

## Unternehmenszahlen 1. Halbjahr 2019

### Out of Home Media

Algeria  
Angola  
Australia  
Austria  
Azerbaijan  
Bahrain  
Belgium  
Botswana  
Brazil  
Bulgaria  
Cameroon  
Canada  
Chile  
China  
Colombia  
Costa Rica  
Croatia  
Czech Republic  
Denmark  
Ecuador  
El Salvador  
Estonia  
Finland  
France  
Gabon  
Germany  
Guatemala  
Hungary  
Honduras  
India  
Ireland  
Israel  
Italy  
Ivory Coast  
Japan  
Kazakhstan  
Korea  
Latvia  
Lesotho  
Lithuania  
Luxembourg  
Madagascar  
Malawi  
Mauritius  
Mexico  
Mongolia  
Mozambique  
Myanmar  
Namibia  
New Zealand  
Nicaragua  
Nigeria  
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  
Uganda  
Ukraine  
United Arab Emirates  
United Kingdom  
United States  
Uruguay  
Uzbekistan  
Zambia  
Zimbabwe

- **Bereinigter Umsatz steigt um 12,1% auf 1.842,3 Millionen Euro**
- **Bereinigter organischer Umsatz wächst um 5,2%, im zweiten Quartal organisches Wachstum von 5,1%**
- **Bereinigtes operatives Ergebnis bei 306,4 Millionen Euro, plus 29,4%**
- **Bereinigtes EBIT vor Wertminderungen bei 136,1 Millionen Euro, plus 58,6%**
- **Nettogewinn auf Konzernebene steigt um 86,8% auf 96,0 Millionen Euro**
- **Bereinigter frei verfügbarer Cash-Flow von -7,8 Millionen Euro, minus 120,3%**
- **Für das 3. Quartal 2018 gegenüber dem Vorjahreszeitraum gleichbleibender bereinigter organischer Umsatz erwartet**

**Berlin/Paris, 25. Juli 2019 – JCDecaux SA** (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, legt heute die Umsatzzahlen für das erste Halbjahr 2019 vor.

Die JCDecaux Gruppe wendet seit dem 1. Januar 2014 den Rechnungslegungsstandard IFRS 11 und seit dem 1. Januar 2019 den Rechnungslegungsstandard IFRS 16 an. Die im Folgenden veröffentlichten Kennzahlen sind unter Beachtung der Vorschriften der französischen Finanzaufsicht AMF bereinigt, um:

- im Hinblick auf IFRS 11 Beteiligungen unter gemeinschaftlicher Führung weiterhin anteilig abzubilden.
- die Auswirkungen von IFRS 16 auf Leasingvereinbarungen in unserem Kerngeschäft (Leasingvereinbarungen über Standorte von Werbeflächen ausgenommen Mietverträge für Immobilien und Fahrzeuge) auszuklammern.

Informationen zu den bereinigten Kennzahlen und Angaben zur Überleitung auf IFRS finden sich im Abschnitt "Bereinigte Kennzahlen" auf den Seiten 6 und 7.

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

*"In der ersten Jahreshälfte 2019 ist unser Konzernumsatz um 12,1% auf 1.842 Millionen Euro gestiegen, wobei wir von der Übernahme von APN Outdoor profitierten. Das organische Wachstum von 5,2% wurde von einem zweiten Quartal angetrieben, das mit einer organischen Zuwachsrate von 5,1%, die durch ein beschleunigtes Wachstum im Stadtmöbelsegment zusätzlichen Schub erhielt, unsere Erwartungen übertraf. Der digitale Umsatz der Gruppe, der inzwischen 23,9% des Gesamtumsatzes ausmacht, wuchs mit einem Plus von 44,2% weiterhin in allen Unternehmensbereichen kräftig, wobei das Wachstum im Segment Stadtmöblierung bei 26,6%, im Transportbereich bei 40,9% und in der Großflächenwerbung bei 161,2% lag. Das organische Wachstum von 5,6% im Bereich Stadtmöblierung verdankte sich einem guten Abschneiden in Frankreich, im Übrigen Europa und in Nordamerika sowie einem zweistelligen Wachstum im asiatisch-pazifischen Raum. Das Transportsegment, das um 8,1% wuchs, erzielte im asiatisch-pazifischen Raum – trotz eines weiteren Umsatzrückgangs in der U-Bahn-Werbung in China im zweiten Quartal – gute Ergebnisse, zu denen ein zweistelliges Wachstum im Übrigen Europa und in Nordamerika kam. In dem Umsatzrückgang von 3,8% im Bereich Großflächenwerbung spiegelt sich einerseits weiterhin der laufende, auf mehrere Jahre angelegte Plan zur Verkleinerung des traditionellen Großflächennetzes in Großbritannien wider, andererseits die mangelnde Marktkonsolidierung in einigen geografischen Regionen. Unser digitales Großflächengeschäft setzte währenddessen sein zweistelliges Wachstum fort."*

