

Unternehmenszahlen 1. Halbjahr 2018

- **Bereinigter Umsatz geht um 0,5% auf 1.643,3 Millionen Euro zurück**
- **Bereinigter organischer Umsatz steigt um 4,0%, beschleunigtes organisches Wachstum von 4,9% im 2. Quartal**
- **Bereinigtes operatives Ergebnis vermindert sich um 15,9% auf 214,4 Millionen Euro**
- **Bereinigtes EBIT vor Wertminderungen bei 82,8 Millionen Euro, minus 28,1%**
- **Nettogewinn auf Konzernebene geht um 22,4% auf 57,5 Millionen Euro zurück**
- **Bereinigter frei verfügbarer Cash-Flow steigt um 43,5% auf 43,2 Millionen Euro**
- **Für das 3. Quartal 2018 organisches Umsatzwachstum von etwa 7% erwartet**

Berlin/Paris, 26. Juli 2018 – JCDecaux SA (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, legt heute die Umsatzzahlen für das erste Halbjahr 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 6.

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 Halbjahr 2017 um 10,0 Millionen Euro. Das operative Ergebnis ist nicht betroffen.

Jean-François Decaux, Co-Chief Executive Officer von JCDecaux, zum Halbjahresergebnis der Gruppe:

„In der ersten Jahreshälfte 2018 ist unser Konzernumsatz aufgrund von Wechselkurseffekten um 0,5% zurückgegangen. Organisch konnten wir unseren Umsatz um 4,0% steigern, wobei das zweite Quartal mit einer unsere Erwartungen übertreffenden organischen Zuwachsrate von 4,9% für einen Wachstumsschub sorgte, der sich einer beschleunigten Zunahme der digitalen Umsätze verdankte. Der digitale Bereich, mit dem wir inzwischen 18,6% unseres Gesamtumsatzes erwirtschaften, ist auch im ersten Halbjahr 2018 weiter kräftig gewachsen, wobei die digitalen Umsätze in allen Unternehmenssegmenten stark zugelegt haben. Die digitalen Wachstumsraten lagen im Bereich Stadtmöblierung bei 38,4%, im Transportsegment bei 17,6% und in der Großflächenwerbung bei 22,7%. Das organische Wachstum im Stadtmöbelsegment wurde in Frankreich durch die unerwartete Annullierung des Interimsvertrags über die Stadtinformationsanlagen in Paris beeinträchtigt, während der Transportbereich eine deutliche Umsatzsteigerung mit zweistelligem Wachstum in China verzeichnete. In der Großflächenwerbung gab es einen leichten Umsatzrückgang, der vor allem auf eine Verkleinerung unseres traditionellen Portfolios in Großbritannien zurückzuführen ist, während wir mit unsere dortigen digitalen Großflächen weiterhin kräftige Umsätze erwirtschaften.“

Wie prognostiziert, verminderte sich unsere operative Marge auf Konzernebene um 240 Basispunkte auf 13,0%, wofür vor allem die unerwartete Annullierung des Interimsvertrags über die Stadtinformationsanlagen in Paris und das gleichzeitige Anlaufen umfangreicher neuer

Verträge verantwortlich waren. So starteten im ersten Halbjahr im Bereich Stadtmöblierung der Vertrag mit Yarra Trams in Australien und im Transportsegment die Verträge über die Werberechte am Flughafen und in der U-Bahn von São Paulo sowie am Terminal 2 des Flughafens Kanton. Die Großflächenwerbung blieb im übrigen Europa ebenso wie in den als „übrige Welt“ zusammengefassten Märkten der Gruppe weiterhin herausfordernd. Auch der Start der globalen unabhängigen automatisierten Planungs- und Handelsplattform VIOOH und unsere strategischen Wachstumsinitiativen im Zuge des Aufbaus eines neuen Unternehmensbereichs Daten auf Konzernebene wirkten sich kurzfristig auf die operative Marge aus.

Was unser organisches Wachstum betrifft, so haben wir im ersten Halbjahr 2018 eine Reihe bedeutender Verträge gewonnen, darunter einen Stadtmöblierungsvertrag mit Singapur und einen Vertrag über Großflächenwerbung in Lissabon. Zugleich konnten wir die Verträge über die Stadtmöblierung in Lissabon und Berlin und über die automatischen öffentlichen Toiletten in Berlin verlängern. Im Transportbereich wurde der symbolträchtige Vertrag mit der Hongkonger U-Bahn MTR verlängert.

