umsatz 2023 auf Wechselkurse 2022	(f) = (d) + (e)	722,5	882,8	1.605,3	888,4	2.493,7
Veränderungen im Konsolidierungskreis	(g)	-5,7	-9,3	-15,0	-12,2	-27,2
Bereinigter organischer Umsatz 2023	(h) = (f) + (g)	716,8	873,6	1.590,3	876,2	2.466,6
Organisches Wachstum	(i) = (h)/(a)-1	+5,0%	+10,3%	+7,8%	+8,4%	+8,0%

Mio. Euro	Wechselkurseffekte Stichtag 30. September 2023
CNY	14,8
AUD	12,5
GBP	6,8
USD	3,7
Andere	15,9
Gesamt	53,7

Durchschnittlicher Wechselkurs	9 Monate 2023	9 Monate 2022
CNY	0,1312	0,1425
AUD	0,6170	0,6647
GBP	1,1484	1,1804
USD	0,9230	0,9400

Nächste Information:

Umsatzzahlen für das vierte Quartal 2023: 25. Januar 2024 (nach Börsenschluss)

Kennzahlen JCDecaux:

- Umsatz im Geschäftsjahr 2022: 3.317 Millionen Euro^(a) – Umsatz im ersten Halbjahr 2023: 1.585 Millionen Euro^(a)
 - Nummer eins der Out-of-Home-Medien weltweit
 - Erreicht täglich mehr als 850 Millionen Menschen in über 80 Ländern
 - 1.040.132 Werbeflächen weltweit
 - Präsenz in 3.573 Städten mit über 10.000 Einwohnern
 - 11.200 Mitarbeiter
 - JCDecaux ist in der Eurolist der Euronext Paris gelistet und wird im Index Euronext 100 und im Euronext Family Business geführt
 - JCDecaux ist für seine nicht-finanzielle Performance im FTSE4Good Index (3,4/5), im CDP (A-) sowie im MSCI (AA) gelistet und wurde von EcoVadis mit einer Platinmedaille ausgezeichnet
 - Erstes Außenwerbeunternehmen in der RE 100
 - Marktführer für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier sanfter Mobilität
 - Weltweit die Nr. 1 im Bereich Stadtmöblierung (604.536 Werbeflächen)
 - Weltweit die Nr. 1 im Bereich Transportmedien an 153 Flughäfen und mit 205 Verträgen in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung (333.620 Werbeflächen)
 - Europaweit die Nr. 1 in der Großflächenwerbung (101.976 Werbeflächen).
 - Nr. 1 der Außenwerbung in Europa (654.957 Werbeflächen)
 - Nr. 1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (170.973 Werbeflächen)
 - Nr. 1 der Außenwerbung in Lateinamerika (129.305 Werbeflächen)
 - Nr. 1 der Außenwerbung in Afrika (24.198 Werbeflächen)
 - Nr. 1 der Außenwerbung im Nahen Osten (19.371 Werbeflächen)
- (a) Bereinigter Umsatz

Mehr Informationen über JCDecaux finden Sie auf [jcdecaux.com](https://www.jcdecaux.com).

Besuchen Sie uns auf [Twitter](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) und [Youtube](#).

Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Pressemitteilung kann zukunftsgerichtete Aussagen enthalten. Diese Aussagen sind nicht als Garantien zukünftiger Entwicklungen und Ergebnisse des Unternehmens zu verstehen. Obwohl solche zukunftsgerichteten Aussagen auf Annahmen und Einschätzungen beruhen, die das Unternehmen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung als realistisch ansieht, beinhalten sie naturgemäß Risiken und Unsicherheitsfaktoren. Die tatsächlichen Entwicklungen und Ergebnisse können aufgrund dieser Risiken und Unsicherheitsfaktoren von den in den zukunftsgerichteten Aussagen ausdrücklich oder implizit enthaltenen Angaben zu Entwicklungen und Ergebnissen abweichen. Solche Risiken und Unsicherheitsfaktoren umfassen, ohne auf diese beschränkt zu sein, die Risikofaktoren, die im einheitlichen Registrierungsdocument (Universal Registration Document) dargestellt sind, das bei der französischen Finanzmarktaufsicht Autorité des Marchés Financiers hinterlegt ist.

Investoren und Aktionäre des Unternehmens können dieses einheitliche Registrierungsdocument bei der Autorité des Marchés Financiers über ihre Website www.amf-france.org anfordern oder direkt über die Website des Unternehmens www.jcdecaux.com abrufen.

Das Unternehmen ist weder verpflichtet noch übernimmt es eine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren oder an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.

Pressekontakt:

c/o Wall GmbH
Frauke Bank
+49 (0) 30 33899381
frauke.bank@wall.de