

Jahreszahlen 2018

Out of Home Media

Algeria
Angola
Argentina
Australia
Austria
Azerbaijan
Bahrain
Belgium
Botswana
Brazil
Bulgaria
Cameroon
Canada
Chile
China
Colombia
Costa Rica
Croatia
Czech Republic
Denmark
Ecuador
El Salvador
Estonia
Finland
France
Gabon
Germany
Guatemala
Hungary
Honduras
Iceland
India
Ireland
Israel
Italy
Ivory Coast
Japan
Kazakhstan
Korea
Latvia
Lesotho
Lithuania
Luxembourg
Madagascar
Malawi
Mauritius
Mexico
Mongolia
Mozambique
Myanmar
Namibia
Nicaragua
Norway
Oman
Panama
Peru
Poland
Portugal
Qatar
Russia
Saudi Arabia
Singapore
Slovakia
Slovenia
South Africa
Spain
Swaziland
Sweden
Switzerland
Tanzania
Thailand
The Dominican Republic
The Netherlands
Uganda
Ukraine
United Arab Emirates
United Kingdom
United States
Uruguay
Uzbekistan
Zambia
Zimbabwe

- **Bereinigter Umsatz steigt um 3,6% auf 3.618,5 Millionen Euro, bereinigter organischer Umsatz wächst um 5,2%**
- **Bereinigtes operatives Ergebnis verbessert sich um 0,2% auf 655,1 Millionen Euro**
- **Bereinigtes EBIT vor Wertminderungen bei 339,8 Millionen Euro, minus 5,1%**
- **Nettogewinn auf Konzernebene vor Wertminderungen steigt um 6,6% auf 217,7 Millionen Euro**
- **Nettogewinn auf Konzernebene wächst um 13,5% auf 219,9 Millionen Euro**
- **Bereinigter frei verfügbarer Cash-Flow von 150,4 Millionen Euro, plus 5,2%**
- **Gegenüber 2017 um 3,6% erhöhte Dividende von 0,58 Euro pro Aktie für 2018 vorgeschlagen**
- **Organisches Wachstum von über 5% für das erste Quartal 2019 erwartet**

Berlin/Paris, 7. März 2019 – JCDecaux SA (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, hat heute die geprüften und bestätigten Jahreszahlen für das abgelaufene Geschäftsjahr 2018 (Stichtag 31. Dezember) vorgelegt.

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 5.

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 Gesamtjahr 2017 um 20,7 Millionen Euro. Das operative Ergebnis ist nicht betroffen.

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

"2018 war für JCDecaux mit einem Umsatz von 3.618,5 Millionen Euro erneut ein Rekordjahr. Dieses Ergebnis verdankt sich einer Steigerung der mit unseren Premium-DOOH-Flächen erwirtschafteten Umsätze um 28,4% und einer organischen Wachstumsrate von 16,4% im asiatisch-pazifischen Raum. Unser Kundenportfolio ist weiterhin sehr gut diversifiziert, mit wachsenden Anteilen sowohl im Körperpflege- und Luxusgüterbereich als auch im Bereich Internet- und E-Commerce. Die Top 10 unserer Kunden sind mittlerweile für 11,5% des Umsatzes der Gruppe verantwortlich.

In der unseren Erwartungen entsprechenden Abschwächung der operativen Konzernmarge um 60 Basispunkte spiegelt sich die Geschäftsentwicklung in Frankreich, unsere Initiativen im programmatischen (VIOOH) und Datenbereich und das Anlaufen neuer Verträge wider. Der Rückgang der operativen Marge im Segment Stadtmöblierung um 220 Basispunkte ist hauptsächlich auf die Annullierung des Interimsvertrags über die Stadtinformationsanlagen in Paris und die Nichtverlängerung des Vélib'-Vertrags in Frankreich zurückzuführen. Im Transportbereich verbesserte sich die operative Marge um 110 Basispunkte, ein Resultat des zweistelligen Umsatz-

JCDecaux SA

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 public limited corporation with an Executive Board and Supervisory Board

Registered capital of 3,242,237.80 euros - # RCS: 307 570 747 Nanterre - FR 44307570747

wachstums im asiatisch-pazifischen Raum und der starken Umsatzentwicklung in Europa. Im Großflächensegment stieg die operative Marge um 80 Basispunkte, worin sich der Beitrag von APN Outdoor seit dem 31. Oktober 2018 niederschlug. Wir verzeichnen weiterhin einen soliden frei verfügbaren Cash-Flow, während sich durch die Finanzierung der Übernahme von APN Outdoor unsere Nettoverschuldung entsprechend erhöhte.

