

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
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
Saudi Arabia
Singapore
Slovakia
Slovenia
South Africa
Spain
Sweden
Switzerland
Tanzania
Thailand
The Dominican Republic
The Netherlands
Uganda
Ukraine
United Arab Emirates
United Kingdom
United States
Uruguay
Uzbekistan
Zambia
Zimbabwe

Unternehmenszahlen 1. Halbjahr 2021

- **Bereinigter Umsatz steigt um +0,6% auf 1.082,3 Millionen Euro**
- **Bereinigter organischer Umsatz wächst um +2,9%, im zweiten Quartal +80,2%**
- **Bereinigtes operatives Ergebnis bei 31,4 Millionen Euro, +93,2 Millionen Euro im Jahresvergleich**
- **Bereinigtes EBIT vor Wertminderungen bei -166,9 Millionen Euro, +91,6 Millionen Euro im Jahresvergleich**
- **Nettogewinn auf Konzernebene -161,3 Millionen Euro, +93,7 Millionen Euro im Jahresvergleich**
- **Bereinigter frei verfügbarer Cash-Flow von -63,2 Millionen Euro**
- **Im dritten Quartal 2021 bereinigtes organisches Umsatzwachstum über +20%**

Berlin/Paris, 29. Juli 2021 – JCDecaux SA (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, hat heute die Umsatzzahlen für das erste Halbjahr 2021 vorgelegt.

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

“Im ersten Halbjahr 2021 erreichte der Umsatz der Gruppe 1.082,3 Millionen Euro, im Jahresvergleich ein Umsatzwachstum von +0,6% oder organisch +2,9%. Treibende Kraft war das unsere Erwartungen übertreffende organische Wachstum von +80,2% im zweite Quartal 2021, das sich einem kräftigen Umsatzplus im Stadtmöbelsegment in allen geografischen Regionen und insbesondere in Europa verdankte. Während das erste Quartal 2021 stark von den weltweiten strengen Einschränkungen aufgrund der Corona-Pandemie betroffen war, hat unser Stadtmöbel- und Großflächengeschäft im zweiten Quartal wieder deutlich Fahrt aufgenommen, parallel zur Erholung der städtischen Publikumsfrequenzen mit zunehmender Lockerung der Ausgangsbeschränkungen. Das Transportsegment litt weiterhin unter gegenüber dem Vor-Pandemie-Niveau niedrigeren Fahrgastzahlen in öffentlichen Verkehrsmitteln und einem praktisch nichtvorhandenen internationalen Luftverkehr, wobei Nordamerika und Großbritannien die im Berichtszeitraum am stärksten betroffenen Regionen waren, während Festlandchina dank eines inländischen Flugverkehrs, der beinahe wieder Vor-Corona-Niveau erreichte, eine zweistellige Erholung verzeichnete.

Der Umsatz im Bereich Digital-Out-of-Home (DOOH) macht mittlerweile 22,8% des Gesamtumsatzes der Gruppe aus, wobei unser programmatischer Werbehandel eine sehr positive Dynamik hat. Die VIOOH-Plattform ist die am besten vernetzte DOOH-Supply-Side-Plattform und nach ihrem Start in Australien und Frankreich inzwischen in 13 Ländern aktiv.

Trotz unseres begrenzten Umsatzwachstums von 6,9 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2021, hat sich unser bereinigtes operatives Ergebnis stark verbessert (um 93,2 Millionen Euro) und ist mit 31,4 Millionen Euro gegenüber -61,8 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2020 wieder positiv. Dies verdankt sich einem Umsatzmix, der auf das Stadtmöbelsegment mit seiner höheren operativen Marge ausgerichtet ist, sowie unseren kontinuierlichen Maßnahmen zur Kostenreduzierung, darunter Mietnachlässe, Personalkostenoptimierung und Betriebskostenmanagement. Unsere strikte Kontrolle des Bedarfs an Working Capital und eine gezielte Reduzierung der Investitionen sowie die Entscheidung, im zweiten Jahr in Folge keine Dividende auszuzahlen, haben es uns ermöglicht, unseren frei verfügbaren Cash-Flow im ersten Halbjahr 2021 auf -63,2 Millionen Euro und unsere Nettoverschuldung auf etwa 1,2 Milliarden Euro zum Ende des Berichtszeitraums zu begrenzen. Wir haben unsere Initiativen und unser Engagement, im ESG-Bereich eine Vorreiterrolle einzunehmen,

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

im ersten Halbjahr 2021 weiterhin verstärkt verfolgt, darunter unser Ziel, in Frankreich ab 2021 CO2-neutral zu werden.

