

Unternehmenszahlen 1. Halbjahr 2020

- **Bereinigter Umsatz geht um 41,6% auf 1.075,4 Millionen Euro zurück**
- **Bereinigter organischer Umsatz vermindert sich um 40,8%, im zweiten Quartal minus 63,4%**
- **Bereinigtes operatives Ergebnis bei -61,8 Millionen Euro**
- **Bereinigtes EBIT vor Wertminderungen bei -258,5 Millionen Euro**
- **Nettogewinn auf Konzernebene -254,9 Millionen Euro einschließlich Wertminderungen von 55,9 Millionen Euro**
- **Positiver bereinigter frei verfügbarer Cash Flow von 69,5 Millionen Euro (-7,8 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2019)**
- **Aufgrund der Corona-Pandemie im Geschäftsjahr 2020 keine Quartalsprognosen zum bereinigten organischen Umsatz**

Berlin/Paris, 30. Juli 2020 – JCDecaux SA (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, legt heute die Umsatzzahlen für das erste Halbjahr 2020 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.

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.

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

"Während der Einschränkungen des öffentlichen Lebens in der Corona-Pandemie veranlassten der beispiellose, vorübergehende Rückgang der Publikumsfrequenzen in den Städten und im öffentlichen Verkehr sowie die grosse wirtschaftliche Unsicherheit die Unternehmen dazu, ihre Werbeausgaben umgehend in noch nie dagewesenem Umfang zu reduzieren. Sobald die Lockdown-Maßnahmen aufgehoben wurden, begannen sich die städtischen Publikumszahlen in den Bereichen Stadtmöbel- und Großflächenwerbung zunehmend zu erholen, während die Zahlen im Transportbereich, insbesondere an den Flughäfen, immer noch deutlich zurückbleiben.

Die Werbeumsätze erholen sich zur Zeit noch nicht im gleichen Tempo, und wir stellen einen deutlichen Unterschied zwischen Publikumsquoten, die sich in einigen geografischen Regionen bereits wieder dem Vor-Corona-Stand annähern, und Umsatzniveau fest, in dem sich das positive Momentum städtischer Zielgruppen noch nicht abbildet.

Unser Konzernumsatz ging in der ersten Jahreshälfte um 766,9 Millionen Euro zurück und lag bei 1.075,4 Millionen Euro. Das bereinigte organische Wachstum verminderte sich um 40,8%, wobei der Hauptrückgang auf das zweite Quartal 2020 entfiel (-63,4%). Unser operatives Ergebnis verringerte sich deutlich und lag bei -61,8 Millionen Euro. Obwohl die Gruppe positiv in das Jahr 2020 gestartet

war – vor allem im Bereich Stadtmöblierung (+3,9% Ende Februar) –, litt das Umsatzergebnis seit März stark unter dem Ausbruch der Corona-Pandemie. Sofortige und entschiedene operative und finanzielle Maßnahmen wurden ergriffen, um den Rückgang aufzufangen und liquide Mittel einzusparen. Dazu zählten Mietnachlässe, ein strenges Kostenmanagement, reduzierte Investitionen, eine strenge Kontrolle des Bedarfs an Working Capital, die Streichung der Dividende und weitere Maßnahmen.

Unser digitaler Umsatz macht mittlerweile 24% des Konzernumsatzes aus, was einem Plus von 10 Basispunkten gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres entspricht. Nach einem soliden Ergebnis im ersten Quartal 2020 ging der digitale Umsatz im zweiten Quartal zurück, sodass sich für das erste Halbjahr 2020 ein Minus von 41,3% ergab.

Wir haben unsere globale Führungsposition weiter gestärkt, indem wir als Teil eines Investorenkonsortiums (zu dem Han Zi Jing, Chief Executive Officer von Clear Media, die Antfin [Hong Kong] Holding Limited und der China Wealth Growth Fund III L.P. gehören) die Übernahme eines Minderheitsanteils an Clear Media Limited abgeschlossen haben. Zusammen mit dem langfristigen Wachstum des Außenwerbesektors in China wird dieser strategische Schritt die JCDecaux-Gruppe in die Lage versetzen, mit einer gestärkten Position aus der aktuellen Krise hervorzugehen.