2018 ist es uns darüber hinaus gelungen, eine Reihe strategisch bedeutsamer Verträge zu gewinnen und zu verlängern, so in Singapur, Berlin und in Rangun in Myanmar. Im Transportbereich gelang uns die Verlängerung und Erweiterung wichtiger Verträge, darunter mit der Hongkonger MTR, Network Rail in Großbritannien und dem Flughafen Dubai. In China stärkten wir unsere Position mit der Verlängerung des Vertrags mit dem Flughafen Peking und dessen Erweiterung auf den neuen Flughafen Peking-Daxing.

Im Zuge der fortgesetzten weltweiten Konsolidierung der Out-of-Home-Branche haben wir am 31. Oktober 2018 die Übernahme von APN Outdoor abgeschlossen, einem der zehn weltweit führenden OOH-Unternehmen, das in Australien – dem siebtgrößten Medienmarkt der Welt – und Neuseeland aktiv ist. Aufgrund der geringen Durchdringung mit OOH haben beide Märkte ein gutes Wachstumspotential.

Angesichts unserer finanziellen Flexibilität werden wir bei der kommenden Jahreshauptversammlung am 16. Mai 2019 unseren Aktionären vorschlagen, eine gegenüber 2017 um 3,6% erhöhte Dividende von 0,58 Euro pro Aktie auszuzahlen.

Für das erste Quartal 2019 erwarten wir angesichts starker Wachstumsimpulse aus China und Nordamerika eine Steigerung des bereinigten organischen Umsatzes um über 5%.

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 stark 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."

BEREINIGTE UMSÄTZE

Der bereinigte Konzernumsatz stieg im Geschäftsjahr 2018 um 3,6% auf 3.618,5 Millionen Euro. Dies entspricht den Zahlen, die das Unternehmen am 31. Januar 2019 vorgelegt hat. Der bereinigte organische Umsatz wuchs um 5,2%. Dieses starke Ergebnis resultiert sowohl aus unserem Engagement in schnellwachsenden Märkten, in denen wir 37% des Konzernumsatzes erwirtschaften, als auch aus der immer wichtigeren Rolle unserer Premium-DOOH-Flächen. Im digitalen Bereich ist unser Umsatz um 28,4% gewachsen und macht mittlerweile 20,4% des Konzernumsatzes aus, wobei fünf Länder (Großbritannien, die USA, China, Australien und Deutschland) 68% unserer weltweiten DOOH-Umsätze generieren.

Das organische Wachstum von 2,7% im Konzernbereich Stadtmöblierung verdankt sich vor allem einem sehr kräftigen digitalen Umsatzplus von 30,4%, wobei der digitale Bereich 18,1% des Gesamtumsatzes in diesem Segment ausmacht. Die Umsatzentwicklung im analogen Bereich wurde weiterhin von der unerwarteten Annullierung des Interimsvertrags über die Stadtinformationsanlagen in Paris beeinträchtigt.

Das Transportsegment profitierte mit einer organischen Wachstumsrate von 10,2% sowohl vom deutlichen zweistelligen Wachstum in China, trotz eines verhaltenen Geschäfts in der U-Bahn-Werbung im vierten Quartal, auf das wir in unserem Quartalsausblick hingewiesen hatten, als auch von einem kräftigen Anstieg der digitalen Umsätze um 26,1%, wobei der Digitalbereich einen Anteil von 25,8% am Gesamtumsatz des Segments hat. Unser Transportsegment, das 70% seiner Umsätze außerhalb Europas erwirtschaftet, ist jetzt beinahe so groß wie der Unternehmensbereich Stadtmöblierung.

