

## Quartalsinformation 1. Quartal 2019

### Out of Home Media

Algeria  
Angola  
Argentina  
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  
Iceland  
India  
Ireland  
Israel  
Italy  
Ivory Coast  
Japan  
Kazakhstan  
Korea  
Latvia  
Lesotho  
Lithuania  
Luxembourg  
Madagascar  
Malawi  
Mauritius  
Mexico  
Mongolia  
Mozambique  
Myanmar  
Namibia  
Nicaragua  
Norway  
Oman  
Panama  
Peru  
Poland  
Portugal  
Qatar  
Russia  
Saudi Arabia  
Singapore  
Slovakia  
Slovenia  
South Africa  
Spain  
Swaziland  
Sweden  
Switzerland  
Tanzania  
Thailand  
The Dominican Republic  
The Netherlands  
Uganda  
Ukraine  
United Arab Emirates  
United Kingdom  
United States  
Uruguay  
Uzbekistan  
Zambia  
Zimbabwe

- **Bereinigter Umsatz im ersten Quartal 2019 steigt um 13,1% auf 840,0 Millionen Euro**
- **Bereinigter organischer Umsatz wächst im ersten Quartal um 5,4%**
- **Für das zweite Quartal 2019 bereinigtes organisches Umsatzwachstum von über 4% erwartet**

**Berlin/Paris, 14. Mai 2019 – JCDecaux SA** (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, legt heute die Umsatzzahlen für das erste Quartal 2019 (Stichtag 31. März 2019) vor.

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

Im ersten Quartal stieg der bereinigte Konzernumsatz um 13,1% auf 840,0 Millionen Euro gegenüber 742,5 Millionen Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Lässt man die positiven Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und Änderungen des Konsolidierungskreises außer Acht, dann wuchs der bereinigte Umsatz um 5,4%.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, stieg im ersten Quartal 2019 organisch um 5,5%.

Bereinigter Umsatz im ersten Quartal	2019 (Mio. Euro)	2018 (Mio. Euro)	Umsatz- wachstum	Organisches Wachstum <sup>(a)</sup>
Transportmedien	368,0	293,5	+25,4%	+14,5%
Stadtmöbliering	344,3	337,1	+2,1%	+0,8%
Großflächenwerbung	127,7	111,9	+14,1%	-4,6%
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>840,0</b>	<b>742,5</b>	<b>+13,1%</b>	<b>+5,4%</b>

a. Bereinigt um Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekte

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

### TRANSPORTMEDIEN

Der bereinigte Umsatz im Transportsegment stieg im ersten Quartal 2019 um 25,4% auf 368,0 Millionen Euro (+14,5% organisch). Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) vermeldete zweistellige Wachstumsraten. Im asiatisch-pazifischen Raum und in Nordamerika wurde ein kräftiges zweistelliges Umsatzplus erwirtschaftet. Auch in den als "übrige Welt" zusammengefassten Märkten der Gruppe verbuchte der Konzernbereich steigende Umsätze.

### STADTMÖBLIERUNG

Im ersten Quartal 2019 wuchs der bereinigte Umsatz im Unternehmensbereich Stadtmöbliering um 2,1% auf 344,3 Millionen Euro (+0,8% organisch). Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) verzeichnete ein Umsatzminus, wobei sich in Großbritannien das kürzlich erlassene Werbeverbot für sogenannte HFSS-Produkte (Produkte, die einen hohen Anteil an Fett, Salz oder Zucker enthalten) auf den Werbeflächen von Transport for London negativ auswirkte. Der asiatisch-pazifische Raum verzeichnete ein kräftiges Wachstum im zweistelligen Bereich, bei dem sich vor allem Australien als Wachstumstreiber erwies. In Nordamerika blieb der Umsatz des Konzernbereichs gegenüber dem Vorjahresquartal praktisch unverändert. In der "übrigen Welt" wurden positive Wachstumsraten verbucht.

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 3,242,237.80 euros - # RCS: 307 570 747 Nanterre - FR 44307570747

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, d. h. die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, sank gegenüber dem ersten Quartal 2018 organisch um 0,7%.

## **GROSSFLÄCHENWERBUNG**

Im Segment Großflächenwerbung stieg der bereinigte Umsatz im ersten Quartal 2019 um 14,1% auf 127,7 Millionen Euro (-4,6% organisch). Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien), die "übrige Welt" und Nordamerika vermeldeten Umsatzrückgänge.

