

## 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

## Quartalsinformation 3. Quartal 2021

- **Bereinigter Umsatz im dritten Quartal 2021 steigt um +30,5% auf 706,5 Millionen Euro**
- **Bereinigter organischer Umsatz wächst um +28,6%**
- **Im vierten Quartal 2021 organisches Wachstum über +20% erwartet**

**Berlin/Paris, 4. November 2021 – JCDecaux SA** (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Out-of-Home-Medien weltweit, legte heute die Umsatzzahlen für die ersten neun Monate des Jahres (Stichtag 30. September) vor.

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

*“Mit einem Wachstum von +30,5% und organisch +28,6% erreichte der Umsatz der Gruppe im dritten Quartal 2021 706,5 Millionen Euro. Diese kräftige Erholung, die trotz schwerwiegender und teilweise unerwarteter Mobilitätsbeschränkungen (darunter regionale Lockdowns im asiatisch-pazifischen Raum und weltweit anhaltende Einschränkungen des internationalen Luftverkehrs) unsere Erwartungen übertraf, zeigt das Wachstumspotential unseres Mediums, insbesondere sobald Mobilitätseinschränkungen aufgehoben werden.*

*Blickt man auf die Geschäftssegmente, erzielten unser Stadtmöbel- und unser Großflächenbereich (Roadside) beachtliche Ergebnisse, die in Europa (einschließlich Großbritannien) bereits wieder auf dem Niveau des dritten Quartals 2019 lagen, während das Transportsegment weiterhin deutlich unter den anhaltenden Einschränkungen des weltweiten internationalen Personenverkehrs und in geringerem Maße unter im Vergleich zum Vor-Pandemie-Niveau niedrigeren Fahrgastzahlen im öffentlichen Nahverkehr litt. Im Verlauf des Quartals war allerdings eine Verbesserung zu verzeichnen.*

*Blickt man auf die geografischen Regionen, vermeldeten Frankreich und das Übrige Europa im dritten Quartal 2021 deutliche verbesserte Umsätze, wobei Roadside die treibende Kraft war. In Großbritannien war Roadside ebenfalls stark, während der Transportbereich (der in Großbritannien ein großes Segment ausmacht), ein niedriges Umsatzniveau auswies, wenn auch gegenüber 2020 eine deutliche Steigerung zu verzeichnen war. Nordamerika, der asiatisch-pazifische Raum und die Übrige Welt verzeichneten gegenüber dem Vorjahreszeitraum ebenfalls eine kräftige Erholung, blieben jedoch in allen drei Geschäftssegmenten die am stärksten betroffenen Regionen, wofür vor allem ein hoher Umsatzanteil im Transportbereich und lokale Mobilitätseinschränkungen (insbesondere im asiatisch-pazifischen Raum) verantwortlich waren. In China haben die Geschäftsaktivitäten, die sich an ein inländisches Publikum richten (vor allem U-Bahnen, Busse, Terminals für Inlandsflüge und Stadtmöbel in den Sonderverwaltungszonen Hongkong und Macau), fast wieder Vor-Corona-Niveau erreicht, während die internationalen Terminals immer noch unter sehr niedrigen Passagierzahlen leiden.*

*Die mit Digital Out Of Home (DOOH) erwirtschafteten Umsätze wuchsen gegenüber dem Vorjahreszeitraum um +55,8% und machen damit im laufenden Jahr 24,5% des Umsatzes der Gruppe aus. Wir haben unsere digitale Transformation weiter beschleunigt vorangetrieben und uns weiterhin auf den Rollout digitaler Screens und die Entwicklung unserer automatisierten datenbasierten Planungs- und Handelslösungen konzentriert. Der programmatische Handel hat über die VIOOH-Plattform, die inzwischen mit 34 DSPs (Demand Side Platforms) vernetzt ist und in 14 Ländern Handel treibt, erfreulich an Dynamik gewonnen.*

*Angesichts der fortgesetzten Erholung erwarten wir für das vierte Quartal 2021 zurzeit ein organisches Umsatzwachstum von mehr als +20%, vorausgesetzt, dass es nicht zu einer deutlichen Zunahme von Mobilitätseinschränkungen kommt.*

JCDecaux SA

United Kingdom: 27 Sale Place - London W2 1YR - Tel.: +44 (0)20 7298 8000

Head Office: 17, rue Soyser - 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 3,245,684.82 euros - # RCS: 307 570 747 Nanterre - FR 44307570747

*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 Medium 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 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 dieser Information.

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.

Im dritten Quartal 2021 wuchs der bereinigte Umsatz um +30,5% auf 706,5 Millionen Euro. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres hatte er bei 541,2 Millionen Euro gelegen.

Lässt man die positiven Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und die positiven Auswirkungen von Änderungen des Konsolidierungskreises außer Acht, dann stieg der bereinigte Umsatz organisch um +28,6%.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln und Werbeflächen, wuchs im dritten Quartal 2021 organisch um +29,8%.