JCDecaux hat im dritten Jahr in Folge die Höchstbewertung AAA im Corporate Social Responsibility (CSR)-Ranking der Ratingagentur Morgan Stanley Capital International (MSCI) erreicht. Das Ranking bestätigt die Robustheit der CSR-Praxis und der Strategie für nachhaltige Entwicklung, die JCDecaux schon seit vielen Jahren verfolgt, und spiegelt zugleich die langfristige Resilienz des Unternehmens gegenüber Umwelt-, gesellschaftlichen und unternehmerischen Risiken wider.

Mit Blick auf die Zukunft gehen wir davon aus, dass der globale Werbemarkt in hohem Maße volatil bleibt und geringe Prognosesicherheit bietet. In Anbetracht des Risikos neuer Wellen der Corona-Pandemie und der Verhängung neuer lokaler Lockdown-Maßnahmen, bleibt es weiterhin äußerst schwierig eine Prognose für das 3. Quartal 2020 abzugeben.

Abschließend möchte ich allen unseren Teams weltweit meinen Dank aussprechen. Unsere Mitarbeiter haben sich beispielhaft verhalten und trotz aller beruflichen und persönlichen Herausforderungen während und nach dem Lockdown bemerkenswertes Engagement und Solidarität – unter anderem durch Lohnverzicht – bewiesen.

In einer zunehmend fragmentierten und immer stärker digitalen Medienlandschaft gewinnen Out-of-Home- und Digital-Out-of-Home weiter an Attraktivität. Wir sind davon überzeugt, dass wir als am stärksten digitalisiertes Out-of-Home-Unternehmen dabei gut aufgestellt sind, um von der wirtschaftlichen Erholung zu profitieren. Das hat mehrere Gründe: Mit unserer neuen datenbasierten programmatischen Plattform können wir das Werbepublikum gezielt ansprechen, wir verfügen über ein gut diversifiziertes Portfolio, die Fähigkeit, neue Verträge zu gewinnen, eine solide Unternehmensbilanz und leistungsstarke Teams weltweit."

BEREINIGTE UMSÄTZE

In den ersten sechs Monaten des Jahres (Stichtag 30. Juni 2020) ging der bereinigte Konzernumsatz um 41,6% auf 1,075,4 Millionen Euro zurück. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres hatte er bei 1,842,3 Millionen Euro gelegen. Organisch (d.h. bereinigt um die negativen Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und die negativen Auswirkungen von Änderungen des Konsolidierungskreises) verminderte sich der bereinigte Konzernumsatz um 40,8%. Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln und Werbeflächen, ging in der ersten Jahreshälfte 2020 organisch um 42,4% zurück.

Im zweiten Quartal 2020 verminderte sich der bereinigte Umsatz um 64,9% auf 351,9 Millionen Euro. Organisch ging der bereinigte Umsatz gegenüber dem zweiten Quartal 2019 um 63,4% zurück. Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln und Werbeflächen, verminderte sich im zweiten Quartal 2020 organisch um 65,7%.

Umsatzentwicklung (bereinigt)

Mio. €	H1 2020			H1 2019			Veränderung 20/19		
	Q1	Q2	H1	Q1	Q2	H1	Q1	Q2	H1
Stadt-möbliering	325,5	154,4	479,9	344,3	446,3	790,6	-5,5%	-65,4%	-39,3%
Transport-medien	281,7	141,2	423,0	368,0	409,0	777,0	-23,4%	-65,5%	-45,6%
Großflächen-werbung	116,3	56,3	172,6	127,7	147,0	274,7	-9,0%	-61,7%	-37,2%
Gruppe gesamt	723,6	351,9	1.075,4	840,0	1.002,3	1.842,3	-13,9%	-64,9%	-41,6%

Organisches Umsatzwachstum (bereinigt) ^(a)

	Veränderung 20/19		
	Q1	Q2	H1
Stadt-möbliering	-5,0%	-64,9%	-38,8%
Transport-medien	-23,8%	-62,6%	-44,2%
Großflächen-werbung	-9,5%	-61,1%	-37,1%
Gruppe gesamt	-13,9%	-63,4%	-40,8%

