

## Quartalsinformation 1. Quartal 2023

### 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  
Honduras  
Hungary  
India  
Ireland  
Israel  
Italy  
Ivory Coast  
Japan  
Kazakhstan  
Latvia  
Lesotho  
Lithuania  
Luxembourg  
Madagascar  
Malawi  
Mauritius  
Mexico  
Mongolia  
Mozambique  
Myanmar  
Namibia  
New Zealand  
Nicaragua  
Nigeria  
Norway  
Oman  
Panama  
Paraguay  
Peru  
Poland  
Portugal  
Qatar  
Saudi Arabia  
Singapore  
Slovakia  
Slovenia  
South Africa  
South Korea  
Spain  
Sweden  
Switzerland  
Tanzania  
Thailand  
The Dominican Republic  
The Netherlands  
Ukraine  
United Arab Emirates  
United Kingdom  
United States  
Uruguay  
Uzbekistan  
Zambia  
Zimbabwe

- **Bereinigter Umsatz steigt im ersten Quartal 2023 um +5,6% auf 721,3 Millionen Euro**
- **Bereinigter organischer Umsatz wächst im ersten Quartal um +5,0%**
- **Im zweiten Quartal 2023 bereinigtes organisches Umsatzwachstum von etwa +9% erwartet**

**Berlin/Paris, 11. Mai 2023 – JCDecaux SE** (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, legte heute die Umsatzzahlen für das erste Quartal 2023 vor.

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

*„Der Umsatz unserer Gruppe wuchs im ersten Quartal 2023 um +5,6% beziehungsweise +5,0% organisch und erreichte 721,3 Millionen Euro, was unsere Erwartungen übertraf. Dieses Ergebnis verdankte sich einem kräftigen Wachstum der digitalen Umsätze, einer Steigerung des Umsatzwachstums im Laufe des Quartals und dem Wendepunkt, den wir, wie erwartet, im März in China erreicht haben. Unser organischer Umsatz wuchs außerhalb Chinas um +8,2% und -14,0% in China.*

*Die mit Digital-Out-Of-Home (DOOH) erwirtschafteten Umsätze stiegen im ersten Quartal 2023 um +13,3% auf Konzernebene und +13,6% organisch. Damit machten sie 31,2% des Gesamtumsatzes der Gruppe aus, gegenüber 29,1% im ersten Quartal 2022, wobei die starke Dynamik des Ökosystems für den programmatischen Werbehändler über die VIOOH SSP (Supply Side Platform) und die Displayce DSP (Demand Side Platform) anhält.*

*Blickt man auf die Geschäftssegmente, erzielte unser Stadtmöbelbereich im ersten Quartal 2023 mit einem organischen Wachstum von +4,1% ein starkes Ergebnis, das weltweit über dem des ersten Quartals 2019 lag. In Frankreich und der Region Übriges Europa wurden zweistellige Zuwächse gegenüber dem Vergleichszeitraum 2019 verzeichnet. Das Großflächensegment wuchs im ersten Quartal 2023 organisch um +1,0% und lag im asiatisch-pazifischen Raum und in Nordamerika über dem Umsatzniveau des ersten Quartals 2019. Der Transportbereich legte mit +7,9% organisch kräftig zu und verzeichnete in Frankreich, der Region Übriges Europa, Großbritannien und der Region Übrige Welt zweistellige Umsatzzuwächse, in denen sich die fortgesetzte Erholung der Passagierzahlen sowohl in der Luftfahrt als auch im öffentlichen Verkehr in den meisten geografischen Regionen widerspiegelte, wobei die Region Übrige Welt im ersten Quartal 2023 über dem Vergleichszeitraum 2019 lag. Ausgehend von einem historisch niedrigen Geschäftsniveau verbesserte sich China im Laufe des Quartals, nachdem die bestehenden Mobilitätseinschränkungen zum Ende des Jahres 2022 weggefallen sind.*

*Mit Blick auf die geografischen Regionen, wuchsen die Umsätze in der Region Übrige Welt, dem asiatisch-pazifischen Raum ohne China, Frankreich und der Region Übriges Europa am schnellsten, während Nordamerika und China im ersten Quartal 2023 einen Umsatzrückgang verzeichneten. Im März verbesserte sich die Geschäftsdynamik in diesen beiden Regionen jedoch deutlich.*

