

## Jahresumsatz 2018

### 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 Gesamtjahr steigt um 3,6% auf 3.618,5 Millionen Euro**
- **Bereinigter organischer Umsatz wächst im Gesamtjahr um 5,2%**
- **Bereinigter Umsatz im vierten Quartal 2018 steigt um 8,1% auf 1.107,5 Millionen Euro**
- **Bereinigter organischer Umsatz im vierten Quartal plus 5,4%**

**Berlin/Paris, 31. Januar 2019 – JCDecaux SA** (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, legte heute die Umsatzzahlen für das Gesamtjahr 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 4.

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 vierte Quartal 2017 um 5,6 Millionen Euro und für das Gesamtjahr 2017 um 20,7 Millionen Euro.

Der bereinigte Konzernumsatz stieg 2018 um 3,6% auf 3.618,5 Millionen Euro gegenüber 3.492,6 Millionen Euro im Vorjahr. Lässt man die negativen Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und die positiven Auswirkungen von Änderungen des Konsolidierungskreises außer Acht, dann wuchs der bereinigte Umsatz organisch um 5,2%.

Der bereinigte organische Umsatz im Kerngeschäft – also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln – verbesserte sich 2018 um 5,0%.

Im vierten Quartal 2018 wuchs der bereinigte Konzernumsatz um 8,1% auf 1.107,5 Millionen Euro gegenüber 1.024,1 Millionen Euro im vierten Quartal des Vorjahres. Das beschleunigte Wachstum verdankte sich dem Beitrag von APN Outdoor, der für zwei Monate des Quartals in den Konzernumsatz einging. Ohne Berücksichtigung der negativen Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und der positiven Auswirkungen von Änderungen des Konsolidierungskreises stieg der bereinigte Umsatz organisch um 5,4%.

Der bereinigte organische Umsatz im Kerngeschäft – d. h. die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln – wuchs im vierten Quartal 2018 um 4,6%.

### Umsatz nach Unternehmenssparten:

Bereinigter Jahresumsatz	2018 (Mio. Euro)	2017 (Mio. Euro)	Umsatzwachstum	Organisches Wachstum <sup>(a)</sup>
Stadtmöbliering	1.587,6	1.586,7	+0,1%	+2,7%
Transportmedien	1.517,0	1.399,2	+8,4%	+10,2%
Großflächenwerbung	513,9	506,7	+1,4%	-0,9%
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>3.618,5</b>	<b>3.492,6</b>	<b>+3,6%</b>	<b>+5,2%</b>

(a) Bereinigt um Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekte

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](http://www.jcdecaux.com)

A public limited corporation with an Executive Board and Supervisory Board

Registered capital of 3.242.337,80 euros - # BCS: 307.570.747 Nanterre - FR 44307570747

Bereinigter Umsatz im vierten Quartal	2018 (Mio. Euro)	2017 (Mio. Euro)	Umsatzwachstum	Organisches Wachstum <sup>(a)</sup>
Stadtmöblierung	479,9	472,6	+1,5%	+2,6%
Transportmedien	472,7	412,2	+14,7%	+10,8%
Großflächenwerbung	154,9	139,3	+11,2%	-1,2%
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>1.107,5</b>	<b>1.024,1</b>	<b>+8,1%</b>	<b>+5,4%</b>

(a) Bereinigt um Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekte

## Umsatz nach geografischen Regionen:

Bereinigter Jahresumsatz	2018 (Mio. Euro)	2017 (Mio. Euro)	Umsatzwachstum	Organisches Wachstum <sup>(a)</sup>
Europa <sup>(b)</sup>	960,7	942,8	+1,9%	+3,1%
Asiatisch-pazifischer Raum	957,3	818,7	+16,9%	+16,4%
Frankreich	602,6	622,2	-3,2%	-3,2%
Übrige Welt	438,0	450,0	-2,7%	+4,2%
Großbritannien	369,0	362,4	+1,8%	+2,7%
Nordamerika	290,9	296,5	-1,9%	+2,5%
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>3.618,5</b>	<b>3.492,6</b>	<b>+3,6%</b>	<b>+5,2%</b>