Obwohl der globale Werbemarkt mit geringer Prognosesicherheit und mit niedrigen Publikumsquoten in einigen Bereichen, wie dem internationalen Flugverkehr und den Massenverkehrsmitteln, in denen die Erholung möglicherweise noch Zeit braucht, hochgradig volatil bleibt, erwarten wir für das dritte Quartal 2021 augenblicklich ein bereinigtes organisches Wachstum von mehr als +20% im Jahresvergleich. Grundlage ist die positive Entwicklung unserer aktuellen Geschäftsaktivitäten, von denen einige bereits wieder fast Vor-Corona-Niveau erreicht haben, wobei vorausgesetzt ist, dass es keinen signifikanten Anstieg von Mobilitätsbeschränkungen geben wird.

Ich möchte unseren Teams überall auf der Welt für ihr starkes Engagement, ihre Belastbarkeit, ihre Reaktionsschnelligkeit und ihren Innovationsgeist meinen aufrichtigen Dank aussprechen.

Als am stärksten digitalisiertes Out-of-Home-Unternehmen weltweit sind wir mit unseren neuen datenbasierten programmatischen Lösungen, mit denen wir das Werbepublikum gezielt ansprechen können, unserer Fähigkeit neue Verträge zu gewinnen, unserer soliden Unternehmensbilanz und unseren leistungsstarken Teams weltweit gut aufgestellt, um vom Wiederaufschwung zu profitieren. Mehr denn je vertrauen wir in einer zunehmend fragmentierten und immer stärker digitalisierten Werbelandschaft auf unser leistungsstarkes Medienportfolio und die Rolle, die es bei der wirtschaftlichen Erholung und als Treiber positiver Veränderung spielen wird."

JCDecaux 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 Seite 7.

Die Werte in den folgenden Tabellen sind auf Millionen Euro gerundet. Daher können sich geringfügige Abweichungen der Summen der gerundeten Werte oder der ausgewiesenen Veränderungen von den berichteten Werten ergeben.

BEREINIGTE UMSÄTZE

In den ersten sechs Monaten des Jahres (Stichtag 30. Juni 2021) wuchs der bereinigte Konzernumsatz um 0,6% auf 1.082,3 Millionen Euro. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres hatte er bei 1.075,4 Millionen Euro gelegen. Organisch (d.h. bereinigt um die negativen Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und die negativen Auswirkungen von Änderungen des Konsolidierungskreises) stieg der bereinigte Umsatz um 2,9%. Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln und Werbeflächen, wuchs in der ersten Jahreshälfte 2021 organisch um 1,7%.

Im zweiten Quartal 2021 stieg der bereinigte Umsatz um 78,5% auf 628,1 Millionen Euro. Organisch wuchs der bereinigte Umsatz gegenüber dem zweiten Quartal des Vorjahres um 80,2%.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, d.h. die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln und Werbeflächen, wuchs im zweiten Quartal 2021 organisch um 86,3%.