*Für das zweite Quartal 2023 erwarten wir ein organisches Umsatzwachstum von etwa +9%, das sich hauptsächlich einem kräftigen digitalen Wachstum und einer schrittweisen Erholung in China verdankt, während sich die Werbeumsätze in den meisten geografischen Regionen weiterhin solide entwickeln.*

*In China beobachten wir ermutigende Zeichen der Erholung: Die Inlandsmobilität ist auf ein normales Niveau zurückgekehrt, was für uns ein im Jahresvergleich kräftiges zweistelliges Wachstum im*

JCDecaux SE

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

Head Office: 17, rue Soyier - 92200 Neuilly-sur-Seine - France - Tel.: +33 (0)1 30 79 79 79

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

zweiten Quartal bedeutet. Am Tag der Arbeit wurde ein Allzeithoch im Inlandsflugverkehr verzeichnet, und wir erwarten, dass sich unser Geschäft an den Inlandsflughäfen parallel zur Wiederbelebung des Flugverkehrs im zweiten Quartal wieder nahezu auf Vor-Corona-Niveau erholt. Beeinträchtigt wird unser kräftiges Umsatzwachstum in China im zweiten Quartal allerdings vom schwachen internationalen Luftverkehr aufgrund stark eingeschränkter internationaler Flugverbindungen sowie von der Nichtverlängerung des Werberechtsvertrags am Terminal 2 des Flughafens Guangzhou International und unserer Entscheidung, in gegenseitigem Einvernehmen unser Joint-Venture mit der U-Bahn von Guangzhou zu beenden.

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, unseren leistungsstarken Teams weltweit und unserer anerkannten ESG-Exzellenz 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 als Treiber wirtschaftlichen Wachstums und positiver Veränderung spielen wird.“

JCDecaux wendet seit dem 1. Januar 2014 den Rechnungslegungsstandard IFRS 11 an. Die im Folgenden veröffentlichten Kennzahlen sind entsprechend bereinigt, um 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".

Die Werte in den folgenden Tabellen sind auf Millionen Euro gerundet. Daher können die Summen der gerundeten Werte oder ausgewiesene Veränderungen geringfügig von den berichteten Werten abweichen.

Im ersten Quartal 2023 wuchs der bereinigte Umsatz um +5,6% auf 721,3 Millionen Euro gegenüber 683,0 Millionen Euro im ersten Quartal 2022.

Lässt man die negativen Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und die positiven Auswirkungen von Änderungen des Konsolidierungskreises außer Acht, dann stieg der bereinigte Umsatz um +5,0%.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln und Werbeflächen, stieg im ersten Quartal 2023 organisch um +4,2%.

## Umsatz nach Geschäftssegmenten:

Bereinigter Umsatz im ersten Quartal	2023 (Mio. Euro)	2022 (Mio. Euro)	Umsatzwachstum	Organisches Wachstum <sup>(a)</sup>
Stadtmöbliering	364,3	347,5	+4,8%	+4,1%
Transportmedien	254,0	234,9	+8,1%	+7,9%
Großflächenwerbung	103,0	100,6	+2,4%	+1,0%
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>721,3</b>	<b>683,0</b>	<b>+5,6%</b>	<b>+5,0%</b>

a. Ohne Berücksichtigung von Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekten

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

## STADTMÖBLIERUNG

Im ersten Quartal 2023 stieg der bereinigte Umsatz im Stadtmöbelsegment um +4,8% auf 364,3 Millionen Euro (+4,1% organisch). Wachstumstreiber waren die Region Übrige Welt, Frankreich und die Region Übriges Europa, während Großbritannien und Nordamerika gegenüber dem ersten Quartal 2022 einen Umsatzrückgang im einstelligen Bereich verzeichneten. In Frankreich, der Region Übriges Europa und der Region Übrige Welt lag das Umsatzniveau über dem des ersten Quartals 2019.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, stieg im ersten Quartal 2023 gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres organisch um +3,9%.

## **TRANSPORTMEDIEN**

Der bereinigte Umsatz im Unternehmensbereich Transportmedien wuchs im ersten Quartal 2023 um +8,1% auf 254,0 Millionen Euro (+7,9% organisch), worin sich eine Erholung sowohl der Fluggastzahlen als auch des öffentlichen Verkehrs widerspiegelte. Die meisten geografischen Regionen wiesen zweistellige Umsatzzuwächse aus, wobei die Region Übrige Welt bereits wieder über dem Niveau des ersten Quartals 2019 lag. Das Transportsegment litt jedoch weiterhin deutlich unter einem gegenüber der Vor-Corona-Zeit niedrigeren Mobilitätsniveau, insbesondere im internationalen Luftverkehr mit China.