(a) Bereinigt um Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekte

(b) Ohne Frankreich und Großbritannien

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

## **STADTMÖBLIERUNG**

Im Unternehmensbereich Stadtmöblierung stieg der bereinigte Jahresumsatz um 0,1% auf 1.587,6 Millionen Euro (+2,7% organisch). Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) vermeldete einen Umsatzrückgang, wobei sich die Annullierung des Interimsvertrags über die Stadtinformationsanlagen in Paris negativ auswirkte. Im asiatisch-pazifischen Raum verzeichnete das Stadtmöbelsegment ein kräftiges Wachstum im zweistelligen Bereich, das vor allem aus den neuen Verträgen in Australien resultierte. Aus den als "übrige Welt" zusammengefassten Märkten der Gruppe und aus Nordamerika wurde ein deutliches Umsatzplus vermeldet.

Im vierten Quartal wuchs der bereinigte Umsatz um 1,5% auf 479,9 Millionen Euro (+2,6% organisch). Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) musste einen Umsatzrückgang hinnehmen, wobei die Annullierung des Interimsvertrags über die Stadtinformationsanlagen in Paris das Quartalsergebnis negativ beeinflusste. Im asiatisch-pazifischen Raum verzeichnete das Stadtmöbelsegment vor allem dank der neuen Verträge in Australien ein kräftiges Wachstum im zweistelligen Bereich. In der übrigen Welt konnte der Unternehmensbereich seinen Umsatz zweistellig steigern, wobei Lateinamerika als Wachstumsmotor fungierte. Auch Nordamerika vermeldete ein Umsatzplus.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft – d. h. die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln – wuchs gegenüber dem vierten Quartal 2017 um 1,5%.

## **TRANSPORTMEDIEN**

Der bereinigte Jahresumsatz im Transportsegment stieg um 8,4% auf 1.517,0 Millionen Euro (+10,2% organisch). Im asiatisch-pazifischen Raum wurde ein zweistelliges Umsatzwachstum verzeichnet. Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) vermeldete ein kräftiges Plus. In der "übrigen Welt" stiegen die Umsätze, während Nordamerika einen Umsatzrückgang hinnehmen musste.

Im vierten Quartal 2018 kletterte der bereinigte Umsatz um 14,7% auf 472,7 Millionen Euro (10,8% organisch). Der asiatisch-pazifische Raum und Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) vermeldeten zweistellige Wachstumsraten. In Nordamerika ging der Umsatz zurück, während die "übrige Welt" ein Umsatzplus verzeichnete.

## **GROSSFLÄCHENWERBUNG**

Der bereinigte Jahresumsatz des Großflächensegments stieg um 1,4% auf 513,9 Millionen Euro (-0,9% organisch), wobei der Beitrag von APN Outdoor seit dem 31. Oktober 2018 für einen Umsatzschub sorgte. Europa verzeichnete ein Umsatzminus, in dem sich der auf mehrere Jahre angelegte Plan zur Verkleinerung des traditionellen Großflächenportfolios in Großbritannien niederschlug. Gleichzeitig wuchs das digitale Großflächengeschäft in Großbritannien weiterhin kräftig, und auch in Frankreich erzielte das Großflächensegment ein gutes Ergebnis. Der Umsatz in der "übrigen Welt" blieb gegenüber dem Vorjahr in etwa gleich, während in Nordamerika ein Rückgang verzeichnet wurde.

Im vierten Quartal 2018 stieg der bereinigte Umsatz um 11,2% auf 154,9 Millionen Euro (-1,2% organisch). In Europa blieb der Umsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum praktisch gleich, wobei sich der mehrjährige Plan zur Verkleinerung des traditionellen Großflächenportfolios in Großbritannien negativ auswirkte. Gleichzeitig wuchs das digitale Großflächengeschäft in Großbritannien weiterhin kräftig und Frankreich vermeldete ein gutes Ergebnis. In der "übrigen Welt" ging der Umsatz im Großflächensegment zurück, während Nordamerika ein zweistelliges Wachstum verzeichnete.