Wie erwartet schreitet die Konsolidierung im Out-of-Home-Sektor weiter voran. So konnten wir mit der APN Outdoor Group Limited einen Übernahmeplan für den Erwerb von 100% der Anteile des Aktienkapitals von APN Outdoor vereinbaren. Australien ist der siebtgrößte Werbemarkt der Welt mit einem wachsenden Out-of-Home-Sektor, dessen Marktanteil inzwischen 6% beträgt und der fast 50% seiner Umsätze mit digitalen Flächen erwirtschaftet. Die Übernahme bedarf der Zustimmung der Aktionäre von APN Outdoor und muss durch die Aufsichtsbehörde Australian Competition and Consumer Commission genehmigt werden.

Für das dritte Quartal 2018 erwarten wir eine weitere Beschleunigung unseres organischen Wachstums mit einer Zuwachsrate von etwa 7%.

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 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 in Zukunft sich bietende externe Wachstumschancen zu nutzen und signifikante Investitionen im digitalen Bereich zu tätigen."

BEREINIGTE UMSÄTZE

In den ersten sechs Monaten des Jahres (Stichtag 30. Juni 2018) verminderte sich der bereinigte Konzernumsatz um 0,5% auf 1.643,3 Millionen Euro gegenüber 1.651,4 Millionen Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Lässt man die negativen Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und die positiven Auswirkungen von Änderungen des Konsolidierungskreises außer Acht, wuchs der bereinigte Umsatz um 4,0%. Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, stieg in der ersten Jahreshälfte 2018 organisch um 3,7%.

Im zweiten Quartal 2018 wuchs der bereinigte Konzernumsatz um 1,3% auf 900,8 Millionen Euro, wobei der bereinigte organische Umsatz gegenüber dem zweiten Quartal 2017 um 4,9% stieg. Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft – ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln – verbesserte sich im zweiten Quartal 2018 organisch um 4,5%.

Umsatzentwicklung (bereinigt)

Mio. €	H1 2018			H1 2017			Veränderung 18/17		
	Q1	Q2	H1	Q1	Q2	H1	Q1	Q2	H1
Stadt-möblierung	337,1	405,6	742,7	345,6	406,0	751,6	-2,5%	-0,1%	-1,2%
Transport-medien	293,5	365,9	659,4	302,3	349,4	651,7	-2,9%	+4,7%	+1,2%
Großflächen-werbung	111,9	129,3	241,2	114,7	133,4	248,1	-2,4%	-3,1%	-2,8%
Gruppe gesamt	742,5	900,8	1.643,3	762,6	888,8	1.651,4	-2,6%	+1,3%	-0,5%

Organisches Umsatzwachstum (bereinigt) ^(a)

	Veränderung 18/17		
	Q1	Q2	H1
Stadt-möblierung	+2,1%	+3,5%	+2,9%
Transport-medien	+5,0%	+8,8%	+7,0%
Großflächen-werbung	-0,6%	-1,1%	-0,9%
Gruppe gesamt	+2,8%	+4,9%	+4,0%

(a) Ohne Berücksichtigung von Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekten

Umsatz nach geografischen Regionen (bereinigt)

Mio. €	H1 2018	H1 2017	Umsatz-wachstum	Organisches Wachstum ^(a)
Europa ^(b)	447,4	443,0	+1,0%	+2,5%
Asiatisch-pazifischer Raum	400,2	372,9	+7,3%	+14,5%
Frankreich	287,6	301,8	-4,7%	-4,7%
Übrige Welt	208,3	216,6	-3,8%	+6,1%
Großbritannien	173,2	175,9	-1,5%	+0,7%
Nordamerika	126,6	141,2	-10,3%	+0,1%
Gruppe gesamt	1.643,3	1.651,4	-0,5%	+4,0%

(a) Ohne Berücksichtigung von Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekten

(b) Ohne Frankreich und Großbritannien

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

STADTMÖBLIERUNG

In der ersten Jahreshälfte ging der bereinigte Umsatz im Konzernbereich Stadtmöblierung um 1,2% auf 742,7 Millionen Euro zurück. Organisch wuchs der bereinigte Umsatz im Stadtmöbelsegment um 2,9%, was sich einer positiven Umsatzentwicklung im asiatisch-pazifischen Raum, Nordamerika, der "übrigen Welt" und Großbritannien verdankte.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, stieg gegenüber der ersten Jahreshälfte 2017 organisch um 3,0%.