(a) Ohne Berücksichtigung von Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekten

Umsatz nach geografischen Regionen (bereinigt)

Mio. €	H1 2020	H1 2019	Umsatz-wachstum	Organisches Wachstum ^(a)
Asiatisch-pazifischer Raum	303,2	538,6	-43,7%	-41,5%
Europa ^(b)	283,9	472,9	-40,0%	-40,6%
Frankreich	189,2	300,6	-37,1%	-37,1%
Übrige Welt	108,2	208,3	-48,0%	-44,5%
Großbritannien	98,5	171,9	-42,7%	-42,7%
Nordamerika	92,5	150,0	-38,3%	-39,8%
Gruppe gesamt	1.075,4	1.842,3	-41,6%	-40,8%

(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 2020 ging der bereinigte Umsatz unter dem signifikanten Einfluss der Corona-Pandemie um 39,3% auf 479,9 Millionen Euro zurück. Organisch verminderte er sich um 38,8 Prozent. Abhängig von der Dauer der Einschränkungen des öffentlichen Lebens wirkte sich die Pandemie in allen geografischen Regionen in unterschiedlichem Maße aus. Am stärksten betroffen waren die als "Übrige Welt" zusammengefassten Märkte der Gruppe und Nordamerika.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft – also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln – verminderte sich gegenüber dem ersten Halbjahr 2019 organisch um 41,7%.

Im zweiten Quartal verringerte sich der bereinigte Umsatz um 65,4% auf 154,4 Millionen Euro. Organisch ging der bereinigte Umsatz um 64,9% zurück, wobei Großbritannien und die Übrige Welt die am stärksten betroffenen Regionen waren. Während Nordamerika im ersten Quartal 2020 noch ein positives Wachstum auswies, verzeichnete die Region im zweiten Quartal 2020 ein erhebliches Minus.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft – d.h. die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln – ging im zweiten Quartal 2020 gegenüber dem Vorjahreszeitraum organisch um 69,1% zurück.

TRANSPORTMEDIEN

Im Transportsegment verringerte sich der bereinigte Umsatz in der ersten Jahreshälfte um 45,6% auf 423,0 Millionen Euro. Organisch ging er um 44,2% zurück. Die Corona-Pandemie hatte erhebliche Auswirkungen auf den Unternehmensbereich, in denen sich ein starker Rückgang der Passagierzahlen sowohl an den Flughäfen wie auch im öffentlichen Nahverkehr widerspiegelte. Die am stärksten betroffenen geografischen Regionen waren Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) und die Übrige Welt.

Im zweiten Quartal 2020 ging der bereinigte Umsatz um 65,5% auf 141,2 Millionen Euro zurück. Organisch verminderte sich der bereinigte Umsatz um 62,6% gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Am wenigsten betroffen war dabei der asiatisch-pazifische Raum.

GROSSFLÄCHENWERBUNG

Im Konzernbereich Großflächenwerbung ging der bereinigte Umsatz im ersten Halbjahr 2020 unter dem signifikanten Einfluss der Corona-Pandemie um 37,2% auf 172,6 Millionen Euro zurück. Organisch verminderte er sich um 37,1%. Abhängig von der Dauer der Lockdown-Maßnahmen wirkte sich die Pandemie in allen geografischen Regionen in unterschiedlichem Maße aus. Großbritannien und Nordamerika waren am stärksten betroffen, obwohl Nordamerika im ersten Quartal 2020 noch ein zweistelliges Umsatzwachstum ausgewiesen hatte.

Im zweiten Quartal 2020 verringerte sich der bereinigte Umsatz um 61,7% auf 56,3 Millionen Euro. Organisch ging der bereinigte Umsatz gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 61,1% zurück.