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

*Unser Konzernumsatz, der im ersten Quartal 2019 um 13,1% auf 840,0 Millionen Euro wuchs – wobei die vor kurzem abgeschlossene Übernahme von APN Outdoor in Australien für einen Umsatzschub sorgte –, stieg organisch um 5,4%. Motor des organischen Wachstums war die fortschreitende Digitalisierung unserer Premium-Flächen, mit denen wir inzwischen 23,5% unseres Gesamtumsatzes erwirtschaften.*

*Das gute Abschneiden unseres Transportsegments, das ein organisches Umsatzplus von 14,5% verbuchte, verdankt sich einem zweistelligen Wachstum in China und Nordamerika sowie einer guten Umsatzentwicklung in Europa, wobei der Digitalbereich in allen geografischen Regionen sehr kräftig wuchs. Das organische Wachstum von 0,8% im Konzernbereich Stadtmöbliering wurde von einem negativen Ergebnis in Europa abgeschwächt, wobei sich in Großbritannien ein kürzlich erlassenes Werbeverbot für sogenannte HFSS-Produkte – das heißt Produkte, die einen hohen Anteil an Fett, Salz und Zucker enthalten – auf den Werbeflächen von Transport of London auf den Umsatz auswirkte. Unser digitales Stadtmöbelportfolio wuchs hingegen weiter kräftig. In dem organischen Umsatzrückgang von 4,6% im Bereich Großflächenwerbung spiegeln sich der laufende, auf mehrere Jahre angelegte Plan zur Verkleinerung des traditionellen Großflächennetzes in Großbritannien und die mangelnde Konsolidierung in einigen geografischen Regionen wider, während das digitale Großflächengeschäft auch in diesem Quartal ein zweistelliges Umsatzplus verzeichnete.*

*Mit Blick auf das zweite Quartal 2019 erwarten wir momentan ein organisches Umsatzwachstum von über 4%, mit guten Wachstumsergebnissen im Stadtmöbelsegment insbesondere in Frankreich, Nordamerika und Australien, während eine stärkere Geschäftsabschwächung in der U-Bahn-Werbung in China auf das Wachstum im Transportbereich durchschlagen wird.*

*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 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 mit vor 2014 veröffentlichten Kennzahlen verglichen werden können und die auf IFRS übergeleitet werden.

Im ersten Quartal 2019 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS 11 um -86,8 Millionen Euro vom bereinigten Konzernumsatz ab (-84,5 Millionen Euro im ersten Quartal 2018). Der Umsatz gemäß IFRS betrug im ersten Quartal 2019 somit 753,2 Millionen Euro (658,0 Millionen Euro im ersten Quartal 2018).

## **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
<b>Bereinigter Umsatz 2018</b>	(a)	<b>742,5</b>
<b>Umsatz 2019 gemäß IFRS</b>	(b)	<b>753,2</b>
IFRS 11-Effekte	(c)	86,8
<b>Bereinigter Umsatz 2019</b>	(d) = (b) + (c)	<b>840,0</b>
Wechselkurseffekte	(e)	(13,1)
<b>Umrechnung bereinigter Umsatz 2019 auf Wechselkurse 2018</b>	(f) = (d) + (e)	<b>826,9</b>
Veränderungen im Konsolidierungskreis	(g)	(44,4)
<b>Bereinigter organischer Umsatz 2019</b>	(h) = (f) + (g)	<b>782,5</b>
<b>Organisches Wachstum</b>	(i) = (h) / (a)	<b>+5,4%</b>

Mio. €	Wechselkurseffekte Stichtag 31. März 2019
USD	4,8
HKD	3,8
RMB	2,1
GBP	1,0
BRL	(1,3)
Andere	2,7
<b>Gesamt</b>	<b>13,1</b>

Durchschnittlicher Wechselkurs	Q1 2019	Q1 2018
USD	0,8805	0,8135
HKD	0,1122	0,1039
RMB	0,1305	0,1280
GBP	1,1461	1,1320
BRL	0,2338	0,2507

**Nächste Information:**

Jahreshauptversammlung am 16. Mai 2019  
Umsatz im zweiten Quartal und Halbjahresergebnis: 25. Juli 2019 (vor Börsenbeginn)

**Kennzahlen der JCDecaux-Gruppe:**

- Umsatz im Geschäftsjahr 2018: 3.619 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 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)