Umsatzentwicklung (bereinigt)

Mio. €	H1 2021			H1 2020			Veränderung 21/20		
	Q1	Q2	H1	Q1	Q2	H1	Q1	Q2	H1
Stadt-möblierung	223,8	337,8	561,6	325,5	154,4	479,9	-31,3%	118,9%	17,0%
Transport-medien	151,6	186,8	338,4	281,7	141,2	423,0	-46,2%	32,3%	-20,0%
Großflächen-werbung	78,9	103,4	182,4	116,3	56,3	172,6	-32,1%	83,8%	5,7%
Gruppe gesamt	454,3	628,1	1.082,3	723,6	351,9	1.075,4	-37,2%	78,5%	0,6%

Organisches Umsatzwachstum (bereinigt) ^(a)

	Veränderung 21/20		
	Q1	Q2	H1
Stadt-möblierung	-30,8%	118,4%	17,2%
Transport-medien	-42,7%	35,9%	-16,5%
Großflächen-werbung	-25,7%	86,4%	10,9%
Gruppe gesamt	-34,6%	80,2%	2,9%

(a) Ohne Berücksichtigung von Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekten

Umsatz nach geografischen Regionen (bereinigt)

Mio. €	H1 2021	H1 2020	Umsatz-wachstum	Organisches Wachstum ^(a)
Asiatisch-pazifischer Raum	317,1	303,2	4,6%	6,8%
Europa ^(b)	307,6	283,9	8,4%	8,0%
Frankreich	225,5	189,2	19,2%	16,0%
Übrige Welt	102,9	108,2	-4,9%	14,2%
Großbritannien	80,7	98,5	-18,0%	-18,7%
Nordamerika	48,6	92,5	-47,5%	-42,7%
Gruppe gesamt	1.082,3	1.075,4	0,6%	2,9%

(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 2021 stieg der bereinigte Umsatz im Segment Stadtmöblierung um 17,0% auf 561,6 Millionen Euro. Organisch wurde ein Umsatzplus von 17,2% verzeichnet, wobei die Geschäftsaktivität vor allem ab dem zweiten Quartal wieder Fahrt aufnahm, sobald die aufgrund der Corona-Pandemie erlassenen Einschränkungen zunehmend gelockert wurden. Frankreich, Großbritannien und die als "Übrige Welt" zusammengefassten Märkte der Gruppe vermeldeten eine deutliche Erholung, während Nordamerika als einzige geografische Region eine negative Geschäftsentwicklung auswies.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, stieg gegenüber der ersten Jahreshälfte 2020 organisch um 17,7%.

Im zweiten Quartal 2021 wuchs der bereinigte Umsatz um 118,9% auf 337,8 Millionen Euro. Organisch stieg der bereinigte Umsatz gegenüber dem zweiten Quartal des Vorjahres um 118,4%. Alle geografischen Regionen und insbesondere Europa verzeichneten gegenüber dem herausfordernden zweiten Quartal 2020 starke Umsatzzuwächse.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, wuchs im zweiten Quartal 2021 organisch um 140,0% gegenüber dem Vorjahresquartal.

TRANSPORTMEDIEN

Im Transportsegment verringerte sich der bereinigte Umsatz um -20,0% auf 338,4 Millionen Euro. Organisch ging er um -16,5% zurück. Die Corona-Pandemie hatte erhebliche Auswirkungen auf den Unternehmensbereich, in denen sich ein starker Rückgang der weltweiten Passagierzahlen sowohl an den Flughäfen als auch in geringerem Maße in den öffentlichen Verkehrsmitteln widerspiegelte. Der asiatisch-pazifische Raum, wo der chinesische Inlandsflugverkehr das Vor-Corona-Niveau überschritt, und die Übrige Welt verzeichneten ein Umsatzplus. Nordamerika und Europa waren weiterhin erheblich von Einschränkungen des Flugverkehrs betroffen.

Im zweiten Quartal 2020 stieg der bereinigte Umsatz um 32,3% auf 186,8 Millionen Euro. Organisch wuchs der bereinigte Umsatz gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 35,9%. Europa und die Übrige Welt verzeichneten eine kräftige Erholung, während Nordamerika aufgrund der Beendigung des Vertrags mit den New Yorker Flughäfen als einzige geografische Region eine negative Umsatzentwicklung auswies.