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 3,245,684.82 euros - # RCS: 307 570 747 Nanterre - FR 44307570747

Wie erwartet stieg unsere operative Marge auf Konzernebene um 220 Basispunkte auf 16,6%. Im Berichtszeitraum verbesserte sich die operative Marge in allen Segmenten – um 30 Basispunkte im Bereich Stadtmöblierung, 500 Basispunkte im Transportsegment und 210 Basispunkte in der Großflächenwerbung. Dieser Anstieg verdankt sich dem Hebeleffekt eines guten organischen Umsatzwachstums, das von der kontinuierlichen Digitalisierung unserer Premium-Flächen und dem Anlaufen großer Verträge, die wir im Laufe der letzten zwei Jahre gewonnen haben, sowie dem wachsenden Beitrag von APN Outdoor angetrieben wurde.

Für das dritte Quartal 2019 erwarten wir, angesichts anspruchsvoller Vergleichszahlen aus dem letzten Jahr und der Nichtverlängerung des verlustbringenden Vertrags mit dem spanischen Flughafenbetreiber AENA, einen gegenüber dem Vorjahreszeitraum gleichbleibenden bereinigten Umsatz. Hierin spiegelt sich ein Umsatzrückgang in China und jetzt auch in Hongkong wider, trotz eines Wachstums in der Flughafenwerbung. Unser gut diversifizierter geografischer Fußabdruck, der in der Medienbranche praktisch einzigartig ist, macht unsere Werbeumsätze widerstandsfähiger gegen eine Abkühlung der Weltwirtschaft.

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 2019) stieg der bereinigte Konzernumsatz um 12,1% auf 1.842,3 Millionen Euro gegenüber 1.643,3 Millionen Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Lässt man die positiven Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und Änderungen des Konsolidierungskreises außer Acht, wuchs der bereinigte Umsatz um 5,2%. Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, stieg in der ersten Jahreshälfte 2019 organisch um 5,7%.

Im zweiten Quartal 2019 wuchs der bereinigte Umsatz um 11,3% auf 1.002,3 Millionen Euro. Organisch verbesserte sich der bereinigte Umsatz gegenüber dem zweiten Quartal des Vorjahres um 5,1%. Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft – ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln – wuchs im zweiten Quartal 2019 um 5,8%.

## **Umsatzentwicklung (bereinigt)**

Mio. €	H1 2019			H1 2018			Veränderung 19/18		
	Q1	Q2	H1	Q1	Q2	H1	Q1	Q2	H1
Stadt- möblierung	344,3	446,3	<b>790,6</b>	337,1	405,6	<b>742,7</b>	+2,1%	+10,0%	<b>+6,4%</b>
Transport- medien	368,0	409,0	<b>777,0</b>	293,5	365,9	<b>659,4</b>	+25,4%	+11,8%	<b>+17,8%</b>
Großflächen- werbung	127,7	147,0	<b>274,7</b>	111,9	129,3	<b>241,2</b>	+14,1%	+13,7%	<b>+13,9%</b>
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>840,0</b>	<b>1.002,3</b>	<b>1.842,3</b>	<b>742,5</b>	<b>900,8</b>	<b>1.643,3</b>	<b>+13,1%</b>	<b>+11,3%</b>	<b>+12,1%</b>

## Organisches Umsatzwachstum (bereinigt) (a)

	Veränderung 19/18		
	Q1	Q2	H1
Stadt- möblierung	+0,8%	+9,6%	<b>+5,6%</b>
Transport- medien	+14,5%	+3,0%	<b>+8,1%</b>
Großflächen- werbung	-4,6%	-3,1%	<b>-3,8%</b>
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>+5,4%</b>	<b>+5,1%</b>	<b>+5,2%</b>