**Jean-François Decaux, Co-Chief Executive Officer von JCDecaux**, zu den Jahresergebnissen der Gruppe:

*"2018 hat JCDecaux mit einem Jahresumsatz von 3.618,5 Millionen Euro erneut ein Rekordergebnis erzielt. Unser organisches Wachstum von 5,2% im Gesamtjahr verdankt sich einem vierten Quartal, das mit einem organischen Umsatzplus von 5,4% unsere Erwartungen übertraf. Dieses beachtliche Ergebnis resultiert sowohl aus unserem Engagement in schnellwachsenden Märkten, in denen wir 37% des Konzernumsatzes erwirtschaften, als auch aus der immer wichtigeren Rolle unserer Premium-DOOH-Flächen. Im digitalen Bereich ist unser Umsatz um 28,4% gewachsen und macht mittlerweile 20,4% des Konzernumsatzes aus, wobei fünf Länder (Großbritannien, die USA, China, Australien und Deutschland) 68% unserer weltweiten DOOH-Umsätze generieren.*

*Das organische Wachstum von 2,7% im Konzernbereich Stadtmöblierung verdankt sich vor allem einem sehr kräftigen digitalen Umsatzplus von 30,4%, wobei der digitale Bereich 18,1% des Gesamtumsatzes in diesem Segment ausmacht. Die Umsatzentwicklung im analogen Bereich wurde weiterhin von der unerwarteten Annullierung des Interimsvertrags über die Stadtinformationsanlagen in Paris beeinträchtigt.*

*Das Transportsegment profitierte mit einer organischen Wachstumsrate von 10,2% sowohl vom deutlichen zweistelligen Wachstum in China - trotz eines verhaltenen Geschäfts in der U-Bahn-Werbung im vierten Quartal, auf das wir in unserem Quartalsausblick hingewiesen hatten -, als auch von einem kräftigen Anstieg der digitalen Umsätze um 26,1%, wobei der Digitalbereich einen Anteil von 25,8% am Gesamtumsatz des Segments hat. Unser Transportsegment, das 70% seiner Umsätze außerhalb Europas erwirtschaftet, ist jetzt beinahe so groß wie unser Unternehmensbereich Stadtmöblierung.*

*Der leichte organische Umsatzrückgang von 0,9% in der Großflächenwerbung war hauptsächlich auf die Umsetzung unseres mehrjährigen Plans zur Verringerung der traditionellen Großflächen in Großbritannien zurückzuführen. Ihm stand ein kräftiges Wachstum von 34,6% im Bereich der digitalen Großflächen – mit denen 11,6% des Gesamtumsatzes in diesem Segment erwirtschaftet werden – sowie ein gutes Ergebnis in Frankreich gegenüber.*

*2018 ist es uns darüber hinaus gelungen, eine Reihe strategisch bedeutsamer Verträge zu gewinnen. So konnten wir in zahlreichen europäischen Städten, darunter in Berlin und Den Haag, Verträge verlängern und erweitern. Zudem sicherten wir uns Stadtmöblierungsverträge für die Orchard Road in Singapur und für die Yangon Street in Myanmar. Im Transportbereich gelang uns die Verlängerung und Erweiterung wichtiger Verträge, so mit der Hongkonger MTR, Network Rail in Großbritannien und dem Flughafen Dubai. In China stärkten wir unsere Position mit der Verlängerung des Vertrags mit dem Flughafen Peking und dessen Erweiterung auf den neuen Flughafen Peking-Daxing.*

*Im Zuge der fortgesetzten weltweiten Konsolidierung der Out-of-Home-Branche haben wir am 31. Oktober 2018 die Übernahme von APN Outdoor abgeschlossen, einem der zehn weltweit führenden OOH-Unternehmen, das in Australien – dem siebtgrößten Medienmarkt der Welt – und Neuseeland aktiv ist. Aufgrund der geringen Durchdringung mit OOH haben beide Märkte ein gutes Wachstumspotential.*

*Wie üblich werden wir auf die Entwicklung im ersten Quartal 2019 im Rahmen der Veröffentlichung unserer vollständigen Jahresergebnisse für 2018 am 7. März 2019 eingehen.*

*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 vierten Quartal 2018 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS 11 um -133,6 Millionen Euro vom bereinigten Konzernumsatz ab (gegenüber -131,6 Millionen Euro im vierten Quartal 2017). Der Konzernumsatz gemäß IFRS betrug im vierten Quartal 2018 somit 973,9 Millionen Euro (gegenüber 892,5 Millionen Euro im vierten Quartal 2017).