BEREINIGTES OPERATIVES ERGEBNIS ⁽¹⁾

Die Corona-Pandemie und die mit ihr einhergehenden Einschränkungen des öffentlichen Lebens haben sich massiv auf unsere Geschäftsaktivitäten und das operative Ergebnis der einzelnen Unternehmenssegmente ausgewirkt. Obwohl es durch die von der Gruppe ergriffenen Maßnahmen zur Anpassung der Kostenstruktur gelang, 52% des Umsatzeinbruchs in der ersten Jahreshälfte 2020 aufzufangen, ging das operative Ergebnis um 120,2% auf 61,8 Millionen Euro zurück. Im ersten Halbjahr 2019 hatte es bei 306,4 Millionen Euro gelegen. Bezogen auf den Konzernumsatz lag die operative Marge bei -5,7% und damit 2.230 Basispunkte unter dem Vorjahreswert.

	H1 2020		H1 2019		Veränderung 20/19	
	Mio. €	% vom Umsatz	Mio. €	% vom Umsatz	Wert (%)	Marge (Bp)
Stadtmöblierung	(20,6)	-4,3%	176,1	22,3%	-111,7%	-2660bp
Transportmedien	(11,3)	-2,7%	107,2	13,8%	-110,5%	-1.650bp
Großflächenwerbung	(30,0)	-17,4%	23,1	8,4%	-229,7%	-2.580bp
Gruppe gesamt	(61,8)	-5,7%	306,4	16,6%	-120,2%	-2.230bp

Stadtmöblierung: In der ersten Jahreshälfte 2020 ging das bereinigte operative Ergebnis um 111,7% auf -20,6 Millionen Euro zurück. Bezogen auf den Umsatz verminderte sich die bereinigte operative Marge gegenüber dem ersten Halbjahr 2019 um 2.660 Basispunkte auf -4,3%.

Transportmedien: Im ersten Halbjahr 2020 ging das bereinigte operative Ergebnis um 110,5% auf -11,3 Millionen Euro zurück. Bezogen auf den Umsatz verringerte sich die bereinigte operative Marge gegenüber der ersten Jahreshälfte 2019 um 1.650 Basispunkte auf -2,7%.

Großflächenwerbung: Für die ersten sechs Monaten 2020 lag das bereinigte operative Ergebnis bei -30,0 Millionen Euro, was einem Rückgang von 229,7% entspricht. Bezogen auf den Umsatz verminderte sich die bereinigte operative Marge gegenüber der ersten Jahreshälfte 2019 um 2.580 Basispunkte auf -17,4%.

BEREINIGTES EBIT ⁽²⁾

Ohne Berücksichtigung von Wertminderungsaufwendungen verminderte sich das bereinigte EBIT in der ersten Jahreshälfte 2020 um 289,9% auf -258,5 Millionen Euro. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres hatte es bei 136,1 Millionen Euro gelegen. Die Konzernmarge ging damit um 3.140 Basispunkte auf -24% zurück, während sie im ersten Halbjahr 2019 bei 7,4% gelegen hatte. Der Rückgang ist in erster Linie auf das verschlechterte operative Ergebnis zurückzuführen. In geringerem Maße trug ein Anstieg der Kosten für Abschreibungen und Rückstellungen dazu bei, der sich aus Investitionen im Rahmen bedeutender neugewonnener Verträge und der Digitalisierung in den letzten zwei Jahren ergab, sowie das Einfließen immaterieller Vermögenswerte aus der im zweiten Halbjahr 2019 vorgenommenen Kaufpreisallokation von APN Outdoor. Die Ausgaben für Ersatzteile gingen im ersten Halbjahr 2020 aufgrund der Geschäftsabschwächung zurück.

Im ersten Halbjahr 2020 wurden 14,0 Millionen Euro an Wertminderungsaufwendungen für Sachwerte und immaterielle Güter verbucht und Drohverlustrückstellungen in Höhe von 1,4 Millionen Euro aufgelöst (in der ersten Jahreshälfte 2019 lagen die Wertminderungsaufwendungen für Sachwerte und immaterielle Güter bei 0,1 Millionen Euro und es wurden Drohverlustrückstellungen von 3,2 Millionen Euro aufgelöst). Für das erste Halbjahr 2020 wurden im Zusammenhang mit dem Großflächengeschäft in der Übrigen Welt Wertminderungsaufwendungen für Goodwill in Höhe von 48,0 Millionen Euro verbucht, während in der ersten Jahreshälfte 2019 keine Wertminderungsaufwendungen für Goodwill anfielen.