Im zweiten Quartal verminderte sich der bereinigte Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 0,1% auf 405,6 Millionen Euro. Organisch stieg der bereinigte Umsatz gegenüber dem Vergleichszeitraum um 3,5%. Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, wuchs gegenüber dem zweiten Quartal 2017 organisch um 3,3%.

TRANSPORTMEDIEN

Im Transportsegment stieg der bereinigte Umsatz im ersten Halbjahr 2018 um 1,2% auf 659,4 Millionen Euro. Das organische Wachstum von 7,0% verdankte sich einem kräftigen zweistelligen Umsatzplus im asiatisch-pazifischen Raum und guten Ergebnissen in Europa, denen ein negatives organisches Wachstum in Nordamerika gegenüberstand.

Im zweiten Quartal wuchs der bereinigte Umsatz um 4,7% auf 365,9 Millionen Euro. Organisch legte der bereinigte Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 8,8% zu.

GROSSFLÄCHENWERBUNG

Der bereinigte Umsatz im Konzernbereich Großflächenwerbung ging in der ersten Jahreshälfte 2018 um 2,8% auf 241,2 Millionen Euro zurück (-0,9% organisch), obwohl in Großbritannien weiterhin ein kräftiges Umsatzplus im digitalen Bereich erwirtschaftet wurde.

Im zweiten Quartal verminderte sich der bereinigte Umsatz um 3,1% auf 129,3 Millionen Euro. Organisch war gegenüber dem zweiten Quartal 2017 ein Rückgang um 1,1% zu verzeichnen.

BEREINIGTES OPERATIVES ERGEBNIS ⁽¹⁾

Das bereinigte operative Ergebnis der Gruppe verminderte sich in den ersten sechs Monaten 2018 um 15,9% auf 214,4 Millionen Euro. In der ersten Jahreshälfte 2017 hatte es bei 255,0 Millionen Euro gelegen. Bezogen auf den Konzernumsatz lag die operative Marge bei 13,0% und damit 240 Basispunkte niedriger als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Ursächlich dafür waren vor allem die Situation in Frankreich, wo der Interimsvertrag über die Stadtinformationsanlagen in Paris unerwartet annulliert und der Vertrag über das öffentliche Fahrradverleihsystem Vélib' nicht verlängert wurde, sowie das Anlaufen neuer Verträge und Investitionen im programmatischen und im Daten-Bereich.

	H1 2018		H1 2017		Entwicklung 18/17	
	Mio. €	% vom Umsatz	Mio. €	% vom Umsatz	Wert (%)	Marge (Bp)
Stadtmöblierung	149,3	20,1%	174,9	23,3%	-14,6%	-320 Bp
Transportmedien	53,8	8,2%	66,0	10,1%	-18,5%	-190 Bp
Großflächenwerbung	11,3	4,7%	14,1	5,7%	-19,9%	-100 Bp
Gruppe gesamt	214,4	13,0%	255,0	15,4%	-15,9%	-240 Bp

Stadtmöblierung: Im ersten Halbjahr 2018 lag das bereinigte operative Ergebnis mit 149,3 Millionen Euro um 14,6% niedriger als in der ersten Jahreshälfte 2017. Bezogen auf den Umsatz ging die bereinigte operative Marge um 320 Basispunkte auf 20,1% zurück. Verantwortlich für den Rückgang waren die unerwartete Annullierung des Interimsvertrags über die

Stadtinformationsanlagen in Paris, die Nichtverlängerung des Vélib'-Vertrages in Frankreich und neue Verträge, die sich noch in der Anlaufphase befinden, wie der Vertrag mit Yarra Trams in Australien.