(a) Ohne Berücksichtigung von Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekten

## Umsatz nach geografischen Regionen (bereinigt)

€m	H1 2019	H1 2018	Umsatz- wachstum	Organisches Wachstum <sup>(a)</sup>
Asiatisch-pazifischer Raum	538,6	400,2	+34,6%	+9,5%
Europa <sup>(b)</sup>	472,9	447,4	+5,7%	+6,1%
Frankreich	300,6	287,6	+4,5%	+4,5%
Übrige Welt	208,3	208,3	0,0%	-1,7%
Großbritannien	171,9	173,2	-0,8%	-1,5%
Nordamerika	150,0	126,6	+18,5%	+10,7%
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>1.842,3</b>	<b>1.643,3</b>	<b>+12,1%</b>	<b>+5,2%</b>

(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 2019 stieg der bereinigte Umsatz im Konzernbereich Stadtmöblierung um 6,4% auf 790,6 Millionen Euro. Organisch wuchs der bereinigte Umsatz um 5,6%, was sich einerseits einem guten Ergebnis in Frankreich, im Übrigen Europa und in Nordamerika und andererseits einem zweistelligen Wachstum im asiatisch-pazifischen Raum verdankte. Großbritannien verzeichnete ein Umsatzminus, wobei sich das Werbeverbot für sogenannte HFSS-Produkte (Produkte, die einen hohen Anteil an Fett, Salz oder Zucker enthalten) auf den Werbeflächen von Transport for London auswirkte.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft – also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln – stieg gegenüber der ersten Jahreshälfte 2018 organisch um 4,9%.

Im zweiten Quartal 2019 stieg der bereinigte Umsatz um 10,0% auf 446,3 Millionen Euro. Organisch wuchs der bereinigte Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 9,6%. Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft – die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln – stieg im zweiten Quartal 2019 organisch um 9,6% gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

### **TRANSPORTMEDIEN**

Im Transportsegment kletterte der Umsatz in der ersten Jahreshälfte 2019 um 17,8% auf 777,0 Millionen Euro. Das organische Wachstum von 8,1% resultierte aus einem guten Umsatzergebnis im asiatisch-pazifischen Raum sowie einem zweistelligen Wachstum im "Übrigen Europa" und Nordamerika. Großbritannien und Frankreich verzeichneten einstellige Wachstumsraten.

Im zweiten Quartal 2019 wuchs der bereinigte Umsatz um 11,8% auf 409,0 Millionen Euro. Organisch stieg der bereinigte Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 3,0%, was vor allem auf den Umsatzrückgang in der U-Bahn-Werbung in China zurückzuführen war.

## **GROSSFLÄCHENWERBUNG**

Im Konzernbereich Großflächenwerbung stieg der bereinigte Umsatz um 13,9% auf 274,7 Millionen Euro, während organisch ein Minus von 3,8% verzeichnet wurde. Die Umsatzsteigerung verdankte sich dem Beitrag von APN Outdoor. In Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) und in den als "Übrige Welt" zusammengefassten Märkten der Gruppe gingen die Umsätze zurück. Nordamerika verzeichnete ein zweistelliges Umsatzplus.

Im zweiten Quartal 2019 wuchs der bereinigte Umsatz um 13,7% auf 147,0 Millionen Euro. Organisch verminderte sich der bereinigte Umsatz im Vergleich zum Vorjahresquartal um -3,1%.

## **BEREINIGTES OPERATIVES ERGEBNIS <sup>(1)</sup>**

Das bereinigte operative Ergebnis der Gruppe stieg in den ersten sechs Monaten 2019 um 29,4% auf 306,4 Millionen Euro gegenüber 236,7 Millionen Euro in der ersten Jahreshälfte 2018. Bezogen auf den Konzernumsatz lag die operative Marge bei 16,6% und damit um 220 Basispunkte höher als im Vergleichszeitraum des Vorjahres.

