

## Quartalsinformation 3. Quartal 2018

- **Bereinigter Umsatz im dritten Quartal steigt um 6,2% auf 867,7 Millionen Euro**
- **Bereinigter organischer Umsatz wächst im dritten Quartal um 7,3%**
- **Für das vierte Quartal 2018 bereinigtes organisches Umsatzwachstum von rund 4% erwartet**
- **Für das Gesamtjahr 2018 bereinigtes organisches Wachstum von etwa 4,5% erwartet**

**Berlin/Paris, 8. November 2018 – JCDecaux SA** (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, legt heute die Umsatzzahlen für die ersten neun Monate des Jahres (Stichtag 30. September 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 3.

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 dritte Quartal 2017 um 5,1 Millionen Euro und für die ersten neun Monate 2017 um 15,1 Millionen Euro.

Im dritten Quartal 2018 stieg der bereinigte Konzernumsatz um 6,2% auf 867,7 Millionen Euro gegenüber 817,1 Millionen Euro im dritten Quartal des Vorjahres.

Lässt man die negativen Auswirkungen von Wechselkurschwankungen und die positiven Auswirkungen von Änderungen des Konsolidierungskreises außer Acht, dann wuchs der bereinigte Umsatz organisch um 7,3%.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft – also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln und Außenwerbeflächen – stieg im dritten Quartal 2018 organisch um 8,0%.

Bereinigter Umsatz im dritten Quartal	2018 (Mio. Euro)	2017 (Mio. Euro)	Umsatzwachstum	Organisches Wachstum <sup>(a)</sup>
Stadtmöbliering	365,0	362,5	+0,7%	+2,3%
Transportmedien	384,9	335,3	+14,8%	+15,5%
Großflächenwerbung	117,8	119,3	-1,3%	-0,5%
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>867,7</b>	<b>817,1</b>	<b>+6,2%</b>	<b>+7,3%</b>

(a) Bereinigt um Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekte

Bereinigter Umsatz in den ersten neun Monaten	2018 (Mio. Euro)	2017 (Mio. Euro)	Umsatzwachstum	Organisches Wachstum <sup>(a)</sup>
Stadtmöbliering	1.107,7	1.114,1	-0,6%	+2,7%
Transportmedien	1.044,3	987,0	+5,8%	+9,9%
Großflächenwerbung	359,0	367,4	-2,3%	-0,8%
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>2.511,0</b>	<b>2.468,5</b>	<b>+1,7%</b>	<b>+5,1%</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 2018 stieg der bereinigte Umsatz im Unternehmensbereich Stadtmöblierung um 0,7% auf 365,0 Millionen Euro (+2,3% organisch). Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) verzeichnete ein leichtes Umsatzplus, wobei sich die Annullierung des Interimsvertrags über die Stadtinformationsanlagen in Paris bremsend auswirkte. Aus dem asiatisch-pazifischen Raum wurde ein kräftiges Wachstum mit zweistellig verbesserten Umsätzen vermeldet, das sich vor allem den neuen Verträgen in Australien verdankt. Nordamerika verzeichnete steigende Umsätze, während der Konzernbereich in den als "übrige Welt" zusammengefassten Märkten der Gruppe einen Umsatzrückgang hinnehmen musste.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, d. h. die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, wuchs gegenüber dem dritten Quartal 2017 organisch um 3,6%.

## **TRANSPORTMEDIEN**

Der bereinigte Umsatz im Transportsegment steigerte sich um 14,8% auf 384,9 Millionen Euro (+15,5% organisch). Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien), der asiatisch-pazifische Raum und Nordamerika verzeichneten kräftige zweistellige Zuwächse. Die "übrige Welt" vermeldete negatives Wachstum.

## **GROSSFLÄCHENWERBUNG**

Im Segment Großflächenwerbung verminderte sich der bereinigte Umsatz um 1,3% auf 117,8 Millionen Euro (-0,5% organisch). In Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) führte die laufende Verschlankung unseres analogen Großflächenportfolios in Großbritannien zu einem Umsatzrückgang. Mit digitalen Großflächen generierten wir in Großbritannien weiterhin kräftiges Wachstum und auch in Frankreich verzeichnete das Unternehmenssegment gute Ergebnisse. Aus der "übrigen Welt" und Nordamerika wurden Umsatzsteigerungen vermeldet.