Das bereinigte EBIT nach Wertminderungsaufwendungen ging um 329,3% auf -319,2 Millionen Euro zurück. Im ersten Halbjahr 2019 hatte es bei 139,2 Millionen Euro gelegen.

FINANZERGEBNIS ⁽³⁾

In der ersten Jahreshälfte 2020 beliefen sich die Zinsaufwendungen für Leasingverhältnisse gemäß IFRS 16 auf 68,3 Millionen Euro gegenüber 83,3 Millionen im Vergleichszeitraum 2019. Die Abweichung von 15,0 Millionen Euro ist vor allem auf Auswirkungen der Vertragsmechanik laufender Verträge zurückzuführen.

Ohne Berücksichtigung der Auswirkungen von IFRS 16 lag das Finanzergebnis für die erste Jahreshälfte 2020 bei -14,2 Millionen Euro gegenüber -12,7 Millionen Euro für die ersten sechs Monaten 2019. Die Differenz von -1,5 Millionen Euro ergab sich in der Hauptsache aus den Aufwendungen für Zinszahlungen im Rahmen einer 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 auf -14,6 Millionen Euro. Ursächlich für diesen Rückgang gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres (38,4 Millionen Euro) waren die negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die entsprechenden Unternehmen.

NETTOGEWINN AUF KONZERNEBENE

Der Nettogewinn auf Konzernebene ohne Berücksichtigung von Wertminderungsaufwendungen ging in den ersten sechs Monaten 2020 um -313,8% auf -199,0 Millionen zurück, während er im ersten Halbjahr 2019 bei 93,1 Millionen Euro gelegen hatte. Ursächlich dafür waren die oben ausgeführten Faktoren, während der negative Gewinn vor Steuern zu einem positiven Steuereffekt von 43,8 Millionen Euro führte.

Unter Einbeziehung der Wertminderungsaufwendungen ging der Nettogewinn auf Konzernebene um 365,6% auf -254,9 Millionen Euro gegenüber 96,0 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum zurück.

BEREINIGTE INVESTITIONEN

Die bereinigten Nettoinvestitionen (Erwerb von Sachwerten und immateriellen Gütern abzüglich Veräußerungen) wurden in der ersten Jahreshälfte 2020 deutlich um 38,1% nach unten angepasst, von 136,6 Millionen im ersten Halbjahr 2019 auf 84,5 Millionen Euro im Berichtszeitraum. Investitionen in die weitere Digitalisierung von Premium-Standorten und für das Roll-Out unserer programmatischen Handelsplattform wurden jedoch beibehalten.

BEREINIGTER FREI VERFÜGBARER CASH-FLOW ⁽⁴⁾

Der bereinigte frei verfügbare Cash-Flow lag im ersten Halbjahr 2020, trotz einer geringeren Liquidität aus dem operativen Geschäft, bei 69,5 Millionen Euro gegenüber -7,8 Millionen Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Die Erhöhung ist vor allem auf einen deutlich niedrigeren Bedarf an Working Capital bei gleichzeitigem straffem Forderungs- und Zahlungsmanagement und niedrigeren Investitionen im Berichtszeitraum zurückzuführen.

DIVIDENDE

Am 25. März 2020 gab JCDecaux bekannt, dass der Dividendenvorschlag für 2019 als Reaktion auf die beispiellose Störung der globalen Wirtschaft durch die Corona-Pandemie zurückgezogen wird, um sowohl Liquidität und Bilanz als auch die finanzielle Flexibilität der Gruppe zu stärken.

NETTOVERSCHULDUNG ⁽⁵⁾

Die Nettoverschuldung ging von 1.316,2 Millionen Euro zum 30. Juni 2019 auf 1.178,6 Millionen Euro zum 30. Juni 2020 zurück. Der Rückgang verdankt sich den Maßnahmen, die zur Abfederung des Umsatzrückgangs und zur Erhaltung der Liquidität getroffen wurden.