	H1 2019		H1 2018		Entwicklung 19/18	
	Mio. €	% vom Umsatz	Mio. €	% vom Umsatz	Wert (%)	Marge (Bp)
Stadtmöblierung	176,1	22,3%	163,3	22,0%	+7,8%	+30 Bp
Transportmedien	107,2	13,8%	58,2	8,8%	+84,2%	+500 Bp
Großflächenwerbung	23,1	8,4%	15,2	6,3%	+52,0%	+210 Bp
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>306,4</b>	<b>16,6%</b>	<b>236,7</b>	<b>14,4%</b>	<b>+29,4%</b>	<b>+220 Bp</b>

**Stadtmöblierung:** Im ersten Halbjahr 2019 verbesserte sich das bereinigte operative Ergebnis um 7,8% auf 176,1 Millionen Euro. Bezogen auf den Umsatz stieg die bereinigte operative Marge gegenüber den ersten sechs Monaten des Vorjahres um 30 Basispunkte auf 22,3%.

**Transportmedien:** In den ersten sechs Monaten 2019 stieg das bereinigte operative Ergebnis um 84,2% auf 107,2 Millionen Euro. Bezogen auf den Umsatz verbesserte sich die operative Marge gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 500 Basispunkte auf 13,8%. Positiv wirkten sich dabei das gute organische Wachstum und in geringerem Maße der Beitrag von APN Outdoor aus.

**Großflächenwerbung:** In der ersten Jahreshälfte 2019 lag das operative Ergebnis bei 23,1 Millionen Euro, was einer Steigerung von 52,0% entspricht. Bezogen auf den Umsatz legte die operative Marge gegenüber der ersten Jahreshälfte 2018 um 210 Basispunkte auf 8,4% zu. Ursächlich für die Steigerung war der wachsende Beitrag von APN Outdoor. Lässt man diesen außer Acht, verminderte sich die operative Marge um 90 Basispunkte, was den organischen Umsatzrückgang in diesem Segment reflektiert.

## **BEREINIGTES EBIT <sup>(2)</sup>**

Ohne Berücksichtigung von Wertminderungsaufwendungen stieg das bereinigte Ergebnis vor Zinsen und Steuern in der ersten Jahreshälfte 2019 um 58,6% auf 136,1 Millionen Euro gegenüber 85,8 Millionen Euro im Vergleichszeitraum 2018. Die Konzernmarge verbesserte sich damit um 220 Basispunkte auf 7,4%. Im ersten Halbjahr 2018 hatte sie bei 5,2% gelegen. Die Ausgaben für Ersatzteile blieben im ersten Halbjahr 2019 in etwa gleich. Die Kosten für Abschreibungen und Rückstellungen stiegen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum an, was auf Investitionen im Zuge bedeutender neuer Verträge und im Digitalbereich zurückzuführen ist. Das sonstige Betriebsergebnis schlug sich im Berichtszeitraum positiv im EBIT nieder.

Wie im ersten Halbjahr 2018 fielen in der ersten Jahreshälfte 2019 keine Wertminderungsaufwendungen für Goodwill an. Im ersten Halbjahr 2019 wurden Drohverlustrückstellungen in Höhe von 3,2 Millionen Euro aufgelöst und Wertminderungsaufwendungen von 0,1 Millionen Euro für Sachwerte und immaterielle Güter verbucht (im ersten Halbjahr 2018 wurden Drohverlustrückstellungen in Höhe von 0,7 Millionen aufgelöst. Die Wertminderungsaufwendungen für Sachwerte und immaterielle Güter beliefen sich auf 0,8 Millionen Euro).

Das bereinigte EBIT nach Wertminderungsaufwendungen stieg um 62,4% auf 139,2 Millionen Euro gegenüber 85,7 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2018.

## **FINANZERGEBNIS** <sup>(3)</sup>

In der ersten Jahreshälfte 2019 beliefen sich die Zinsaufwendungen für Leasingverhältnisse gemäß IFRS 16 auf 83,3 Millionen Euro gegenüber 71,5 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2018. Die Steigerung von 11,8 Millionen Euro resultierte hauptsächlich aus der Zunahme von Leasingverbindlichkeiten im Rahmen neuer Verträge, die in der Zwischenzeit geschlossen wurden. Ohne Berücksichtigung der Auswirkungen von IFRS 16 lag das Finanzergebnis für die erste Jahreshälfte 2019 bei -12,7 Millionen Euro gegenüber -11,2 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2018. Die sich auf -1,5 Millionen Euro beschränkende Schwankung resultierte in der Hauptsache aus Verlusten durch Wechselkurseffekte, während unsere Aufwendungen für Zinszahlungen, trotz einer gestiegenen Nettoverschuldung, leicht zurückgingen. Dies verdankt sich der Optimierung unserer Finanzierungsquellen, die es uns erlaubt, von den günstigen Marktbedingungen zu profitieren.