Transportmedien: In der ersten Jahreshälfte 2018 verminderte sich das bereinigte operative Ergebnis um 18,5% auf 53,8 Millionen Euro. Bezogen auf den Umsatz sank die bereinigte operative Marge gegenüber dem Vergleichszeitraum 2017 um 190 Basispunkte auf 8,2%. Ursächlich war in erster Linie das Anlaufen neuer Verträge, wie der Vereinbarungen über die Werberechte am Flughafen und in der U-Bahn von São Paulo und am Terminal 2 des Flughafens Kanton.

Großflächenwerbung: Im ersten Halbjahr 2018 lag das bereinigte operative Ergebnis mit 11,3 Millionen Euro um 19,9% niedriger als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Bezogen auf den Umsatz verminderte sich die bereinigte operative Marge gegenüber der ersten Jahreshälfte 2017 um 100 Basispunkte auf 4,7%, was dem Umsatzrückgang in diesem Segment entspricht.

BEREINIGTES EBIT ⁽²⁾

Ohne Berücksichtigung von Wertminderungsaufwendungen ging das bereinigte Ergebnis vor Zinsen und Steuern in der ersten Jahreshälfte 2018 um 28,1% auf 82,8 Millionen Euro zurück. Im ersten Halbjahr 2017 hatte es bei 115,1 Millionen Euro gelegen. Die Konzernmarge verminderte sich damit um 200 Basispunkte auf 5,0% gegenüber 7,0% im ersten Halbjahr 2017. Die unerwartete Annullierung des Interimsvertrags über die Stadtinformationsanlagen in Paris und die Nichtverlängerung des Vélib'-Vertrags führten dazu, dass die Ausgaben für Ersatzteile im ersten Halbjahr 2018 gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres zurückgingen. Die Kosten für Abschreibungen und Rückstellungen blieben gegenüber dem Vorjahreszeitraum gleich. Während nur noch in geringerer Höhe Drohverlustrückstellungen für die Übernahme von CEMUSA und OUTFRONT Media Lateinamerika aufgelöst wurden, wurden im Zuge der unerwarteten Annullierung des Interimsvertrages über die Stadtinformationsanlagen in Paris und der Nichtverlängerung des Vélib'-Vertrages einmalig Demontage-Rückstellungen aufgelöst. Das sonstige Betriebsergebnis entwickelte sich wie im Vergleichszeitraum des Vorjahres positiv. Während des Berichtszeitraums wurden keine signifikanten Wertminderungsaufwendungen verbucht.

Das bereinigte EBIT nach Wertminderungsaufwendungen verminderte sich um 30,3% auf 82,7 Millionen Euro gegenüber 118,7 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2017.

FINANZERGEBNIS ⁽³⁾

Das Finanzergebnis für das erste Halbjahr 2018 lag bei -11,3 Millionen Euro gegenüber -15,3 Millionen Euro in der ersten Jahreshälfte 2017. Ursächlich war vor allem die Rückzahlung einer Anleihe über 500 Millionen Euro im Februar 2018.

EQUITY-BETEILIGUNGEN

Der Nettogewinn aus Unternehmensbeteiligungen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden, belief sich auf 38,6 Millionen Euro und lag damit niedriger als im Vergleichszeitraum des Vorjahres (46,5 Millionen Euro).

NETTOGEWINN AUF KONZERNEBENE

Der Nettogewinn auf Konzernebene ohne Berücksichtigung von Wertminderungen ging in den ersten sechs Monaten 2018 um 20,0% auf 57,6 Millionen Euro zurück. Im ersten Halbjahr 2017 hatte er bei 72,0 Millionen Euro gelegen.

Unter Einbeziehung der Wertminderungsaufwendungen verringerte sich der Nettogewinn auf Konzernebene um 22,4% auf 57,5 Millionen Euro gegenüber 74,1 Millionen Euro in der ersten Jahreshälfte 2017.

BEREINIGTE INVESTITIONEN

Die bereinigten Nettoinvestitionen (Erwerb von Sachwerten und immateriellen Gütern abzüglich Veräußerungen) lagen im ersten Halbjahr 2018 bei 94,2 Millionen Euro und damit auf vergleichbarer Höhe wie im Vorjahreszeitraum (93,2 Millionen). Die Investitionen dienten vor allem der Digitalisierung in allen Unternehmenssegmenten.