Der leichte organische Umsatzrückgang von 0,9% in der Großflächenwerbung war hauptsächlich auf die Umsetzung unseres mehrjährigen Plans zur Verringerung der traditionellen Großflächen in Großbritannien zurückzuführen. Ihm stand ein kräftiges Wachstum von 34,6% im Bereich der digitalen Großflächen – mit denen 11,6% des Gesamtumsatzes in diesem Segment erwirtschaftet werden – sowie ein gutes Ergebnis in Frankreich gegenüber.

BEREINIGTES OPERATIVES ERGEBNIS ⁽¹⁾

Das bereinigte operative Ergebnis verbesserte sich im Gesamtjahr 2018 um 0,2% auf 655,1 Millionen Euro gegenüber 653,5 Millionen Euro im Vorjahr. Bezogen auf den Umsatz lag die bereinigte operative Marge bei 18,1% und damit 60 Basispunkte unter dem Vorjahreswert. Ursächlich für diese Verminderung waren die Geschäftsentwicklung in Frankreich, unsere Initiativen in den Bereichen Programmatic (VIOOH) und Daten sowie das Anlaufen neuer Verträge.

	2018		2017		Veränderungen	
	Mio. €	% vom Umsatz	Mio. €	% vom Umsatz	Wert (%)	Marge (Bp)
Stadtmöblierung	385,0	24,3%	420,2	26,5%	-8,4%	-220Bp
Transportmedien	209,7	13,8%	177,7	12,7%	+18,0%	+110Bp
Großflächenwerbung	60,4	11,8%	55,6	11,0%	+8,6%	+80Bp
Gesamt	655,1	18,1%	653,5	18,7%	+0,2%	-60Bp

Stadtmöblierung: Im Unternehmensbereich Stadtmöblierung verminderte sich das bereinigte operative Ergebnis 2018 um 8,4% auf 385,0 Millionen Euro. Bezogen auf den Umsatz ging die bereinigte operative Marge gegenüber dem Vorjahr um 220 Basispunkte auf 24,3% zurück. Verantwortlich waren die Annullierung des Interimsvertrags über die Stadtinformationsanlagen in Paris und die Nichtverlängerung des Vélib'-Vertrages in Frankreich sowie das Anlaufen neuer Verträge vor allem in Australien. Dem stand ein kräftiges weltweites Wachstum der digitalen Umsätze gegenüber.

Transportmedien: Im Transportsegment verbesserte sich das bereinigte operative Ergebnis 2018 um 18% auf 209,7 Millionen Euro. Bezogen auf den Umsatz stieg die bereinigte operative Marge gegenüber dem Vorjahr um 110 Basispunkte auf 13,8%. Die Steigerung verdankte sich vor allem einem zweistelligen Wachstum der digitalen Umsätze im asiatisch-pazifischen Raum und einem starken Umsatzergebnis in Europa, wodurch das Anlaufen mehrerer neuer Verträge, unter anderem am Flughafen Kanton (Terminal 2) und am Flughafen und in der Metro von São Paulo aufgefangen wurde.

Großflächenwerbung: Im Konzernbereich Großflächenwerbung stieg das bereinigte operative Ergebnis 2018 um 8,6% auf 60,4 Millionen Euro. Bezogen auf den Umsatz verbesserte sich die

operative Marge gegenüber dem Vorjahr um 80 Basispunkte auf 11,8%, wobei sich der Beitrag von APN Outdoor seit dem 31. Oktober 2018 positiv auswirkte.

BEREINIGTES EBIT ⁽²⁾

Ohne Berücksichtigung von Wertminderungen verringerte sich das bereinigte Ergebnis vor Zinsen und Steuern im Geschäftsjahr 2018 um 5,1% auf 339,8 Millionen Euro gegenüber 358,1 Millionen Euro im Jahr 2017. Bezogen auf den Umsatz ging die Konzernmarge damit um 90 Basispunkte auf 9,4% zurück. 2017 hatte sie bei 10,3% gelegen. Für Ersatzteile wurden im Geschäftsjahr 2018 gegenüber dem Vorjahr geringere Aufwendungen verbucht, wofür vor allem die Annullierung des Interimsvertrags über die Stadtinformationsanlagen in Paris und die Nichtverlängerung des Vélib'-Vertrags verantwortlich waren. Die Kosten für Abschreibungen und Rückstellungen erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr, da im Zuge der Digitalisierung unseres Inventars und der zahlreichen neuen Verträge in den letzten Jahren größere Abschreibungen getätigt wurden und zugleich 2018 nur noch in geringerer Höhe Drohverlustrückstellungen für die Übernahme von CEMUSA und OUTFRONT Lateinamerika aufgelöst wurden.

