

Out of Home Media

Algerien
Angola
Argentinien
Aserbaidschan
Australien
Belgien
Botswana
Brasilien
Bulgarien
Chile
China
Costa Rica
Dänemark
Deutschland
Dominikanische Republik
El Salvador
Estland
Finnland
Frankreich
Großbritannien
Guatemala
Indien
Irland
Island
Israel
Italien
Japan
Kamerun
Kanada
Kasachstan
Katar
Kolumbien
Korea
Kroatien
Lesotho
Lettland
Litauen
Luxemburg
Madagaskar
Malawi
Mauritius
Mexiko
Mongolei
Mosambik
Namibia
Niederlande
Norwegen
Oman
Österreich
Panama
Peru
Polen
Portugal
Russland
Sambia
Saudi Arabien
Schweden
Schweiz
Simbabwe
Singapur
Slowakei
Slowenien
Spanien
Südafrika
Swasiland
Tansania
Thailand
Tschechien
Türkei
Uganda
Ukraine
Ungarn
Uruguay
USA
Usbekistan
Vereinigte Arabische Emirate

Quartalsinformation 1. Quartal 2016

- **Bereinigter Umsatz im ersten Quartal steigt um 15,3% auf 748,5 Millionen Euro**
- **Bereinigter organischer Umsatz wächst im ersten Quartal um 10,5%**
- **Für das zweite Quartal 2016 bereinigtes organisches Umsatzwachstum von etwa 3% erwartet**

Berlin/Paris, 11. Mai 2016 – JCDecaux SA (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, legt heute die Umsatzzahlen für das erste Quartal 2016 (Stichtag: 31. März 2016) vor.

Die JCDecaux-Gruppe wendet seit dem 1. Januar 2014 den Rechnungslegungsstandard IFRS 11 an. Die im Folgenden veröffentlichten operativen Kennzahlen sind entsprechend bereinigt, um weiterhin Beteiligungen an Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung anteilig abzubilden. So können sie mit früheren Daten verglichen werden. Informationen zu den bereinigten Kennzahlen und Angaben zur Überleitung auf IFRS finden sich im Abschnitt "Bereinigte Kennzahlen" auf Seite 3.

Im ersten Quartal 2016 stieg der bereinigte Konzernumsatz (Non-IFRS) um 15,3% auf 748,5 Millionen Euro gegenüber 649,0 Millionen Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Lässt man die negativen Auswirkungen von Wechselkurseffekten und die positiven Auswirkungen von Änderungen des Konsolidierungskreises außer Acht, wuchs der bereinigte Umsatz um 10,5%.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft – also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln – verbesserte sich im ersten Quartal 2016 organisch um 10,9%.

Bereinigter Umsatz im ersten Quartal	2016 (Mio. Euro)	2015 (Mio. Euro)	Umsatzwachstum	Organisches Wachstum ^(a)
Stadtmöblierung	333,4	291,3	+14,5%	+9,7%
Transportmedien	312,0	268,9	+16,0%	+12,9%
Großflächenwerbung	103,1	88,8	+16,1%	+5,9%
Gruppe gesamt	748,5	649,0	+15,3%	+10,5%

a. Bereinigt um Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekte

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

STADTMÖBLIERUNG

Im ersten Quartal stieg der bereinigte Umsatz im Unternehmensbereich Stadtmöblierung um 14,5% auf 333,4 Millionen Euro (+9,7 organisch). Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien), der asiatisch-pazifische Raum und die als "übrige Welt" zusammengefassten Märkte der Gruppe vermeldeten kräftige Wachstumsraten. In Nordamerika verzeichnete der Konzernbereich ein gutes Wachstumsergebnis.

JCDecaux Deutschland GmbH
Oskar-Jäger-Straße 48a - 50825 Köln
Tel.: +49 (0)221 54 68 50 - Fax: +49 (0)221 54 68 51 99 - zentrale@jcdecaux.de - www.jcdecaux.de

Geschäftsführer: Patrick Möller HRB Köln 10549 USt.-ID: DE122801317
Bankverbindung: BNP Paribas SA IBAN DE05 3701 0600 2220 3150 10 BIC BNPADEFFXXX

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, d.h. die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln stieg gegenüber dem ersten Quartal 2015 organisch um 11,6%.