GROSSFLÄCHENWERBUNG

Im Konzernbereich Großflächenwerbung stieg der bereinigte Umsatz im ersten Halbjahr 2021 um 5,7% auf 182,4 Millionen Euro. Organisch wurde ein Umsatzplus von 10,9% verzeichnet. Alle geografischen Regionen vermeldeten eine positive Geschäftsentwicklung, wobei der Wiederanstieg der Umsätze im asiatisch-pazifischen Raum und in Nordamerika am kräftigsten ausfiel, was der Erholung der Publikumsfrequenzen im Individualverkehr entsprach.

Im zweiten Quartal 2021 wuchs der bereinigte Umsatz um 83,8% auf 103,4 Millionen Euro. Organisch stieg der bereinigte Umsatz gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 86,4%, wobei der asiatisch-pazifische Raum, Großbritannien und Nordamerika die stärkste Erholung vermeldeten.

BEREINIGTES OPERATIVES ERGEBNIS ⁽¹⁾

Die Corona-Pandemie und die mit ihr einhergehenden Lockdown-Maßnahmen wirkten sich weiterhin massiv auf unsere Geschäftsaktivität und die operativen Margen in den Konzernsegmenten aus. Die entschiedenen Maßnahmen zur Kostenkontrolle, welche die Gruppe seit Beginn der Pandemie ergriffen hat, führten zu einer deutlichen Verbesserung des operativen Ergebnisses um 93,2 Millionen Euro im Jahresvergleich, während der Umsatz nur um 6,9 Millionen Euro zunahm.

In der ersten Jahreshälfte 2021 wurde ein positives operatives Ergebnis von 31,4 Millionen Euro verzeichnet, während es im ersten Halbjahr 2020 bei -61,8 Millionen Euro gelegen hatte. Bezogen auf den Umsatz verbesserte sich die bereinigte operative Marge gegenüber dem Vorjahreszeitraum um +860 Basispunkte auf 2,9%, ein hoher operativer Leverage, der sich einer günstigen Zusammensetzung des Umsatzwachstums verdankt, hin zu einer stärkeren Aktivität im Straßenraum auf Basis einer reduzierten Kostenstruktur.

	H1 2021		H1 2020		Veränderung 21/20	
	Mio. €	% vom Umsatz	Mio. €	% vom Umsatz	Veränderung (Mio. €)	Marge (bp)
Stadtmöblierung	49,6	8,8%	(20,6)	-4,3%	+70,2	+1.310bp
Transportmedien	(10,0)	-3,0%	(11,3)	-2,7%	+1,3	-30bp
Großflächenwerbung	(8,2)	-4,5%	(30,0)	-17,4%	21,8	+1.290bp
Gruppe gesamt	31,4	2,9%	(61,8)	-5,7%	+93,2	+860bp

Stadtmöblierung: In der ersten Jahreshälfte 2021 stieg das bereinigte operative Ergebnis um 70,2 Millionen Euro auf 49,6 Millionen Euro. Bezogen auf den Umsatz lag die bereinigte operative Marge bei 8,8%, was einem Anstieg um +1.310 Basispunkte gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Transportmedien: Im ersten Halbjahr 2021 verbesserte sich das bereinigte operative Ergebnis um 1,3 Millionen Euro, während der Umsatz um 84,6 Millionen Euro zurückging, was sich den seit Beginn der Pandemie ergriffenen Sparmaßnahmen verdankte. Bezogen auf den Umsatz lag die bereinigte operative Marge bei -3,0% und damit um -30 Basispunkte unter dem Vorjahreswert.

Großflächenwerbung: In der ersten Jahreshälfte verbesserte sich das bereinigte operative Ergebnis um 21,8 Millionen Euro. Bezogen auf den Umsatz lag die bereinigte operative Marge bei -4,5% und damit um +1.290 Basispunkte höher als im Vorjahreszeitraum.

BEREINIGTES EBIT ⁽²⁾

Ohne Berücksichtigung von Wertminderungsaufwendungen verbesserte sich das bereinigte EBIT in der ersten Jahreshälfte 2021 um 35,4% auf -166,9 Millionen Euro gegenüber -258,5 Millionen Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Die Konzernmarge stieg damit um +860 Basispunkte auf -15,4%. Im ersten Halbjahr 2020 hatte sie bei -24,0% gelegen. Die positive Veränderung ist hauptsächlich auf die Steigerung des operativen Ergebnisses zurückzuführen, da die Kosten für Abschreibungen und Rückstellungen relativ stabil blieben.