2018 wurde ein Wertminderungsaufwand von 1,4 Millionen Euro für Goodwill verbucht. Wertaufholungen in Höhe von netto 9,0 Millionen Euro, die sich aus einer Werthaltigkeitsprüfung von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten ergaben, setzten sich aus Wertaufholungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte in Höhe von netto 8,4 Millionen Euro und der Auflösung von Drohverlustrückstellungen in Höhe von netto 0,6 Millionen Euro zusammen.

Das bereinigte EBIT nach Wertminderungsaufwendungen verbesserte sich um 0,5% auf 347,4 Millionen Euro gegenüber 345,8 Millionen Euro 2017.

FINANZERGEBNIS ⁽³⁾

Das Finanzergebnis für das Geschäftsjahr 2018 lag bei -25,1 Millionen Euro gegenüber -33,1 Millionen Euro im Vorjahr, wobei sich die Rückzahlung der 2013 begebenen Anleihe über 500 Millionen Euro am 8. Februar 2018 und eine optimierte Finanzierung der Übernahme von APN Outdoor am 31. Oktober 2018 positiv auswirkten.

EQUITY-BEITEILIGUNGEN

Der Nettogewinn aus Unternehmensbeteiligungen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden, belief sich 2018 auf 98,1 Millionen Euro und lag damit niedriger als 2017 (100,3 Millionen Euro).

NETTOGEWINN AUF KONZERNEBENE

Der Nettogewinn auf Konzernebene ohne Berücksichtigung von Wertminderungen stieg im Geschäftsjahr 2018 um 6,6% auf 217,7 Millionen Euro gegenüber 204,3 Millionen Euro im Vorjahr. Ursächlich waren die positiven einkommensteuerlichen Auswirkungen eines seit dem vorangegangenen Jahr geänderten Bundessteuersatzes in den USA sowie die bereits genannte Verminderung der Finanzausgaben.

Unter Einbeziehung der Wertminderungsaufwendungen stieg der Nettogewinn auf Konzernebene um 13,5% auf 219,9 Millionen Euro gegenüber 193,7 Millionen Euro im Jahr 2017.

BEREINIGTE INVESTITIONEN

Die bereinigten Nettoinvestitionen (Erwerb von Sachwerten und immateriellen Gütern abzüglich Veräußerungen) beliefen sich 2018 auf 286,4 Millionen Euro gegenüber 289,7 Millionen Euro im Vorjahr. Aufgrund des starken digitalen Wachstums und der zahlreichen neuen Verträge, welche die Gruppe in den letzten beiden Jahren vor allem in Frankreich, Australien und Lateinamerika gewonnen hat, entfiel dabei ein hoher Anteil auf Wachstumsinvestitionen.

BEREINIGTER FREI VERFÜGBARER CASH-FLOW ⁽⁴⁾

Der bereinigte frei verfügbare Cash-Flow lag 2018 bei 150,4 Millionen Euro gegenüber 142,9 Millionen Euro im Vorjahr. Die Schwankung des Cash-Flows resultiert hauptsächlich aus einer ungünstigen Veränderung des Bedarfs an Working Capital gegenüber 2017, die auf das starke Umsatzwachstum im vierten Quartal 2018 und die Vergrößerung unseres Inventars im Zuge der laufenden Implementierung neuer Verträge zurückzuführen ist. Neutralisiert wurde dies durch eine höhere Liquidität aus dem operativen Geschäft, das insbesondere von Steuererstattungen und dem Wegfall von Steuervorauszahlungen in Frankreich im Zuge der Aufhebung der 3%igen Dividendensteuer, die von 2013 bis 2017 bezahlt wurde, profitierte.