BEREINIGTER FREI VERFÜGBARER CASH-FLOW ⁽⁴⁾

Der bereinigte frei verfügbare Cash-Flow lag in der ersten Jahreshälfte 2018 bei 43,2 Millionen Euro gegenüber 30,1 Millionen Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Die Steigerung reflektiert vor allem eine höhere im operativen Geschäft erwirtschaftete Liquidität, die sich aus Steuererstattungen im Zuge der Annullierung der dreiprozentigen Dividendensteuer, die zwischen 2013 und 2017 in Frankreich erhoben wurde, und Anpassungen der Unternehmenssteuervorauszahlung für 2017 ergab. Ihr stand ein Anstieg des Bedarfs an Working Capital gegenüber, der hauptsächlich auf höhere Inventarbestände im Zuge des Anlaufens neuer Verträge zurückzuführen war.

DIVIDENDE

Die Dividende von 0,56 Euro pro Aktie für das Geschäftsjahr 2017, die auf der Jahreshauptversammlung der Aktionäre am 17. Mai 2018 genehmigt wurde, wurde am 24. Mai 2018 ausbezahlt. Insgesamt kam dabei ein Betrag von 119,1 Millionen Euro zur Auszahlung.

NETTOVERSCHULDUNG ⁽⁵⁾

Die Nettoverschuldung belief sich zum 30. Juni 2018 auf 494,6 Millionen Euro gegenüber einer Nettoverschuldung von 551,4 Millionen Euro am 30. Juni 2017.

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 auf IFRS übergeleitet werden. In der Gewinn- und Verlustrechnung betrifft dies alle Positionen bis zum EBIT. In der Cash-Flow-Rechnung betrifft dies alle Positionen bis zum frei verfügbaren Cash-Flow.

Im ersten Halbjahr 2018 beliefen sich die Auswirkungen von IFRS 11 auf die bereinigten Positionen auf:

- -195,5 Millionen Euro auf den bereinigten Konzernumsatz (-200,6 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2017). Der Konzernumsatz gemäß IFRS belief sich somit auf 1.447,8 Millionen Euro (1.450,8 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2017).
- -52,0 Millionen Euro auf das bereinigte operative Ergebnis (-59,0 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2017). Das operative Ergebnis gemäß IFRS lag somit bei 162,4 Millionen Euro (196,0 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2017).
- -41,1 Millionen auf das bereinigte EBIT vor Wertminderungsaufwendungen (-51,5 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2017). Das EBIT vor Wertminderungsaufwendungen gemäß IFRS belief sich somit auf 41,7 Millionen Euro (63,6 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2017).
- -41,1 Millionen auf das bereinigte EBIT nach Wertminderungsaufwendungen (-51,5 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2017). Das EBIT nach Wertminderungsaufwendungen gemäß IFRS belief sich somit auf 41,6 Millionen Euro (67,2 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2017).
- -4,4 Millionen Euro auf die bereinigten Nettoinvestitionen (-6,4 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2017). Die Nettoinvestitionen gemäß IFRS lagen somit bei 89,8 Millionen Euro (86,8 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2017).
- -35,1 Millionen Euro auf den bereinigten frei verfügbaren Cash-Flow (-31,5 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2017). Der frei verfügbare Cash-Flow gemäß IFRS belief sich somit auf 8,1 Millionen Euro (-1,4 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2017).

Eine vollständige Überleitung der bereinigten Kennzahlen auf IFRS findet sich auf Seite 9 dieser Information.

ANMERKUNGEN

- (1) **Operatives Ergebnis:** Umsatz abzüglich der direkten betrieblichen Aufwendungen (außer Wartung/Ersatzteile) abzüglich der allgemeinen Betriebsaufwendungen (SG&A-Aufwendungen).
- (2) **EBIT:** Ergebnis vor Zinsen und Steuern = Operatives Ergebnis abzüglich Abschreibung, Amortisierung und Rückstellungen, abzüglich Goodwill-Abschreibung, abzüglich Wartungs- und Ersatzteile, abzüglich aller sonstigen Einnahmen und Ausgaben.
- (3) **Finanzergebnis:** Ohne den Effekt der Diskontierung und Neubewertung finanzieller Verbindlichkeiten aus Kaufoptionen für Anteile ohne beherrschenden Einfluss (-0,3 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2018 gegenüber -1,1 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2017).
- (4) **Frei verfügbarer Cash-Flow:** Betrieblicher Netto-Cash-Flow abzüglich der Netto-Investitionsausgaben (materielle und immaterielle Vermögenswerte) und abzüglich Veräußerungen.
- (5) **Nettoverschuldung:** Verschuldung abzüglich der liquiden Mittel ohne Kontokorrentkredite, ausgenommen der unbaren Auswirkungen von IAS 32 (finanzielle Verbindlichkeiten aus Kaufoptionen für Anteile ohne beherrschenden Einfluss) und einschließlich der unbaren Auswirkungen von IFRS 9 auf Kreditderivate und Finanzderivate zu Sicherungszwecken.