Die Wertminderungsaufwendungen für Sachwerte und immaterielle Güter von +3,5 Millionen Euro, die im ersten Halbjahr 2021 verbucht wurden, sind auf die automatische Auflösung von Drohverlustrückstellungen aus unseren vergangenen Werthaltigkeitstests zurückzuführen. Im ersten Halbjahr 2021 wurden keine Wertminderungsaufwendungen für Goodwill verbucht. Im ersten Halbjahr 2020 waren hauptsächlich im Zusammenhang mit dem Großflächengeschäft in der Übrigen Welt Netto-Wertminderungsaufwendungen für Sachwerte, immaterielle Güter und Goodwill sowie eine Auflösung von Drohverlustrückstellungen in Höhe von insgesamt -60,6 Millionen Euro verbucht worden.

Das bereinigte EBIT nach Wertminderungsaufwendungen verbesserte sich in der ersten Jahreshälfte 2021 um 155,7 Millionen Euro auf -163,5 Millionen Euro. Im ersten Halbjahr 2020 hatte es bei -319,2 Millionen Euro gelegen.

FINANZERGEBNIS ⁽³⁾

In der ersten Jahreshälfte 2021 beliefen sich die Zinsaufwendungen für Leasingverhältnisse gemäß IFRS 16 auf -42,1 Millionen Euro gegenüber -68,3 Millionen Euro im Vergleichszeitraum 2020. Die günstige Veränderung von 26,2 Millionen Euro ist in der Hauptsache auf die Reduzierung von Zinsaufwendungen für Leasingverhältnisse gemäß IFRS 16 zurückzuführen, die sich aus der Vertragsmechanik laufender Verträge ergab.

Ohne Berücksichtigung der Auswirkungen von IFRS 16 lag das Finanzergebnis für die erste Jahreshälfte 2021 bei -21,0 Millionen Euro gegenüber -14,2 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2020. Die Differenz von -6,8 Millionen Euro ergab sich in der Hauptsache aus Zinszahlungen im Rahmen der Anleihe im Wert von 1 Milliarde Euro, die im April 2020 platziert wurde.

EQUITY-BETEILIGUNGEN

Der Nettogewinn aus Unternehmensbeteiligungen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden, belief sich in der ersten Jahreshälfte 2021 auf -6,7 Millionen Euro, was eine Verbesserung gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres darstellt (-14,6 Millionen Euro). Ursächlich für den immer noch negativen Wert waren die weiterhin negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Geschäftsaktivität der verbundenen Unternehmen.

NETTOGEWINN AUF KONZERNEBENE

Im ersten Halbjahr 2021 stieg der Nettogewinn auf Konzernebene ohne Berücksichtigung von Wertminderungsaufwendungen um +35,3 Millionen Euro auf -163,7 Millionen Euro. Im Vorjahreszeitraum hatte er bei -199,0 Millionen Euro gelegen.

Unter Einbeziehung der Wertminderungsaufwendungen stieg der Nettogewinn auf Konzernebene um 93,7 Millionen Euro auf -161,3 Millionen Euro. In der ersten Jahreshälfte 2020 hatte er aufgrund der oben angeführten in diesem Zeitraum verbuchten Wertminderungsaufwendungen bei -254,9 Millionen Euro gelegen.

BEREINIGTE INVESTITIONEN

In der ersten Jahreshälfte 2021 wurden die bereinigten Nettoinvestitionen (Erwerb von Sachwerten und immateriellen Gütern abzüglich Veräußerungen) deutlich reduziert. Sie gingen von 84,5 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2020 um -29,2% auf 59,8 Millionen Euro zurück. Die Reduzierung erfolgte jedoch gezielt, sodass Wachstumsinvestitionen, darunter Investitionen in die weitere Digitalisierung von Premium-Standorten und für das Roll-Out unserer programmatischen Handelslösungen fortgesetzt wurden.