Für das Gesamtjahr 2018 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS 11 um -437,1 Millionen Euro vom bereinigten Umsatz ab (-432,1 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2017). Der Konzernumsatz gemäß IFRS betrug somit 3.181,4 Millionen Euro (3.060,5 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2017).

## **ORGANISCHES WACHSTUM**

Das organische Wachstum entspricht dem bereinigten (Non-IFRS) Umsatzwachstum ohne Berücksichtigung der Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und Änderungen des Konsolidierungskreises. Zur Eliminierung von Wechselkurseffekten werden die Umsätze des Berichtszeitraums zu den durchschnittlichen Wechselkursen des Vergleichszeitraums des Vorjahres umgerechnet, während die Umsätze des Vergleichszeitraums unverändert bleiben. Veränderungen des Konsolidierungskreises werden zeitanteilig berücksichtigt. Umsatzveränderungen, die durch den Abschluss neuer Verträge oder das Auslaufen oder Wegfallen bestehender Verträge zustande kommen, werden als organisches Wachstum erfasst.

Mio. Euro		Q1	Q2	Q3	Q4	Gesamt jahr
-----------	--	----	----	----	----	----------------

<b>Bereinigter Umsatz 2017</b>	(a)	<b>762,6</b>	<b>888,8</b>	<b>817,1</b>	<b>1.024,1</b>	<b>3.492,6</b>
--------------------------------	-----	--------------	--------------	--------------	----------------	----------------

<b>Umsatz 2018 gemäß IFRS</b>	(b)	<b>658,0</b>	<b>789,8</b>	<b>759,7</b>	<b>973,9</b>	<b>3.181,4</b>
IFRS 11-Effekte	(c)	84,5	111,0	108,0	133,6	437,1
<b>Bereinigter Umsatz 2018</b>	(d) = (b) + (c)	<b>742,5</b>	<b>900,8</b>	<b>867,7</b>	<b>1.107,5</b>	<b>3.618,5</b>
Wechselkurseffekte	(e)	42,1	32,2	10,6	8,6	93,5
<b>Umrechnung bereinigter Umsatz 2018 auf Wechselkurse 2017</b>	(f) = (d) + (e)	<b>784,6</b>	<b>933,0</b>	<b>878,3</b>	<b>1.116,1</b>	<b>3.712,0</b>
Veränderungen im Konsolidierungskreis	(g)	(0,3)	(0,5)	(1,5)	(37,1)	(39,4)
<b>Bereinigter organischer Umsatz 2018</b>	(h) = (f) + (g)	<b>784,3</b>	<b>932,5</b>	<b>876,8</b>	<b>1.079,0</b>	<b>3.672,6</b>

<b>Organisches Wachstum</b>	(i) = (h) / (a)	<b>+2,8%</b>	<b>+4,9%</b>	<b>+7,3%</b>	<b>+5,4%</b>	<b>+5,2%</b>
-----------------------------	-----------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Mio. Euro	Wechselkurseffekte Stichtag 31. Dezember 2018
-----------	--

BRL	15,0
USD	13,0
RMB	11,3
HKD	11,1
GBP	3,4
Andere	39,7

<b>Gesamt</b>	<b>93,5</b>
---------------	-------------

Durchschnittlicher Wechselkurs	Gesamtjahr 2018	Gesamtjahr 2017
--------------------------------	-----------------	-----------------

BRL	0,2321	0,2774
USD	0,8468	0,8852
RMB	0,1281	0,1311
HKD	0,1080	0,1136
GBP	1,1303	1,1407

#### Nächste Information:

Jahresberichterstattung zum Geschäftsjahr 2018: 7. März 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
- 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

#### 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.

**JCDecaux**

**Pressekontakt:**

**c/o Wall GmbH**  
Frauke Bank  
+49 (0) 30 33899381  
frauke.bank@wall.de