

JCDecaux verdoppelt die Anzahl der digitalen Stadtinformationsanlagen in London

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
Kuwait
Latvia
Lesotho
Lithuania
Luxembourg
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

Paris, 5. Februar 2025 - JCDecaux SE (Euronext Paris: DEC), die weltweite Nummer eins im Bereich Außenwerbung, hat angekündigt, den Bestand an digitalen Screens mit einer Fläche von 2m² in London zu verdoppeln. Im Zuge dieser Investition zur Weiterentwicklung der Außenwerbung wird die Anzahl der Displays des London Digital Network (LDN) um 1.000 auf insgesamt 2.000 erhöht und in den schnell wachsenden Stadtteilen installiert: Battersea, Canning Town, Elephant and Castle, King's Cross, Wandsworth und Wembley. Ungefähr 670 dieser innovativen Screens werden an den Bushaltestellen von TfL (Transport for London) in ganz London installiert. Die Standorte in der gesamten Hauptstadt werden gezielt ausgewählt, um Werbungtreibenden maximale Sichtbarkeit und Wirkung zu bieten.

Die neuen 86-Zoll-Displays sind um 30% größer als der Marktdurchschnitt, haben eine höhere Auflösung und verbrauchen 20% weniger Strom. Die ersten Bildschirme werden im April 2025 installiert; bis zum Ende des ersten Jahres sind zunächst 500 Displays geplant. Das Vereinigte Königreich ist aktuell der zweitgrößte und am stärksten digitalisierte Markt von JCDecaux weltweit, da mehr als 70% der Einnahmen aus der digitalen Außenwerbung stammen.

Neben einer neuen Messskala für Video Advertising Motion Measurement (VAMM) werden im Londoner Digital Network neue Kreativitäts- und Animationsfunktionen integriert. Dies ist die Folge einer sechsjährigen Studie mit TfL, die gezeigt hat, dass der Einsatz bewegter Bilder entlang der Verkehrsachsen sinnvoll ist. Durch die neue KI-gesteuerte VAMM-Plattform können die Marken den Grad der Bewegung in ihren Werbemitteln noch vor der Anzeige automatisch überprüfen, was ihnen ein neues Maß an Kreativität und Flexibilität bietet. JCDecaux hat bereits mit der Beantragung von Baugenehmigungen begonnen.

Emma Strain, Customer Director, TfL: „London ist das Schaufenster für Außenwerbung, und die TfL-Werbefläche ist eine einzigartige Plattform, mit der die Marken unsere Kunden unterwegs ansprechen und die Stadtteile dieser dynamischen und für alle offenen Stadt miteinander verbinden können. Das London Digital Network ist wichtig für Londons Wirtschaftswachstum - es ist für alle da: für die großen Marken, die wachsenden Marken und die neuen Unternehmer und Scale-ups, die das Wachstum ankurbeln. Es handelt sich hier um einen positiven Kreislauf, denn die Einnahmen der Außenwerbung fließen zurück in das Verkehrsnetz, sodass jeder von den Vorteilen profitieren können, die die Stadt zu bieten hat.“

Jean-François Decaux, Co-Chief Executive von JCDecaux SE: „2015 versprach JCDecaux, London zur digitalen Welthauptstadt zu machen. In nur 18 Monaten haben wir 1.000 daten- und automatisierungsgestützte Displays der nächsten Generation installiert, die die Branche neu definieren und den Marken in der Hauptstadt neue Möglichkeiten eröffnen. London ist das globale Schaufenster für digitale Out-of-Home Medien, und dank unserer starken Partnerschaft mit TfL kündigen wir eine neue langfristige Investition an, die das Londoner Digitalnetz in alle neuen Stadtteile bringt, die London zu einer der dynamischsten Städte der Welt machen. Wir werden die Anzahl der Displays auf 2.000 verdoppeln und damit unseren Marktanteil bei den Nutzern von digitalen Bildschirmen mit einer Fläche von 2m² in London von 60% auf 75% erhöhen. Dies ist ein Meilenstein für die Londoner Medienlandschaft, die Werbungtreibenden und Agenturen eine echte Alternative zum Fernsehen und zur Online-Kommunikation bietet. Das neue London Digital Network wird von der marktführenden programmatischen Technologie und dem Daten-Stack - VIOOH und Displayce - angetrieben und bietet Marken neue Möglichkeiten, zeitnahe, relevante Botschaften zu verbreiten und Omnichannel-Kampagnen Realität werden zu lassen.“

JCDecaux SE

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 European Company with an Executive Board and Supervisory Board

Registered capital of 3,249,630.93 euros - # RCS: 307 570 747 Nanterre - FR 44307570747

Kennzahlen JCDecaux:

- Umsatz im Geschäftsjahr 2023: €3.570,0 Millionen Euro^(a) – Umsatz im H1 2024: €1.807,6 Millionen Euro^(a)
- Nummer eins der Out-of-Home-Medien weltweit
- Erreicht täglich mehr als 850 Millionen Menschen in über 80 Ländern
- 1.056.833 Werbeflächen weltweit
- Präsenz in 3.918 Städten mit über 10.000 Einwohnern
- 11.650 Mitarbeiter
- JCDecaux ist in der Eurolist der Euronext Paris gelistet und wird im Index Euronext 100 und im Euronext Family Business geführt
- Der Fahrplan der JCDecaux Gruppe zur Reduktion der CO2-Emissionen wurde vom SBTi genehmigt und das Unternehmen wurde in den Euronext Paris CAC® SBT 1.5° Index aufgenommen.
- JCDecaux ist für seine nicht-finanzielle Performance im FTSE4Good Index (3,8/5) und in den Ratings von CDP (A-), MSCI (AAA) sowie Sustainalytics (13,7) gelistet und wurde von EcoVadis mit einer Goldmedaille ausgezeichnet
- Erstes Außenwerbeunternehmen in der RE100
- Marktführer für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier sanfter Mobilität
- Weltweit die Nr.1 im Bereich Stadtmöblierung (630.196 Werbeflächen)
- Weltweit die Nr.1 im Bereich Transportmedien an 153 Flughäfen und mit 258 Verträgen in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung (319.081 Werbeflächen)
- Europaweit die Nr.1 in der Großflächenwerbung (85.743 Werbeflächen).
- Nr. 1 der Außenwerbung in Europa (708.620 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischem Raum (165.292 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Lateinamerika (91.682 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Afrika (25.337 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im Nahen Osten (21.300 Werbeflächen)

(a) Bereinigter Umsatz

Mehr Informationen über JCDecaux finden Sie auf [jcdecaux.com](https://www.jcdecaux.com).
Besuchen Sie uns auf [Twitter](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) und [YouTube](#).

Pressekontakt:

c/o Wall GmbH
Frauke Bank

+49 (0) 30 33899381
frauке.bank@wall.de