## **EQUITY-BETEILIGUNGEN**

Der Nettogewinn aus Unternehmensbeteiligungen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden, belief sich in der ersten Jahreshälfte 2019 auf 38,4 Millionen Euro und lag damit geringfügig niedriger als im Vergleichszeitraum des Vorjahres (39,2 Millionen Euro).

## **NETTOGEWINN AUF KONZERNEBENE**

Der Nettogewinn auf Konzernebene ohne Berücksichtigung von Wertminderungen stieg in den ersten sechs Monaten 2019 um 80,8% auf 93,1 Millionen Euro gegenüber 51,5 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2018. Eingeschlossen ist ein positiver Effekt von 24,3 Millionen Euro infolge der Anwendung von IFRS 16 auf unser Kerngeschäft, die zur Auflösung von Leasingverbindlichkeiten und Rights-of-Use im Zuge der Neuverhandlung von Verträgen im Berichtszeitraum führte.

Unter Einbeziehung der Wertminderungsaufwendungen stieg der Nettogewinn auf Konzernebene um 86,8% auf 96,0 Millionen Euro gegenüber 51,4 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2018.

## **BEREINIGTE INVESTITIONEN**

Die bereinigten Nettoinvestitionen (Erwerb von Sachwerten und immateriellen Gütern abzüglich Veräußerungen) lagen im ersten Halbjahr 2019 bei 136,6 Millionen Euro gegenüber 94,2 Millionen Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Der Anstieg der Investitionen ist vor allem auf neue Stadtmöblierungsverträge in Europa und die Digitalisierung in allen Konzernsegmenten zurückzuführen.

## **BEREINIGTER FREI VERFÜGBARER CASH-FLOW** <sup>(4)</sup>

Der bereinigte frei verfügbare Cash-Flow lag in der ersten Jahreshälfte 2019 bei -7,8 Millionen Euro gegenüber 38,4 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum, trotz höherer Liquidität aus dem operativen Geschäft. Ursächlich für den Rückgang war hauptsächlich ein höherer Bedarf an Working Capital für Handelsverbindlichkeiten und Bestände – der von dem guten Mittelzufluss aus unserem operativen Geschäft nicht aufgefangen wurde – und ein zu erwartender höherer Investitionsaufwand, nachdem wir in den letzten 2 Jahren in bedeutendem Umfang neue Verträge gewonnen haben.

## **DIVIDENDE**

Die Dividende von 0,58 Euro pro Aktie für das Geschäftsjahr 2018, die auf der Jahreshauptversammlung der Aktionäre am 16. Mai 2019 genehmigt wurde, wurde am 23. Mai 2019 ausgezahlt. Insgesamt kam dabei ein Betrag von 123,4 Millionen Euro zur Auszahlung.

## **NET DEBT** <sup>(5)</sup>

Die Nettoverschuldung belief sich zum 30. Juni 2019 auf 1.316,2 Millionen Euro gegenüber einer Nettoverschuldung von 473,8 Millionen Euro am 30. Juni 2018. Ursächlich für die Steigerung war in der Hauptsache die Übernahme von APN Outdoor am 31. Oktober 2018.

## **RIGHT-OF-USE & LEASINGVERBINDLICHKEITEN, IFRS 16**

Die Right-of-Use-Vermögenswerte gemäß IFRS 16 beliefen sich zum 30. Juni 2019 auf 4.618,1 Millionen Euro gegenüber 4.518,0 Millionen Euro am 31. Dezember 2018. Ursächlich für die Steigerung waren der Abschluss neuer Verträge, Vertragsverlängerungen und Vertragserneuerungen, deren Auswirkungen teilweise durch die Abschreibung von Right-of-Use-Vermögenswerten während des Berichtszeitraums aufgefangen wurden.