BEREINIGTER FREI VERFÜGBARER CASH-FLOW ⁽⁴⁾

Der bereinigte frei verfügbare Cash-Flow lag in der ersten Jahreshälfte 2021 bei -63,2 Millionen Euro und stimmt damit weitgehend mit den in diesem Zeitraum getätigten Investitionen überein.

Der Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit ohne Wartungskosten blieb mit -74,4 Millionen Euro negativ, verbesserte sich jedoch gegenüber dem ersten Halbjahr 2020 um +77,3 Millionen Euro. Ursächlich waren die verbesserte operative Marge und geringere Einkommensteuerzahlungen im Berichtszeitraum, denen Zinszahlungen aufgrund der gestiegenen Bruttoverschuldung und weitere einmalige Sonderaufwendungen gegenüberstanden. Veränderungen im Working Capital hatten einen positiven Effekt von 71,0 Millionen Euro. Ursächlich waren ein straffes Forderungs- und Zahlungsmanagement, das den negativen Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit ausglich.

DIVIDENDE

Die am 20. Mai 2021 abgehaltene Jahreshauptversammlung der Aktionäre beschloss, im zweiten Jahr in Folge keine Dividende auszuschütten, um angesichts der beispiellosen Störung der globalen Wirtschaft durch die Corona-Pandemie die Liquidität und die Unternehmensbilanz ebenso wie die finanzielle Flexibilität der Gruppe zu stärken.

NETTOVERSCHULDUNG ⁽⁵⁾

Die Nettoverschuldung blieb insgesamt stabil und lag zum 30. Juni 2021 bei 1.163,3 Millionen Euro, eine leichte Steigerung gegenüber dem 31. Dezember 2020 (1.086,3 Millionen Euro) und niedriger als am 30. Juni 2020 (1.178,6 Millionen Euro).

NUTZUNGSRECHTE UND LEASINGVERBINDLICHKEITEN, IFRS 16

Die Vermögenswerte aus Nutzungsrechten gemäß IFRS 16 beliefen sich zum 30. Juni 2021 auf 3.090,8 Millionen Euro gegenüber 3.416,5 Millionen Euro zum 31. Dezember 2020, ein Rückgang, der auf die Abschreibung von Nutzungsrechten und die Neuverhandlung von Verträgen zurückzuführen war, denen Wechselkurseffekte, neue Verträge, Vertragsverlängerungen und Vertragserneuerungen gegenüberstanden.

Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16 verminderten sich um -356,2 Millionen Euro, von 4.145,8 Millionen Euro zum 31. Dezember 2020 auf 3.789,6 Millionen Euro zum 30. Juni 2021. Dieser Rückgang entspricht geleisteten und neuverhandelten Leasingzahlungen, denen Wechselkurseffekte, neue Verträge, Vertragsverlängerungen und Vertragserneuerungen gegenüberstanden.

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.

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 Vermögenswert aus Nutzungsrechten, der über die Dauer des Leasingverhältnisses abgeschrieben wird, aktiviert werden. In der Gewinn- und Verlustrechnung werden die fixen Mietaufwendungen durch die Abschreibung des Nutzungsrechts 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 und
- werden in dieser operativen Berichterstattung die Auswirkungen von IFRS 16 auf Leasingverträge in unserem 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.