## **GROSSFLÄCHENWERBUNG**

Im ersten Quartal 2023 stieg der bereinigte Umsatz im Segment Großflächenwerbung um +2,4% auf 103,0 Millionen Euro (+1,0 organisch). Im asiatisch-pazifischen Raum und Nordamerika lag das Umsatzniveau über dem des ersten Quartals 2019.

## **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.

Um jedoch weiterhin die Geschäftsrealität der Gruppe abzubilden, fließen in unsere operative Berichterstattung, die der Kontrolle der Geschäftsaktivitäten, der Ressourcenallokation und der Messung der Performance durch die Geschäftsführung dient, die operativen Kennzahlen der Unternehmen, die unter gemeinschaftlicher Führung stehen, 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" Zahlen, die mit vor 2014 veröffentlichten Kennzahlen verglichen werden können und die auf IFRS übergeleitet werden.

Im ersten Quartal 2023 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS 11 um -49,5 Millionen Euro vom bereinigten Konzernumsatz ab (-54,4 Millionen Euro im ersten Quartal 2022). Der Umsatz gemäß IFRS belief sich somit auf 671,8 Millionen Euro (628,5 Millionen Euro im ersten Quartal 2022).

## 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
<b>Bereinigter Umsatz 2022</b>	(a)	<b>683,0</b>
<b>Umsatz 2023 gemäß IFRS</b>	(b)	<b>671,8</b>
IFRS 11-Effekte	(c)	49,5
<b>Bereinigter Umsatz 2023</b>	(d) = (b) + (c)	<b>721,3</b>
Wechselkurseffekte	(e)	1,2
<b>Umrechnung bereinigter Umsatz 2023 auf Wechselkurse 2022</b>	(f) = (d) + (e)	<b>722,5</b>
Veränderungen im Konsolidierungskreis	(g)	-5,7
<b>Bereinigter organischer Umsatz 2023</b>	(h) = (f) + (g)	<b>716,8</b>
<b>Organisches Wachstum</b>	(i) = (h) / (a) - 1	<b>+5,0%</b>

Mio. Euro	Wechselkurseffekte Stichtag 31. März 2023
RMB	1,7
USD	-2,1
GBP	3,7
HKD	-1,1
Andere	-1,0
<b>Gesamt</b>	<b>1,2</b>

Durchschnittlicher Wechselkurs	Q1 2023	Q1 2022
RMB	0,1362	0,1404
USD	0,9320	0,8915
GBP	1,1324	1,1956
HKD	0,1189	0,1142

**Nächste Information:**

Jahreshauptversammlung am 16. Mai 2023  
Umsatzzahlen für das erste Halbjahr 2023: 27. Juli 2023 (vor Börsenbeginn)

**Kennzahlen JCDecaux:**

- Umsatz im Geschäftsjahr 2022: 3.317 Millionen Euro<sup>(a)</sup>
- Nummer eins der Out-of-Home-Medien weltweit
- Erreicht täglich mehr als 850 Millionen Menschen in über 80 Ländern
- 1.042.132 Werbeflächen weltweit
- Präsenz in 3.573 Städten mit über 10.000 Einwohnern
- 11.200 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 (3,6/5), im CDP (A-Leadership) sowie im MSCI (AA) gelistet und wurde von EcoVadis mit einer Platinmedaille ausgezeichnet
- Erstes Außenwerbeunternehmen in der RE 100
- Marktführer für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier sanfter Mobilität
- Weltweit die Nr. 1 im Bereich Stadtmöblierung (604.536 Werbeflächen)
- Weltweit die Nr. 1 im Bereich Transportmedien an 153 Flughäfen und mit 205 Verträgen in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung (333.620 Werbeflächen)
- Europaweit die Nr. 1 in der Großflächenwerbung (101.976 Werbeflächen).
- Nr. 1 der Außenwerbung in Europa (654.957 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (170.973 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Lateinamerika (129.305 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Afrika (24.198 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im Nahen Osten (19.371 Werbeflächen)

(a) Bereinigter Umsatz

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)