Diese Stärkung unseres Vertragsportfolios führte dazu, dass die Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16 um 31,1 Millionen Euro auf 5.224,0 Millionen Euro zum 30. Juni 2019 stiegen. Zum 31. Dezember 2018 hatten sie bei 5.192,9 Millionen Euro gelegen. Dieser Anstieg von Leasingverbindlichkeiten entspricht dem Abschluss neuer Verträge, Vertragsverlängerungen und Vertragserneuerungen, deren Auswirkungen teilweise durch Mietzahlungen und neuverhandelte Mieten während des Berichtszeitraums neutralisiert wurden.

## **BEREINIGTE KENNZAHLEN**

Gemäß dem Rechnungslegungsstandard IFRS 11, den die JCDecaux-Gruppe seit dem 1. Januar 2014 anwendet, müssen Beteiligungen an Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung nach der Equity-Methode bilanziert werden.

Gemäß dem Rechnungslegungsstandard IFRS 16, der seit dem 1. Januar 2019 angewandt wird, muss jede Leasingverbindlichkeit für vertraglich vereinbarte Mietzahlungen in der Bilanz passiviert sowie ein Right-of-Use-Vermögenswert, der über die Dauer des Leasingverhältnisses abgeschrieben wird, aktiviert werden. In der Gewinn- und Verlustrechnung werden die fixen Mietaufwendungen durch die Abschreibung des Right-of-Use im EBIT unter dem operativen Ergebnis sowie durch die Erfassung von Aufwendungen für die Leasingverbindlichkeit im Finanzergebnis unter dem EBIT ersetzt. IFRS 16 hat keine Auswirkungen auf die Position "Auszahlungen", die Begleichung von Verbindlichkeiten (Schuldentilgung) wird allerdings im Cash-Flow aus Finanzaktivitäten verbucht.

Um jedoch weiterhin die Geschäftsrealität der Gruppe abzubilden und unsere Performance transparent zu machen, fließen in unsere operative Berichterstattung, die der Kontrolle der Geschäftsaktivitäten, der Ressourcenallokation und der Messung der Performance dient, die operativen Kennzahlen der Unternehmen, die unter gemeinschaftlicher Führung stehen weiterhin anteilig ein. Zugleich werden in dieser operativen Berichterstattung die Auswirkungen von IFRS 16 auf unser Kerngeschäft (Leasingvereinbarungen für Standorte für Werbeflächen ausgenommen Mietverträge für Immobilien und Fahrzeuge) ausgeklammert.

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.

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 auf IFRS übergeleitet werden.

Im ersten Halbjahr 2019 beliefen sich die Auswirkungen von IFRS 11 und IFRS 16 auf die bereinigten Positionen auf:

- -190,9 Millionen Euro für IFRS 11 auf den bereinigten Konzernumsatz (-195,5 Millionen Euro für IFRS 11 im ersten Halbjahr 2018). Der Konzernumsatz gemäß IFRS belief sich somit auf 1.651,4 Millionen Euro (1.447,8 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2018).
- -53,5 Millionen Euro für IFRS 11 und 567,6 Millionen Euro für IFRS 16 auf das bereinigte operative Ergebnis (-53,3 Millionen Euro für IFRS 11 und 474,0 Millionen Euro für IFRS 16 im ersten Halbjahr 2018). Das operative Ergebnis gemäß IFRS belief sich somit auf 820,5 Millionen Euro (657,4 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2018).
- -40,9 Millionen Euro für IFRS 11 und 107,7 Millionen Euro für IFRS 16 auf das bereinigte EBIT vor Wertminderungsaufwendungen (-41,2 Millionen Euro für IFRS 11 und 58,5 Millionen Euro für IFRS 16 im ersten Halbjahr 2018). Das EBIT vor Wertminderungsaufwendungen gemäß IFRS belief sich somit auf 202,9 Millionen Euro (103,1 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2018).
- -40,9 Millionen Euro für IFRS 11 und €107,7 Millionen Euro für IFRS 16 auf das bereinigte EBIT nach Wertminderungsaufwendungen (-41,2 Millionen Euro für IFRS 11 und 58,5 Millionen Euro für IFRS 16 im ersten Halbjahr 2018). Das EBIT nach Wertminderungsaufwendungen gemäß IFRS belief sich somit auf 206,0 Millionen Euro (103,0 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2018).
- 5,5 Millionen Euro für IFRS 11 auf die bereinigten Nettoinvestitionen (4,4 Millionen Euro für IFRS 11 im ersten Halbjahr 2018). Die Nettoinvestitionen gemäß IFRS beliefen sich somit auf 131,1 Millionen Euro (89,8 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2018).
- -1,0 Millionen Euro für IFRS 11 und 554,1 Millionen Euro für IFRS 16 auf den bereinigten frei verfügbaren Cash-Flow (-34,8 Millionen Euro für IFRS 11 und 449,7 Millionen Euro für IFRS 16 im ersten Halbjahr 2018). Der frei verfügbare Cash-Flow gemäß IFRS belief sich somit auf 545,3 Millionen Euro (453,3 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2018).