Die Einführung des weltgrößten digitalen Stadtmöbelnetzes mit 1000 84-Zoll-Displays in London nimmt mehr Zeit in Anspruch als erwartet. Dies ist vor allem auf die Komplexität im Umfeld der Installationen dieses umfassenden Projektes sowie auf den Umstand zurückzuführen, dass dabei verschiedene Vertragspartner innerhalb des operativen Geschäftsmodells von Transport for London involviert sind. Auf Grund dessen konnten zu Beginn des zweiten Quartals 2016 statt der vorgesehenen 300 nur 20 Displays in Betrieb gehen. Die gegenüber der ursprünglichen Planung geringeren Werbeeinnahmen werden sich signifikant auf das Halbjahres-Ergebnis des Stadtmöbelsegments in Großbritannien auswirken. Zurzeit rechnen wir damit, dass am Ende des zweiten Quartals 200 Displays – statt geplanter 500 – in Betrieb sein werden. Dem steht positiv gegenüber, dass JCDecaux in den zentralen Innenstadtbezirken großzügigere Baugenehmigungen als erwartet erwirken konnte. Dies ermöglicht eine optimale Abdeckung von Premium-Standorten wie Oxford Street, Park Lane, The Strand und Kensington High Street. Wir sind daher zuversichtlich, dass das so entstehende, maßstabsetzende digitale Netz für die anfänglichen Verzögerungen mehr als kompensieren wird.

TRANSPORTMEDIEN

Der bereinigte Umsatz im Transportsegment wuchs im ersten Quartal 2016 um 16% auf 312,0 Millionen Euro (+12,9% organisch). In den europäischen Märkten der Gruppe (einschließlich Frankreich und Großbritannien) verzeichnete der Unternehmensbereich gute Ergebnisse. Der asiatisch-pazifische Raum und die "übrige Welt" meldeten zweistellige Wachstumsraten. Nordamerika musste einen leichten Umsatzrückgang hinnehmen.

GROSSFLÄCHENWERBUNG

Im Konzernbereich Großflächenwerbung stieg der bereinigte Umsatz im ersten Quartal um 16,1% auf 103,1 Millionen Euro (+5,9% organisch). Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) vermeldete wachsende Umsätze. In der "übrigen Welt" erwirtschaftete die Konzernsparte ein solides Wachstum.

Im Großflächensegment war im ersten Quartal ein leichter Aufwärtstrend festzustellen. Das positive Ergebnis in Europa verdankt sich vor allem der fortschreitenden Digitalisierung unserer Flächen in Großbritannien. Die mangelnde Konsolidierung des europäischen Marktes stellt jedoch weiterhin eine Herausforderung dar. In Russland schreitet die Marktkonsolidierung hingegen voran, da einige lokale Anbieter in Moskau Pachtzahlungsverpflichtungen nicht einhalten konnten, was für uns den Weg zu höheren Umsätzen frei macht. Unser digitales Großflächennetz in Chicago ist inzwischen voll angelaufen: 43 von 60 digitalen Screens sind in Betrieb. Mit ihnen verfügen wir über die ertragreichsten Großflächen im drittgrößten Marktgebiet der USA. Zugleich hat die Stadtverwaltung von Chicago über unsere digitalen Großflächen bereits mehr als 24 Millionen Mitteilungen an die Autofahrer im Schnellstraßennetz der Stadt übermittelt. Weitere amerikanische Großstädte haben bereits Interesse an dem Programm bekundet. Der Bundesstaat Kalifornien wird in Kürze über eine Ausschreibung für ein Pilotprogramm zur Modernisierung eines Teils der Wechselverkehrszeichen auf seinen Freeways entscheiden. Diese sollen zu digitalen Displays auf dem neuesten Stand der Technik umgerüstet werden, auf denen Nachrichten des "Amber"-Alarmsystems, Straßenzustandsmeldungen und Werbung angezeigt werden.

Jean-François Decaux, Vorstandsvorsitzender und Co-Chief Executive Officer von JCDecaux, zum Quartalsergebnis:

"Wir freuen uns sehr, für das erste Quartal 2016 einen Umsatz von 748,5 Millionen Euro vermelden zu können, was eine Steigerung von 15,3% gegenüber dem Vorjahreszeitraum und ein organisches Wachstum von 10,5% bedeutet. Für JCDecaux läuft es in allen Unternehmensbereichen und allen geographischen Regionen sprichwörtlich rund, wobei ich besonders den wachsenden Anteil unseres digitalen Premium-Portfolios hervorheben möchte, mit dem wir mittlerweile 11,5% unseres Umsatzes erwirtschaften. Das starke Ergebnis unseres Stadtmöbelsegments verdankte sich vor allem Frankreich und Großbritannien wo sich der Vertrag über die Londoner Fahrgastunterstände bereits positiv auswirkt. Im Transportbereich profitieren wir sowohl von der starken digitalen Komponente, die in diesem

Unternehmensbereich für fast 20% der Umsätze verantwortlich ist, als auch von unserem starken Engagement in schnellwachsenden Märkten – insbesondere in China. Im Bereich Großflächenwerbung zeichnet sich eine leichte Verbesserung ab. In Europa hat der Unternehmensbereich ein positives Ergebnis erzielt und aus Russland werden beachtliche Umsatzzuwächse vermeldet.