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	Q2	H 1
Bereinigter Umsatz 2017	(a)	762,6	888,8	1.651,4
Umsatz 2018 gemäß IFRS	(b)	658,0	789,8	1.447,8
IFRS 11-Effekte	(c)	84,5	111,0	195,5
Bereinigter Umsatz 2018	(d) = (b) + (c)	742,5	900,8	1.643,3
Wechselkurseffekte	(e)	42,1	32,2	74,3
Umrechnung bereinigter Umsatz 2018 auf Wechselkurse 2017	(f) = (d) + (e)	784,6	933,0	1.717,6
Veränderungen im Konsolidierungskreis	(g)	(0,3)	(0,5)	(0,8)
Bereinigter organischer Umsatz 2018	(h) = (f) + (g)	784,3	932,5	1.716,8
Organisches Wachstum	(i) = (h) / (a)	+2,8%	+4,9%	+4,0%

Mio. €	Wechselkurseffekte Stichtag 30. Juni 2018
USD	14,8
HKD	11,8
BRL	7,6
RMB	7,3
GBP	3,9
Andere	28,9
Gesamt	74,3

Durchschnittlicher Wechselkurs	H1 2018	H1 2017
USD	0,8262	0,9233
HKD	0,1054	0,1188
BRL	0,2415	0,2904
RMB	0,1297	0,1343
GBP	1,1367	1,1620

Nächste Information:

Umsatzzahlen für das 3. Quartal 2018: 8. November 2018 (nach Börsenschluss)

Kennzahlen der JCDecaux-Gruppe:

- Umsatz im Geschäftsjahr 2017: 3.493 Millionen Euro*, Umsatz im ersten Halbjahr 2018: 1.643 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

ÜBERLEITUNG DER BEREINIGTEN KENNZAHLEN AUF IFRS

Gewinn- und Verlustrechnung	H1 2018			H1 2017		
	Mio. €	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung	IFRS	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung
Umsatzerlöse	1.643,3	(195,5)	1.447,8	1.651,4	(200,6)	1.450,8
Betriebskosten	(1.428,9)	143,5	(1.285,4)	(1.396,4)	141,6	(1.254,8)
Operatives Ergebnis	214,4	(52,0)	162,4	255,0	(59,0)	196,0
Ersatzteile	(16,9)	0,7	(16,2)	(24,4)	0,7	(23,7)
Abschreibungen und Rückstellungen (netto)	(123,0)	9,7	(113,3)	(123,0)	6,6	(116,4)
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	8,3	0,5	8,8	7,5	0,2	7,7
EBIT vor Wertminderungsaufwand	82,8	(41,1)	41,7	115,1	(51,5)	63,6
Wertminderungsaufwand ⁽¹⁾	(0,1)	-	(0,1)	3,6	-	3,6
EBIT nach Wertminderungsaufwand	82,7	(41,1)	41,6	118,7	(51,5)	67,2

⁽¹⁾ Einschließlich Netto-Wertminderungsaufwendungen von Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung.

Cash-Flow-Rechnung	H1 2018			H1 2017		
	Mio. €	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung	IFRS	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung
Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit ohne Wartungskosten	174,9	(18,7)	156,2	137,6	20,7	158,3
Veränderungen im Bedarf an Working Capital	(37,5)	(20,8)	(58,3)	(14,3)	(58,6)	(72,9)
Netto Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	137,4	(39,5)	97,9	123,3	(37,9)	85,4
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	(94,2)	4,4	(89,8)	(93,2)	6,4	(86,8)
Frei verfügbarer Cash-Flow	43,2	(35,1)	8,1	30,1	(31,5)	(1,4)