

Quartalsinformation 1. Quartal 2018

Out of Home Media

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

- **Bereinigter Umsatz geht im ersten Quartal um 2,6% auf 742,5 Millionen Euro zurück**
- **Bereinigter organischer Umsatz wächst im ersten Quartal um 2,8%**
- **Für das zweite Quartal bereinigtes organisches Wachstum von etwa 3,5% erwartet**

Berlin/Paris, 14. Mai 2018 – JCDecaux SA (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, legt heute die Umsatzzahlen für das erste Quartal 2018 (Stichtag 31. März 2018) 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. Informationen zu den bereinigten Kennzahlen und Angaben zur Überleitung auf IFRS finden sich im Abschnitt "Bereinigte Kennzahlen" auf Seite 3.

Ab dem 1. Januar 2018 ist die Anwendung von IFRS 15 "Erlöse aus Verträgen mit Kunden" verpflichtend vorgeschrieben. Die im Folgenden ausgewiesenen Vergleichszahlen 2017 wurden daher retrospektiv an IFRS 15 angepasst. Durch eine geänderte Rechnungslegung für Werbesteuern erhöht sich der bereinigte Umsatz gemäß IFRS 15 gegenüber den in der Vergangenheit veröffentlichten Kennzahlen für das erste Quartal 2017 um 5,0 Millionen Euro.

Im ersten Quartal 2018 verminderte sich der bereinigte Konzernumsatz um 2,6% auf 742,5 Millionen Euro gegenüber 762,6 Millionen Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Lässt man die negativen Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und die positiven Auswirkungen von Änderungen des Konsolidierungskreises außer Acht, dann wuchs der bereinigte Umsatz um 2,8%. Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft – also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln – stieg im ersten Quartal 2018 organisch um 2,7%.

Bereinigter Umsatz im ersten Quartal	2018 (Mio. Euro)	2017 (Mio. Euro)	Umsatz- wachstum	Organisches Wachstum ^(a)
Stadtmöbliering	337,1	345,6	-2,5%	+2,1%
Transportmedien	293,5	302,3	-2,9%	+5,0%
Großflächenwerbung	111,9	114,7	-2,4%	-0,6%
Gruppe gesamt	742,5	762,6	-2,6%	+2,8%

a. Bereinigt um Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekte

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

STADTMÖBLIERUNG

Im ersten Quartal 2018 verminderte sich der bereinigte Umsatz im Unternehmensbereich Stadtmöbliering um 2,5% auf 337,1 Millionen Euro (+2,1% organisch). Wie erwartet verzeichnete der Konzernbereich in Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) durch die Annullierung des Interimsvertrags über Stadtinformationsanlagen in Paris einen Umsatzrückgang. Aus dem asiatisch-pazifischen Raum wurde ein kräftiges zweistelliges Wachstum vermeldet, das sich hauptsächlich unseren neuen Verträgen in Australien verdankt. Auch Nordamerika verzeichnete dank unserer digitalen Netze in New York und Chicago ein beachtliches Wachstum.

JCDecaux SA

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

A public limited corporation with an Executive Board and Supervisory Board

Registered capital of 3,240 205.36 euros - # RCS: 307 570 747 Nanterre - FR 44307570747

Die als "übrige Welt" zusammengefassten Märkte der Gruppe profitierten von der guten Geschäftsentwicklung in Lateinamerika und vermeldeten ebenfalls ein zweistelliges Umsatzplus. Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, d.h. die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, wuchs gegenüber dem ersten Quartal 2017 organisch um 2,8%.

TRANSPORTMEDIEN

Der bereinigte Umsatz im Transportsegment verminderte sich im ersten Quartal 2018 um 2,9% auf 293,5 Millionen Euro (+5,0% organisch). In Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) entwickelten sich die Umsätze gut. Im asiatisch-pazifischen Raum wurde ein kräftiges zweistelliges Wachstum erwirtschaftet. In der "übrigen Welt" verzeichnete der Konzernbereich dank neuer Verträge in Brasilien eine positive Umsatzentwicklung, die jedoch durch ein negatives Wachstum im Nahen Osten beeinträchtigt wurde, wo das Marktumfeld schwierig bleibt. Aufgrund anspruchsvoller Vergleichszahlen des Vorjahresquartals vermeldete Nordamerika einen Umsatzrückgang.

GROSSFLÄCHENWERBUNG

Im Segment Großflächenwerbung verringerte sich der bereinigte Umsatz im ersten Quartal 2018 um 2,4% auf 111,9 Millionen Euro (-0,6% organisch). In Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) blieb der Umsatz gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres gleich. Die "übrige Welt" verzeichnete einen leichten Umsatzrückgang, während das negative Wachstum in Nordamerika aufgrund anspruchsvoller Vergleichszahlen aus dem ersten Quartal 2017 ausgeprägter war.