Eine vollständige Überleitung der bereinigten Kennzahlen auf IFRS findet sich auf Seite 10 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 (-2,5 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2019 gegenüber -0,3 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2018).
- (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 die 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, ausgenommen Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16.

## 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	H1
<b>Bereinigter Umsatz 2018</b>	(a)	<b>742,5</b>	<b>900,8</b>	<b>1.643,3</b>
<b>Umsatz 2019 gemäß IFRS</b>	(b)	<b>753,2</b>	<b>898,2</b>	<b>1.651,4</b>
IFRS 11-Effekte	(c)	86,8	104,1	190,9
<b>Bereinigter Umsatz 2019</b>	(d) = (b) + (c)	<b>840,0</b>	<b>1.002,3</b>	<b>1.842,3</b>
Wechselkurseffekte	(e)	(13,1)	(9,4)	(22,5)
<b>Umrechnung bereinigter Umsatz 2019 auf Wechselkurse 2018</b>	(f) = (d) + (e)	<b>826,9</b>	<b>992,9</b>	<b>1.819,8</b>
Veränderungen im Konsolidierungskreis	(g)	(44,4)	(46,3)	(90,7)
<b>Bereinigter organischer Umsatz 2019</b>	(h) = (f) + (g)	<b>782,5</b>	<b>946,6</b>	<b>1.729,1</b>
<b>Organisches Wachstum</b>	(i) = (h) / (a)	<b>+5,4%</b>	<b>+5,1%</b>	<b>+5,2%</b>

Mio. €	Wechselkurseffekte Stichtag 30. Juni 2019
USD	(9,8)
HKD	(7,1)
UAE	(2,5)
GBP	(1,2)
BRL	1,8
Andere	(3,7)
<b>Gesamt</b>	<b>(22,5)</b>

Durchschnittlicher Wechselkurs	H1 2019	H1 2018
USD	0,8851	0,8262
HKD	0,1129	0,1054
UAE	0,2410	0,2248
GBP	1,1446	1,1367
BRL	0,2303	0,2415

#### Nächste Information:

Umsatzzahlen für das 3. Quartal 2019: 7. November 2019 (nach Börsenschluss)

#### Kennzahlen der JCDecaux-Gruppe:

- Umsatz im Geschäftsjahr 2018: 3.619 Millionen Euro, Umsatz im ersten Halbjahr 2019: 1.842,3 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 Index und in den MSCI- und CDP-Rankings gelistet
- Weltweit die Nr. 1 im Bereich Stadtmöblierung (528.660 Werbeflächen)
- Weltweit die Nr. 1 im Bereich Transportmedien an über 210 Flughäfen und mit 277 Verträgen in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung (366.000 Werbeflächen)
- Europaweit die Nr. 1 in der Großflächenwerbung (137.020 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Europa (648.570 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (239.300 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Lateinamerika (72.880 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Afrika (24.170 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im Nahen Osten (16.450 Werbeflächen)
- Marktführer für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier sanfter Mobilität
- 1.061.200 Werbeflächen in mehr als 80 Ländern
- Präsenz in 4.030 Städten mit über 10.000 Einwohnern
- 13.030 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/](http://www.amf-france.org/) anfordern oder direkt über die Website des Unternehmens [www.jcdecaux.com](http://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](mailto:frauke.bank@wall.de)