<b>Bereinigter Umsatz im dritten Quartal</b>	<b>2021 (Mio. Euro)</b>	<b>2020 (Mio. Euro)</b>	<b>Umsatz- wachstum</b>	<b>Organisches Wachstum<sup>(a)</sup></b>
Stadtmöbliering	369,2	281,7	+31,1%	+29,4%
Transportmedien	231,8	172,6	+34,3%	+3,2%
Großflächenwerbung	105,5	87,0	+21,3%	+19,0%
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>706,5</b>	<b>541,2</b>	<b>+30,5%</b>	<b>+28,6%</b>

(a) Bereinigt um Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekte

<b>Bereinigter Umsatz in den ersten neun Monaten</b>	<b>2021 (Mio. Euro)</b>	<b>2020 (Mio. Euro)</b>	<b>Umsatz- wachstum</b>	<b>Organisches Wachstum<sup>(a)</sup></b>
Stadtmöbliering	930,8	761,6	+22,2%	+21,7%
Transportmedien	570,2	595,5	-4,3%	-2,4%
Großflächenwerbung	287,9	259,6	+10,9%	+13,6%
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>1.788,8</b>	<b>1.616,7</b>	<b>+10,6%</b>	<b>+11,5%</b>

(a) Bereinigt um Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekte

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

## **STADTMÖBLIERUNG**

Im dritten Quartal stieg der bereinigte Umsatz im Segment Stadtmöbliering um +31,1% auf 369,2 Millionen Euro (+29,4% organisch). Frankreich, Großbritannien und das übrige Europa vermeldeten starke Ergebnisse auf oder über Vor-Corona-Niveau. Trotz kräftiger Zuwächse gegenüber dem Vorjahreszeitraum, litten Nordamerika, der asiatisch-pazifische Raum und die als "Übrige Welt" zusammengefassten Märkte der Gruppe weiterhin unter lokalen Mobilitätsbeschränkungen in Verbindung mit der Corona-Pandemie.

Der bereinigte organische Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, wuchs gegenüber dem dritten Quartal 2020 um +32,3%.

## **TRANSPORTMEDIEN**

Der bereinigte Umsatz im Transportsegment stieg dank der Erholung des öffentlichen Verkehrs und bei Inlandsflügen in China und den USA um +34,3% auf 231,8 Millionen Euro (+32,2% organisch). Alle geografischen Regionen verzeichnen ein im Jahresvergleich positives Wachstum. Eine Ausnahme bilden Frankreich und Nordamerika (aufgrund der Beendigung des Vertrags mit den New Yorker Flughäfen).

## **GROSSFLÄCHENWERBUNG**

Im Konzernbereich Großflächenwerbung stieg der bereinigte Umsatz um +21,3% auf 105,5 Millionen Euro (+19,0% organisch). Alle geografischen Regionen außer Frankreich verzeichnen im Jahresvergleich ein kräftiges Wachstum.

## **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 dritten Quartal 2021 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS um -59,4 Millionen Euro vom bereinigten Konzernumsatz ab (-46,2 Millionen Euro im dritten Quartal 2020). Der Umsatz gemäß IFRS belief sich somit auf 647,1 Millionen Euro (495,0 Millionen Euro im dritten Quartal 2020).

In den ersten neun Monaten 2021 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS um -147,4 Millionen Euro vom bereinigten Konzernumsatz ab (-153,1 Millionen Euro in den ersten neun Monaten 2020). Der Umsatz gemäß IFRS belief sich somit auf 1.641,5 Millionen Euro (1.463,6 Millionen Euro in den ersten neun Monaten 2020).

## 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. Euro		Q1	Q2	Q3	9 Monate
<b>Bereinigter Umsatz 2020</b>	(a)	<b>723,6</b>	<b>351,9</b>	<b>541,2</b>	<b>1.616,7</b>
<b>Umsatz 2021 gemäß IFRS</b>	(b)	<b>416,7</b>	<b>577,7</b>	<b>647,1</b>	<b>1.641,5</b>
IFRS 11-Effekte	(c)	37,6	50,3	59,4	147,4
<b>Bereinigter Umsatz 2021</b>	(d) = (b) + (c)	<b>454,3</b>	<b>628,1</b>	<b>706,5</b>	<b>1.788,8</b>
Wechselkurseffekte	(e)	10,6	4,8	-6,6	8,8
<b>Umrechnung bereinigter Umsatz 2021 auf Wechselkurse 2020</b>	(f) = (d) + (e)	<b>464,9</b>	<b>632,8</b>	<b>699,9</b>	<b>1.797,6</b>
Veränderungen im Konsolidierungskreis	(g)	8,0	1,0	-3,8	5,2
<b>Bereinigter organischer Umsatz 2021</b>	(h) = (f) + (g)	<b>472,9</b>	<b>634,0</b>	<b>696,1</b>	<b>1.802,9</b>
<b>Organisches Wachstum</b>	(i) = (h) / (a) - 1	<b>-34,6%</b>	<b>+80,2%</b>	<b>+28,6%</b>	<b>+11,5%</b>

Mio. Euro	Wechselkurseffekte Stichtag 30. September 2021
USD	5,9
HKD	5,0
AUD	-6,3
RMB	-3,8
Andere	7,7
<b>Gesamt</b>	<b>8,8</b>

Durchschnittlicher Wechselkurs	9 Monate 2021	9 Monate 2020
USD	0,8360	0,889
HKD	0,1076	0,146
AUD	0,6341	0,6014
RMB	0,1292	0,1271

## Nächste Information:

Umsatzzahlen für das 4. Quartal 2021: 27. Januar 2022 (nach Börsenschluss)

### Kennzahlen JCDecaux:

- Umsatz im Geschäftsjahr 2020: 2.312 Millionen Euro; Umsatz in den ersten neun Monaten 2021: 1.789 Millionen Euro
- Nummer eins der Out-of-Home-Medien weltweit
- Erreicht täglich mehr als 840 Millionen Menschen in über 80 Ländern
- 964.760 Werbeflächen weltweit
- Präsenz in 3.670 Städten mit über 10.000 Einwohnern
- 10.230 Mitarbeiter
- 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
- Erstes Außenwerbeunternehmen in der RE 100 (Selbstverpflichtung auf 100% erneuerbare Energien)
- Marktführer für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier sanfter Mobilität
- 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](http://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](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)