In der ersten Jahreshälfte 2021 beliefen sich die Auswirkungen von IFRS 11 und IFRS 16 auf die bereinigten Positionen auf:

- -87,9 Millionen Euro für IFRS 11 auf den bereinigten Umsatz (-106,9 Millionen Euro für IFRS 11 im ersten Halbjahr 2020). Der Konzernumsatz gemäß IFRS belief sich somit auf 994,4 Millionen Euro (968,6 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2020).
- -16,0 Millionen Euro für IFRS 11 und 395,4 Millionen Euro für IFRS 16 auf das bereinigte operative Ergebnis (-11,2 Millionen Euro für IFRS 11 und 567,3 Millionen Euro für IFRS 16 im ersten Halbjahr 2020). Das operative Ergebnis gemäß IFRS belief sich somit auf 410,8 Millionen Euro (494,3 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2020).
- -6,3 Millionen Euro für IFRS 11 und 48,0 Millionen Euro für IFRS 16 auf das bereinigte EBIT vor Wertminderungsaufwendungen (1,0 Millionen Euro für IFRS 11 und 105,9 Millionen Euro für IFRS 16 im ersten Halbjahr 2020). Das EBIT vor Wertminderungsaufwendungen gemäß IFRS belief sich somit auf -125,3 Millionen Euro (-151,6 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2020).
- -6,3 Millionen Euro für IFRS 11 und 48,0 Millionen Euro für IFRS 16 auf das bereinigte EBIT nach Wertminderungsaufwendungen (1,0 Millionen Euro für IFRS 11 und 105,9 Millionen Euro für IFRS 16 im ersten Halbjahr 2020). Das EBIT nach Wertminderungsaufwendungen gemäß IFRS belief sich somit auf -121,8 Millionen Euro (-212,3 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2020).
- 1,5 Millionen Euro für IFRS 11 auf die bereinigten Nettoinvestitionen (3,5 Millionen Euro für IFRS 11 im ersten Halbjahr 2020). Die Nettoinvestitionen gemäß IFRS beliefen sich somit auf -58,4 Millionen Euro (-81,0 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2020).
- 0,8 Millionen Euro für IFRS 11 und 317,0 Millionen Euro für IFRS 16 auf den bereinigten frei verfügbaren Cash-Flow (-12,8 Millionen Euro für IFRS 11 und 329,6 Millionen Euro für IFRS 16 im ersten Halbjahr 2020). Der frei verfügbare Cash-Flow gemäß IFRS belief sich somit auf 254,6 Millionen Euro (386,3 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2020).

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 (-1,4 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2021 gegenüber -0,2 Millionen Euro im ersten Halbjahr).
- (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 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. €		Q1	Q2	H1
Bereinigter Umsatz 2020	(a)	723,6	351,9	1.075,4
Umsatz 2021 gemäß IFRS	(b)	416,7	577,7	994,4
IFRS 11-Effekte	€	37,6	50,3	87,9
Bereinigter Umsatz 2021	(d) = (b) + (c)	454,3	628,1	1.082,3
Wechselkurseffekte	€	10,6	4,8	15,4
Umrechnung bereinigter Umsatz 2021 auf Wechselkurse 2020	(f) = (d) + €	464,9	632,8	1.097,7
Veränderungen im Konsolidierungskreis	(g)	8,0	1,0	9,0
Bereinigter organischer Umsatz 2021	(h) = (f) + (g)	472,9	633,9	1.106,8
Organisches Wachstum	(i) = (h)/(a)-1	-34,6%	80,2%	2,9%

Mio. €	Wechselkurseffekte Stichtag 30. Juni 2021
USD	4,4
HKD	4,1
BRL	2,7
Andere	10,2
AUD	(6,0)
Gesamt	15,4

Durchschnittlicher Wechselkurs	H1 2021	H1 2020
USD	0,8296	0,9074
HKD	0,1069	0,1169
BRL	0,1541	0,1848
AUD	0,6399	0,5961

Nächste Information:

Umsatzzahlen für das dritte Quartal 2021: 4. November 2021 (nach Börsenschluss)

Kennzahlen JCDecaux:

- Umsatz im Geschäftsjahr 2020: 2.312 Millionen Euro; Umsatz im ersten Halbjahr 2021: 1.082,3 Millionen Euro
- Präsenz in 3.670 Städten mit über 10.000 Einwohnern
- Erreicht täglich mehr als 840 Millionen Menschen in über 80 Ländern
- 10.230 Mitarbeiter
- Marktführer für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier sanfter Mobilität
- Erstes Außenwerbeunternehmen in der RE 100 (Selbstverpflichtung auf 100% erneuerbare Energien)
- 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 (4,6/5) und im CDP (A Leadership)-Ranking gelistet und hält bei MSCI im vierten Jahr in Folge das Rating AAA
- 964.760 Werbeflächen weltweit
- Weltweit die Nr. 1 im Bereich Stadtmöblierung (489.500 Werbeflächen)
- Weltweit die Nr. 1 im Bereich Transportmedien an 156 Flughäfen und mit 249 Verträgen in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung (329.790 Werbeflächen)
- Europaweit die Nr. 1 in der Großflächenwerbung (129.970 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Europa (615.530 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (216.590 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Lateinamerika (66.120 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Afrika (22.500 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im Nahen Osten (15.350 Werbeflächen)

Mehr Informationen über JCDecaux finden Sie auf 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 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 2021				H1 2020			
	Bereinigt	Anteil der Unter- nehmen unter gemein- schaft- licher Führung	Auswirkun- gen von IFRS 16 auf kontrol- lierte Unter- nehmen ⁽¹⁾	IFRS	Bereinigt	Anteil der Unter- nehmen unter gemein- schaft- licher Führung	Auswirkun- gen von IFRS 16 auf kontrol- lierte Unter- nehmen ⁽¹⁾	IFRS
Mio. €								
Umsatzerlöse	1.082,3	(87,9)	(0,0)	994,4	1.075,4	(106,9)	-	968,6
Betriebskosten	(1.050,9)	71,9	395,4	(583,6)	(1.137,3)	95,7	567,3	(474,3)
Operatives Ergebnis	31,4	(16,0)	395,4	410,8	(61,8)	(11,2)	567,3	494,3
Ersatzteile	(15,8)	0,4	0,0	(15,4)	(12,7)	0,4	-	(12,2)
Abschreibungen und Rückstellungen (netto)	(170,6)	9,2	(365,4)	(526,8)	(177,9)	12,4	(461,7)	(627,2)
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	(12,0)	0,1	17,9	6,1	(6,1)	(0,6)	0,2	(6,5)
EBIT vor Wertminderungsaufwand	(166,9)	(6,3)	48,0	(125,3)	(258,5)	1,0	105,9	(151,6)
Wertminderungsaufwand ⁽²⁾	3,5	0,0	0,0	3,5	(60,6)	-	-	(60,6)
EBIT nach Wertminderungsaufwand	(163,5)	(6,3)	48,0	(121,8)	(319,2)	1,0	105,9	(212,3)

⁽¹⁾ Auswirkungen von IFRS 16 auf Verträge im Kerngeschäft kontrollierter Unternehmen

⁽²⁾ Einschließlich Netto-Wertminderungsaufwendungen von Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung

Cash-Flow-Rechnung	H1 2021				H1 2020			
	Bereinigt	Anteil der Unter- nehmen unter gemein- schaft- licher Führung	Auswirkun- gen von IFRS 16 auf kontrol- lierte Unter- nehmen ⁽¹⁾	IFRS	Bereinigt	Anteil der Unter- nehmen unter gemein- schaft- licher Führung	Auswirkun- gen von IFRS 16 auf kontrol- lierte Unter- nehmen ⁽¹⁾	IFRS
Mio. €								
Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit ohne Wartungskosten	(74,4)	(0,4)	283,5	208,6	(151,7)	9,6	365,1	223,0
Veränderungen im Bedarf an Working Capital	71,0	(0,2)	33,5	104,3	305,7	(25,9)	(35,6)	244,3
Netto Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	(3,4)	(0,6)	317,0	312,9	154,0	(16,3)	329,6	467,3
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	(59,8)	1,5		(58,4)	(84,5)	3,5	-	(81,0)
Frei verfügbarer Cash- Flow	(63,2)	0,8	317,0	254,6	69,5	(12,8)	329,6	386,3

⁽¹⁾ Auswirkungen von IFRS 16 auf Verträge im Kerngeschäft und Nicht-Kerngeschäft kontrollierter Unternehmen