NETTOVERSCHULDUNG ⁽⁵⁾

Durch die Finanzierung der Übernahme von APN Outdoor stieg die Nettoverschuldung zum 31. Dezember 2018 auf 1.200,0 Millionen Euro gegenüber 384,4 Millionen Euro am 31. Dezember 2017.

In diesem Rahmen hat JCDecaux eine zweijährige variabel verzinsliche Anleihe (3-Monats-Euribor + 0,27%) über 300 Millionen Euro begeben und ein NEU CP-Programm (Negotiable European Commercial Paper, ehemals *Billets de Trésorerie*) sowie ein NEU MTN-Programm (Negotiable European Medium Term Notes) aufgelegt, in deren Rahmen Geldmarktpapiere im Wert von maximal je 500 Millionen Euro ausgegeben werden, die durch unsere nicht in Anspruch genommene verbindliche revolvingende Kreditlinie von 825 Millionen Euro, die 2022 fällig wird, abgesichert sind. Diese Finanzstruktur ermöglicht es, unsere Liquiditätsquellen zu diversifizieren, im Rahmen unserer Cash-Flow-Entwicklung ein zusätzliches kurzfristiges Finanzinstrument zu wettbewerbsfähigen Bedingungen zu nutzen und unsere Liquidität zu sichern.

DIVIDENDE

Auf der nächsten Jahreshauptversammlung am 16. Mai 2019 wird der Aufsichtsrat den Aktionären vorschlagen, für das Geschäftsjahr 2018 eine Dividende von 0,58 Euro pro Aktie auszuzahlen, was einer Dividendenerhöhung von 3,6% gegenüber dem Vorjahr entspricht.

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 auf IFRS übergeleitet werden.

Im Geschäftsjahr 2018 beliefen sich die Auswirkungen von IFRS 11 auf die bereinigten Positionen auf:

- -437,1 Millionen Euro auf den bereinigten Konzernumsatz (-432,1 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017). Der Konzernumsatz gemäß IFRS betrug somit 3.181,4 Millionen Euro (3.060,5 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017).
- -131,0 Millionen Euro auf das bereinigte operative Ergebnis (128,7 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017). Das operative Ergebnis gemäß IFRS belief sich somit auf 524,1 Millionen Euro (524,8 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017).
- -109,0 Millionen Euro auf das bereinigte EBIT vor Wertminderungen (-110,2 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017). Das EBIT vor Wertminderungen belief sich gemäß IFRS somit auf 230,8 Millionen Euro (247,9 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017).
- -109,0 Millionen Euro auf das bereinigte EBIT nach Wertminderungen (-110,2 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017). Das EBIT nach Wertminderungen belief sich gemäß IFRS somit auf 238,4 Millionen Euro (235,6 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017).
- -14,3 Millionen Euro auf die bereinigten Nettoinvestitionen (-14,9 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017). Die bereinigten Nettoinvestitionen gemäß IFRS betragen somit 272,1 Millionen Euro (274,8 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017).
- -21,8 Millionen Euro auf den bereinigten frei verfügbaren Cash-Flow (+16,5 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017). Der frei verfügbare Cash-Flow gemäß IFRS belief sich somit auf 128,6 Millionen Euro (159,4 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017).

Eine vollständige Überleitung der bereinigten Kennzahlen auf IFRS findet sich auf Seite 8 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 (-1,8 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2018 gegenüber -2,1 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017).
- (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 der unbaren Auswirkungen von IFRS 9 (finanzielle Verbindlichkeiten aus Kaufoptionen für Anteile ohne beherrschenden Einfluss) und einschließlich der unbaren Auswirkungen von IAS 39 auf Kreditderivate und Finanzderivate zu Sicherungszwecken.