## ÜBERLEITUNG DER BEREINIGTEN KENNZAHLEN AUF IFRS

Gewinn- und Verlustrechnung	H1 2019				H1 2018 <sup>(1)</sup>			
	Mio. €	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung	Auswirkungen von IFRS 16 auf kontrollierte Unternehmen <sup>(2)</sup>	IFRS	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung	Auswirkungen von IFRS 16 auf kontrollierte Unternehmen <sup>(2)</sup>
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.842,3</b>	<b>(190,9)</b>	-	<b>1.651,4</b>	<b>1.643,3</b>	<b>(195,5)</b>	-	<b>1.447,8</b>
Betriebskosten	(1.535,9)	137,4	567,6	(830,9)	(1.406,6)	142,2	474,0	(790,4)
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>306,4</b>	<b>(53,5)</b>	<b>567,6</b>	<b>820,5</b>	<b>236,7</b>	<b>(53,3)</b>	<b>474,0</b>	<b>657,4</b>
Ersatzteile	(17,6)	0,6	-	(17,0)	(16,9)	0,7	-	(16,2)
Abschreibungen und Rückstellungen (netto)	(155,1)	11,7	(501,7)	(645,1)	(142,3)	10,8	(415,6)	(547,1)
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	2,4	0,3	41,8	44,5	8,3	0,6	0,1	9,0
<b>EBIT vor Wertminderungsaufwand</b>	<b>136,1</b>	<b>(40,9)</b>	<b>107,7</b>	<b>202,9</b>	<b>85,8</b>	<b>(41,2)</b>	<b>58,5</b>	<b>103,1</b>
Wertminderungsaufwand <sup>(3)</sup>	3,1	-	-	3,1	(0,1)	-	-	(0,1)
<b>EBIT nach Wertminderungsaufwand</b>	<b>139,2</b>	<b>(40,9)</b>	<b>107,7</b>	<b>206,0</b>	<b>85,7</b>	<b>(41,2)</b>	<b>58,5</b>	<b>103,0</b>

<sup>(1)</sup> Die Vergleichszahlen für 2018 sind retrospektiv an den ab 1. Januar 2019 anzuwendenden Rechnungslegungsstandard IFRS 16 angepasst.

<sup>(2)</sup> Auswirkungen von IFRS 16 auf das Kerngeschäft kontrollierter Unternehmen.

<sup>(3)</sup> Einschließlich Netto-Wertminderungsaufwendungen von Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung.

## Cash-Flow Statement

Cash-Flow Statement	H1 2019				H1 2018 <sup>(1)</sup>			
	Mio. €	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung	Auswirkungen von IFRS 16 auf kontrollierte Unternehmen <sup>(2)</sup>	IFRS	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung	Auswirkungen von IFRS 16 auf kontrollierte Unternehmen <sup>(2)</sup>
<b>Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit ohne Wartungskosten</b>	<b>191,0</b>	<b>0,6</b>	<b>520,7</b>	<b>712,3</b>	<b>170,1</b>	<b>(18,4)</b>	<b>435,5</b>	<b>587,2</b>
Veränderungen im Bedarf an Working Capital	(62,2)	(7,1)	33,4	(35,9)	(37,5)	(20,8)	14,2	(44,1)
<b>Netto Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>128,8</b>	<b>(6,5)</b>	<b>554,1</b>	<b>676,4</b>	<b>132,6</b>	<b>(39,2)</b>	<b>449,7</b>	<b>543,1</b>
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	(136,6)	5,5	-	(131,1)	(94,2)	4,4	-	(89,8)
<b>Frei verfügbarer Cash-Flow</b>	<b>(7,8)</b>	<b>(1,0)</b>	<b>554,1</b>	<b>545,3</b>	<b>38,4</b>	<b>(34,8)</b>	<b>449,7</b>	<b>453,3</b>

<sup>(1)</sup> Die Vergleichszahlen für 2018 sind retrospektiv an den ab 1. Januar 2019 anzuwendenden Rechnungslegungsstandard IFRS 16 angepasst.

<sup>(2)</sup> Auswirkungen von IFRS 16 auf das Kerngeschäft kontrollierter Unternehmen.