NUTZUNGSRECHTE UND LEASINGVERBINDLICHKEITEN, IFRS 16

Die Vermögenswerte aus Nutzungsrechten gemäß IFRS 16 beliefen sich zum 30. Juni auf 3.543,2 Millionen Euro gegenüber 3.958,5 Millionen Euro zum 31. Dezember 2019, ein Rückgang, der hauptsächlich auf die Abschreibung von Nutzungsrechten während des Berichtszeitraums ohne Berücksichtigung der Nutzungsrechte aus neuen Verträgen und Vertragsverlängerungen zurückzuführen ist.

Die Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16 verminderten sich von 4.596,5 Millionen Euro zum 31. Dezember 2019 um 440,4 Millionen auf 4.156,1 Millionen Euro zum 30. Juni 2020. Der Rückgang entspricht geleisteten und neuverhandelten Leasingzahlungen im Berichtszeitraum.

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 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. 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:

- -106,9 Millionen Euro für IFRS 11 auf den bereinigten Umsatz (-190,9 Millionen für IFRS 11 im ersten Halbjahr 2019). Der Konzernumsatz gemäß IFRS belief sich somit auf 968,6 Millionen Euro (1.651,4 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2019).
- -11,2 Millionen Euro für IFRS 11 und 567,3 Millionen Euro für IFRS 16 auf das bereinigte operative Ergebnis (-53,5 Millionen Euro für IFRS 11 und 567,6 Millionen Euro für IFRS 16 im ersten Halbjahr 2019). Das operative Ergebnis gemäß IFRS belief sich somit auf 494,3 Millionen Euro (820,5 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2019).
- 1,0 Millionen Euro für IFRS 11 und 105,9 Millionen Euro für IFRS 16 auf das bereinigte EBIT vor Wertminderungsaufwendungen (-40,9 Millionen Euro für IFRS 11 und 107,7 Millionen Euro für IFRS 16 im ersten Halbjahr 2019). Das EBIT vor Wertminderungsaufwendungen gemäß IFRS belief sich somit auf -151,6 Millionen Euro (202,9 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2019).
- 1,0 Millionen Euro für IFRS 11 und 105,9 Millionen Euro für IFRS 16 auf das bereinigte EBIT nach Wertminderungsaufwendungen (-40,9 Millionen Euro für IFRS 11 und 107,7 Millionen Euro für IFRS 16 im ersten Halbjahr 2019). Das EBIT nach Wertminderungsaufwendungen gemäß IFRS belief sich somit auf -212,3 Millionen Euro (206,0 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2019).
- 3,5 Millionen Euro für IFRS 11 auf die bereinigten Nettoinvestitionen (5,5 Millionen Euro für IFRS 11 im ersten Halbjahr 2019). Die Nettoinvestitionen gemäß IFRS beliefen sich somit auf -81,0 Millionen Euro (131,1 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2019).
- -12,8 Millionen Euro für IFRS 11 und 329,6 Millionen Euro für IFRS 16 auf den bereinigten frei verfügbaren Cash-Flow (-1,0 Millionen Euro für IFRS 11 und 554,1 Millionen Euro für IFRS 16 im ersten Halbjahr 2019). Der frei verfügbare Cash-Flow gemäß IFRS belief sich somit auf 386,3 Millionen Euro (545,3 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2019).

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 (-0,2 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2020 gegenüber -2,5 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2019).
- (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
Bereinigter Umsatz 2019	(a)	840,0	1.002,3	1.842,3
Umsatz 2020 gemäß IFRS	(b)	658,2	310,4	968,6
IFRS 11-Effekte	(c)	65,4	41,5	106,9
Bereinigter Umsatz 2020	(d) = (b) + (c)	723,6	351,8	1.075,4
Wechselkurseffekte	(e)	1,7	8,0	9,7
Umrechnung bereinigter Umsatz 2020 auf Wechselkurse 2019	(f) = (d) + (e)	725,3	359,9	1.085,2
Veränderungen im Konsolidierungskreis	(g)	(2,3)	7,0	4,7
Bereinigter organischer Umsatz 2020	(h) = (f) + (g)	723,0	366,8	1.089,8
Organisches Wachstum	(i) = (h) / (a)	-13,9%	-63,4%	-40,8%

Mio. €	Wechselkurseffekte Stichtag 30. Juni 2020
BRL	4,4
AUD	3,4
HKD	(1,5)
USD	(2,2)
Andere	5,6
Total	9,7