Die Integration der in der letzten Zeit übernommenen Unternehmen kommt gut voran. In den USA, Brasilien und Italien ist die Integration von CEMUSA in die JCDecaux-Gruppe bereits abgeschlossen, und wir erwarten, dass Spanien im Juni vollständig integriert sein wird. Im ersten Quartal 2016 haben wir die Optimierung des Stadtmöbelnetzes in New York City mit der Installation von Fahrgastunterständen an der Fifth Avenue zwischen 58. und 34. Straße – auf der teuersten Einkaufsmeile der Welt – begonnen. Die Digitalisierung weiterer Werbeflächen ist für das dritte und vierte Quartal 2016 geplant. Mit dem Abschluss der Übernahme des Lateinamerikageschäfts von OUTFRONT Media haben wir unsere Führungsposition in dieser Region weiter ausgebaut. Mittlerweile sind wir in den 10 reichsten Städten des südamerikanischen Kontinents präsent. In Afrika haben wir die Integration von Continental Outdoor Media in allen 14 Ländern erfolgreich abgeschlossen.

Für das zweite Quartal 2016 erwarten wir zurzeit, angesichts eines weltweit verlangsamten Wirtschaftswachstums, eine Steigerung des organischen Umsatzes von etwa 3%.

Mit Blick auf die Zukunft sind wir überzeugt, dass der Out-of-Home-Sektor in einer zunehmend fragmentierten Medienlandschaft seine Stärke und Attraktivität bewahren wird. Wir sind gut aufgestellt, um das Wachstum des Werbemarktes zu übertreffen und unsere Führungsposition in der Außenwerbebranche weiter auszubauen, indem wir gewinnträchtige Marktanteile erobern. Das hat mehrere Gründe: wir engagieren uns intensiv in schnellwachsenden Märkten, bauen unser digitales Portfolio immer weiter aus – ergänzt um eine innovative, datenbasierte Plattform, mit der wir das Werbepublikum gezielt ansprechen können –, schließen erfolgreich neue Verträge ab und verfügen weltweit über leistungsstarke Teams. Unsere solide Unternehmensbilanz ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil, der uns in die Lage versetzt, auch weiterhin sich bietende externe Wachstumschancen zu nutzen."

BEREINIGTE KENNZAHLEN

Gemäß dem Rechnungslegungsstandard IFRS 11, den die JCDecaux-Gruppe seit dem 1. Januar 2014 anwendet, müssen Beteiligungen an Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung verpflichtend nach der Equity-Methode bilanziert werden. Um jedoch die Geschäftsrealität der Gruppe abzubilden, fließen in die internen Berichte, die der Kontrolle der Geschäftsaktivitäten, der Ressourcenallokation und der Messung der Performance der Unternehmenssegmente dienen, die operativen Kennzahlen der Unternehmen, die unter gemeinschaftlicher Führung stehen, auch 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" (Non-IFRS) Zahlen, die eine Vergleichbarkeit mit vergangenheitsbezogenen Kennzahlen gewährleisten, und die auf IFRS übergeleitet werden.

Im ersten Quartal 2016 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS 11 um -93,0 Millionen Euro vom bereinigten Konzernumsatz ab (gegenüber einer Abweichung von -72,1 Millionen Euro im ersten Quartal 2015). Der Umsatz gemäß IFRS betrug somit 655,5 Millionen Euro (gegenüber 576,9 Millionen Euro im ersten Quartal 2015).

Nächste Information:

Jahreshauptversammlung am 19. Mai 2016

Umsatz im zweiten Quartal und Halbjahresergebnis 2016: 28. Juli 2016 (vor Börsenbeginn)

Kennzahlen der JCDecaux-Gruppe:

- Umsatz im Geschäftsjahr 2015: 3.208 Millionen Euro
- JCDecaux ist in der Eurolist der Euronext Paris gelistet und wird im Index Euronext 100 geführt
- JCDecaux ist im FTSE4Good gelistet
- Weltweit die Nr.1 im Bereich Stadtmöblierung (524.580 Werbeflächen)
- Weltweit die Nr.1 im Bereich Transportmedien an über 230 Flughäfen und mit 280 Verträgen in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung (395.770 Werbeflächen)
- Europaweit die Nr.1 in der Großflächenwerbung (177.760 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Europa (731.390 Werbeflächen)
- Nr.1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (236.760 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Lateinamerika (62.860 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im Nahen Osten (16.280 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Afrika (32.840 Werbeflächen)
- Weltweit die Nr.1 für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier umweltfreundlicher Mobilität
- 1.129.410 Werbeflächen in mehr als 75 Ländern
- Präsenz in 4.435 Städten mit über 10.000 Einwohnern
- Reichweite täglich über 390 Millionen Menschen
- 12.850 Mitarbeiter

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 Jahresbericht des Unternehmens dargestellt sind, der bei der französischen Finanzmarktaufsicht Autorité des Marchés Financiers hinterlegt ist.

Investoren und Aktionäre des Unternehmens können diesen Jahresbericht 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 AG
Frauke Bank
+49 (0) 30 33899381
frauke.bank@wall.de

JCDecaux Deutschland GmbH
Patrick Möller
+49 (0) 221 54685-0
patrick.moeller@jcdecaux.de