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

"Unser Konzernumsatz, der aufgrund negativer Wechselkurseffekte im ersten Quartal um 2,6% auf 742,5 Millionen Euro zurückging, ist organisch um 2,8% gewachsen. Das organische Wachstum von 2,1% in unserem Stadtmöbelsegment verdankt sich vor allem einem zweistelligen Umsatzplus im digitalen Bereich, während sich die Annullierung des Interimsvertrags über Stadtinformationsanlagen in Paris negativ auf die Umsatzentwicklung im analogen Bereich auswirkte. Das gute Abschneiden des Transportsegments resultiert aus einem kräftigen Wachstum in China, einer guten Umsatzentwicklung in Europa und den Umsätzen aus neuen Verträgen in Lateinamerika. Die traditionelle Großflächenwerbung bleibt herausfordernd, während wir im Bereich der digitalen Großflächen ein zweistelliges Wachstum verzeichnen. Allerdings machen digitale Flächen weniger als 10% unseres Umsatzes im Großflächensegment aus.

Mit Blick auf das zweite Quartal 2018 erwarten wir momentan ein organisches Wachstum von etwa 3,5%, wobei wir berücksichtigen müssen, dass es aufgrund kurzfristiger Buchungen, die durch Digital-Out-of-Home möglich werden, immer schwieriger wird, Voraussagen über zukünftige Werbeumsätze zu treffen.

In einer zunehmend fragmentierten Medienlandschaft gewinnt der Out-of-Home-Sektor weiter an Attraktivität. Wir sind dabei gut aufgestellt, um auch in Zukunft das Wachstum des Werbemarktes zu übertreffen und unsere Führungsposition in der Außenwerbebranche auszubauen, indem wir gewinnträchtige Marktanteile erobern. Das hat mehrere Gründe: Wir engagieren uns stark 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 Kennzahlen vor 2014 gewährleisten und die auf IFRS übergeleitet werden.

Im ersten Quartal 2018 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS um -84,5 Millionen Euro vom bereinigten Konzernumsatz ab (-87,4 Millionen Euro im ersten Quartal 2017). Der Umsatz gemäß IFRS betrug im ersten Quartal 2018 somit 658,0 Millionen Euro (675,2 Millionen Euro im ersten Quartal 2017).

ORGANISCHES WACHSTUM

Das organische Wachstum entspricht dem bereinigten (Non-IFRS) Umsatzwachstum ohne Berücksichtigung der 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. €		Q1
Bereinigter Umsatz 2017	(a)	762,6
Umsatz 2018 gemäß IFRS	(b)	658,0
IFRS 11-Effekte	(c)	84,5
Bereinigter Umsatz 2018	(d) = (b) + (c)	742,5
Wechselkurseffekte	(e)	42,1
Umrechnung bereinigter Umsatz 2018 auf Wechselkurse 2017	(f) = (d) + (e)	784,6
Veränderungen im Konsolidierungskreis	(g)	(0,3)
Bereinigter organischer Umsatz 2018	(h) = (f) + (g)	784,3
Organisches Wachstum	(i) = (h) / (a)	2,8%

Mio. €	Wechselkurseffekte zum Stichtag 31. März 2018
USD	8,2
HKD	7,2
RMB	5,8
BRL	3,4
GBP	2,2
Andere	15,3
Gesamt	42,1

Durchschnittlicher Wechselkurs	Q1 2018	Q1 2017
USD	0,8135	0,9391
HKD	0,1039	0,1210
RMB	0,1280	0,1363
BRL	0,2507	0,2988
GBP	1,1320	1,1627

Nächste Information:

Jahreshauptversammlung am 17. Mai 2018
Umsatz im zweiten Quartal und Halbjahresergebnis: 26. Juli 2018 (vor Börsenbeginn)

Kennzahlen der JCDecaux-Gruppe:

- Umsatz im Geschäftsjahr 2017: 3.493 Millionen Euro*
- JCDecaux ist in der Eurolist der Euronext Paris gelistet und wird im Index Euronext 100 und im Euronext Family Business geführt
- JCDecaux ist im FTSE4Good und im Dow Jones Sustainability Europe Index gelistet
- Weltweit die Nr. 1 im Bereich Stadtmöblierung (543.050 Werbeflächen)
- Weltweit die Nr. 1 im Bereich Transportmedien an über 215 Flughäfen und mit 250 Verträgen in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung (356.320 Werbeflächen)
- Europaweit die Nr. 1 in der Großflächenwerbung (141.630 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Europa (672.220 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (216.290 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Lateinamerika (77.190 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Afrika (26.770 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im Nahen Osten (18.650 Werbeflächen)
- Marktführer für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier sanfter Mobilität
- 1.074.113 Werbeflächen in mehr als 80 Ländern
- Präsenz in 4.033 Städten mit über 10.000 Einwohnern
- 13.040 Mitarbeiter

* nach rückwirkender Berücksichtigung des ab dem 1. Januar 2018 verpflichtend anzuwendenden IFRS 15

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 GmbH

Frauke Bank

+49 (0) 30 33899381

frauke.bank@wall.de