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

*"Mit einer kräftigen organischen Wachstumsrate von 7,3% haben wir im dritten Quartal 2018 unser zweitbestes Quartalsresultat seit 2011 erzielt. In diesem Ergebnis spiegelt sich sowohl das starke Abschneiden unseres Transportsegments in China als auch die erfolgreiche Fortsetzung der Digitalisierung unseres Premium-OOH-Portfolios in allen Unternehmenssegmenten wieder. Das organische Wachstum vom 2,3% im Bereich Stadtmöblierung verdankt sich vor allem einer Steigerung der digitalen Umsätze um 37,5%, während das Umsatzergebnis im analogen Bereich weiterhin von der unerwarteten Annullierung des Interimsvertrags über die Stadtinformationsanlagen in Paris beeinträchtigt wurde. Die organische Wachstumsrate von 15,5% im Transportbereich resultiert aus einem zweistelligen Wachstum in China, das von guten Umsatzergebnissen in Europa und Nordamerika ergänzt wurde, sowie einer Steigerung der digitalen Umsätze um 48,6%. Für den leichten organischen Umsatzrückgang im Bereich Großflächenwerbung ist hauptsächlich die laufende Verschlankung unseres Portfolios traditioneller Großflächen in Großbritannien verantwortlich, während zugleich die mit digitalen Großflächen erwirtschafteten Umsätze gruppenweit um 29,6% stiegen und wir in Frankreich ein gutes Ergebnis erzielten.*

*Mit dem Abschluss der Übernahme von APN Outdoor am 31. Oktober 2018 ist für JCDecaux der Weg frei, seinen Anteil am australischen OOH-Markt auf fast 40% zu steigern. Australien ist der siebtgrößte Medienmarkt der Welt mit einem starken Anteil an Digital-Out-of-Home (ca. 50% der Umsätze in der Außenwerbung).*

*Für das vierte Quartal 2018 rechnen wir angesichts anspruchsvoller Vergleichszahlen aus dem Vorjahr und eines aktuell verhaltenen Geschäfts in der U-Bahn-Werbung in China mit einem organischen Wachstum von rund 4%, was für das Gesamtjahr eine organische Wachstumsrate von etwa 4,5% bedeuten würde.*

*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 dritten Quartal 2018 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS 11 um -108,0 Millionen Euro vom bereinigten Konzernumsatz ab (-99,9 Millionen Euro im dritten Quartal 2017). Der Umsatz gemäß IFRS belief sich somit auf 759,7 Millionen Euro (gegenüber 717,2 Millionen Euro im dritten Quartal 2017).

In den ersten neun Monaten des Jahres 2018 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS um -303,5 Millionen Euro vom bereinigten Umsatz ab (-300,5 Millionen Euro in den ersten neun Monaten 2017). Der Umsatz gemäß IFRS belief sich somit auf 2.207,5 Millionen Euro (gegenüber 2.168,0 Millionen Euro in den ersten neun Monaten 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 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 2017</b>	(a)	<b>762,6</b>	<b>888,8</b>	<b>817,1</b>	<b>2.468,5</b>
<b>Umsatz 2018 gemäß IFRS</b>	(b)	<b>658,0</b>	<b>789,8</b>	<b>759,7</b>	<b>2.207,5</b>
IFRS 11-Effekte	(c)	84,5	111,0	108,0	303,5
<b>Bereinigter Umsatz 2018</b>	(d) = (b) + (c)	<b>742,5</b>	<b>900,8</b>	<b>867,7</b>	<b>2.511,0</b>
Wechselkurseffekte	(e)	42,1	32,2	10,6	84,9
<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>2.595,9</b>
Veränderungen im Konsolidierungskreis	(g)	(0,3)	(0,5)	(1,5)	(2,3)
<b>Bereinigter organischer Umsatz 2018</b>	(h) = (f) + (g)	<b>784,3</b>	<b>932,5</b>	<b>876,8</b>	<b>2.593,6</b>
<b>Organisches Wachstum</b>	(i) = (h) / (a)	<b>+2,8%</b>	<b>+4,9%</b>	<b>+7,3%</b>	<b>+5,1%</b>

Mio. Euro	Wechselkurseffekte Stichtag 30. September 2018
USD	14,2
HKD	11,8
BRL	11,3
RMB	9,0
GBP	3,3
Andere	35,3
<b>Total</b>	<b>84,9</b>

Durchschnittlicher Wechselkurs	9 Monate 2018	9 Monate 2017
USD	0,8374	0,8976
HKD	0,1068	0,1152
BRL	0,2327	0,2829
RMB	0,1286	0,1320
GBP	1,1312	1,1452

## Nächste Information:

Umsatzzahlen für das vierte Quartal 2018: 31. Januar 2019 (nach Börsenschluss)

### Kennzahlen der JCDecaux-Gruppe:

- Umsatz im Geschäftsjahr 2017: 3.493 Millionen Euro\*, Umsatz im ersten Halbjahr 2018: 1.643 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 und im Dow Jones Sustainability Europe Index gelistet
- 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

\* nach rückwirkender Berücksichtigung des ab dem 1. Januar 2018 verpflichtend anzuwendenden IFRS 15

### 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)