Durchschnittlicher Wechselkurs	H1 2020	H1 2019
BRL	0,1848	0,2303
AUD	0,5961	0,6249
HKD	0,1169	0,1129
USD	0,9074	0,8851

Nächste Information:

Umsatzzahlen für das 3. Quartal 2020: 5. November 2020 (nach Börsenschluss)

Kennzahlen der JCDecaux-Gruppe:

- Umsatz im Geschäftsjahr 2019: 3.890 Millionen Euro; Umsatz im ersten Halbjahr 2020: 1.075 Millionen Euro
- Präsenz in 3.890 Städten mit über 10.000 Einwohnern
- Erreicht täglich mehr als 890 Millionen Menschen in über 80 Ländern
- 13.210 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 und in den MSCI- und CDP "A List"-Rankings gelistet
- 1.061.630 Werbeflächen weltweit
- Weltweit die Nr.1 im Bereich Stadtmöblierung (517.800 Werbeflächen)
- Weltweit die Nr.1 im Bereich Transportmedien an über 160 Flughäfen und mit 270 Verträgen in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung (379.970 Werbeflächen)
- Europaweit die Nr.1 in der Großflächenwerbung (136.750 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Europa (636.620 Werbeflächen)
- Nr.1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (260.700 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Lateinamerika (69.490 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Afrika (22.760 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im Nahen Osten (15.510 Werbeflächen)

Mehr Informationen über JCDecaux finden Sie unter 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 2020				H1 2019			
	Mio €	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung	Auswirkungen von IFRS 16 auf kontrollierte Unternehmen ⁽²⁾	IFRS	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung	Auswirkungen von IFRS 16 auf kontrollierte Unternehmen ⁽¹⁾
Umsatzerlöse	1.075,4	(106,9)	-	968,6	1.842,3	(190,9)	-	1.651,4
Betriebskosten	(1.137,3)	95,7	567,3	(474,3)	(1.535,9)	137,4	567,6	(830,9)
Operatives Ergebnis	(61,8)	(11,2)	567,3	494,3	306,4	(53,5)	567,6	820,5
Ersatzteile	(12,7)	0,4	-	(12,2)	(17,6)	0,6	-	(17,0)
Abschreibungen und Rückstellungen (netto)	(177,9)	12,4	(461,7)	(627,2)	(155,1)	11,7	(501,7)	(645,1)
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	(6,1)	(0,6)	0,2	(6,5)	2,4	0,3	41,8	44,5
EBIT vor Wertminderungsaufwand	(258,5)	1,0	105,9	(151,6)	136,1	(40,9)	107,7	202,9
Wertminderungsaufwand ⁽²⁾	(60,6)	-	-	(60,6)	3,1	-	-	3,1
EBIT nach Wertminderungsaufwand	(319,2)	1,0	105,9	(212,3)	139,2	(40,9)	107,7	206,0

⁽¹⁾ Auswirkungen von IFRS 16 auf das Kerngeschäft kontrollierter Unternehmen.

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

Cash-Flow-Rechnung	H1 2020				H 1 2019			
	Mio. €	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung	Auswirkungen von IFRS 16 auf kontrollierte Unternehmen ⁽²⁾	IFRS	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung	Auswirkungen von IFRS 16 auf kontrollierte Unternehmen ⁽²⁾
Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit ohne Wartungskosten	(151,7)	9,6	365,1	223,0	191,0	0,6	520,7	712,3
Veränderungen im Bedarf an Working Capital	305,7	(25,9)	(35,6)	244,3	(62,2)	(7,1)	33,4	(35,9)
Netto Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	154,0	(16,3)	329,6	467,3	128,8	(6,5)	554,1	676,4
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	(84,5)	3,5	-	(81,0)	(136,6)	5,5	-	(131,1)
Frei verfügbarer Cash-Flow	69,5	(12,8)	329,6	386,3	(7,8)	(1,0)	554,1	545,3

⁽¹⁾ Auswirkungen von IFRS 16 auf das Kern- und Nebengeschäft kontrollierter Unternehmen.