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	Q3	Q4	Gesamt-jahr
Bereinigter Umsatz 2017	(a)	762,6	888,8	817,1	1.024,1	3.492,6
Umsatz gemäß IFRS 2018	(b)	658,0	789,8	759,7	973,9	3.181,4
IFRS 11-Effekte	(c)	84,5	111,0	108,0	133,6	437,1
Bereinigter Umsatz 2018	(d) = (b) + (c)	742,5	900,8	867,7	1.107,5	3.618,5
Wechselkurseffekte	(e)	42,1	32,2	10,6	8,6	93,5
Umrechnung bereinigter Umsatz 2018 auf Wechselkurse 2017	(f) = (d) + (e)	784,6	933,0	878,3	1.116,1	3.712,0
Veränderungen im Konsolidierungskreis	(g)	(0,3)	(0,5)	(1,5)	(37,1)	(39,4)
Bereinigter organischer Umsatz 2018	(h) = (f) + (g)	784,3	932,5	876,8	1.079,0	3.672,6
Organisches Wachstum	(i) = (h) / (a)	+2,8%	+4,9%	+7,3%	+5,4%	+5,2%

Mio. €	Wechselkurseffekte 2018
BRL	15,0
USD	13,0
RMB	11,3
HKD	11,1
GBP	3,4
Andere	39,7
Gesamt	93,5

Durchschnittlicher Wechselkurs	2018	2017
BRL	0,2321	0,2774
USD	0,8468	0,8852
RMB	0,1281	0,1311
HKD	0,1080	0,1136
GBP	1,1303	1,1407

Nächste Information:

Umsatzzahlen für das 1. Quartal 2019: 14. Mai 2019 (nach Börsenschluss)
Jahreshauptversammlung am 16. Mai 2019

Kennzahlen der JCDecaux-Gruppe:

- Umsatz im Geschäftsjahr 2018: 3.619 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 gelistet
- Weltweit die Nr.1 im Bereich Stadtmöblierung (526.350 Werbeflächen)
- Weltweit die Nr.1 im Bereich Transportmedien an über 210 Flughäfen und mit 275 Verträgen in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung (365.950 Werbeflächen)
- Europaweit die Nr.1 in der Großflächenwerbung (137.020 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Europa (646.270 Werbeflächen)
- Nr.1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (239.300 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Lateinamerika (72.620 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Afrika (24.170 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im Nahen Osten (16.650 Werbeflächen)
- Marktführer für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier sanfter Mobilität
- 1.058.830 Werbeflächen in mehr als 80 Ländern
- Präsenz in 4.031 Städten mit über 10.000 Einwohnern
- 13.030 Mitarbeiter

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	2018			2017		
	Mio. €	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung	IFRS	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung
Umsatzerlöse	3.618,5	(437,1)	3.181,4	3.492,6	(432,1)	3.060,5
Betriebskosten	(2.963,4)	306,1	(2.657,3)	(2.839,1)	303,4	(2.535,6)
Operatives Ergebnis	655,1	(131,0)	524,1	653,5	(128,7)	524,8
Ersatzteile	(37,7)	1,1	(36,6)	(46,6)	1,3	(45,3)
Abschreibungen und Rückstellungen (netto)	(272,4)	19,6	(252,8)	(239,7)	17,0	(222,7)
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	(5,2)	1,3	(3,9)	(9,1)	0,2	(8,9)
EBIT vor Wertminderungsaufwand	339,8	(109,0)	230,8	358,1	(110,2)	247,9
Wertminderungsaufwand ⁽¹⁾	7,6	-	7,6	(12,3)	-	(12,3)
EBIT nach Wertminderungsaufwand	347,4	(109,0)	238,4	345,8	(110,2)	235,6

⁽¹⁾ Einschließlich Netto-Wertminderungsaufwendungen von Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung.

Cash-Flow-Rechnung	2018			2017		
	Mio. €	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung	IFRS	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung
Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit ohne Wartungskosten	512,1	(27,0)	485,1	436,9	(25,4)	411,5
Veränderungen im Bedarf an Working Capital	(75,3)	(9,1)	(84,4)	(4,3)	27,0	22,7
Netto Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	436,8	(36,1)	400,7	432,6	1,6	434,2
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	(286,4)	14,3	(272,1)	(289,7)	14,9	(274,8)
Frei verfügbarer Cash-Flow	150,4	(21,8)	128,6	142,9	16,5	159,4