

Quartalsinformation 1. Quartal 2017

- **Bereinigter Umsatz im ersten Quartal steigt um 1,2% auf 757,6 Millionen Euro**
- **Bereinigter organischer Umsatz im ersten Quartal minus 1,0%**
- **Für das zweite Quartal leichtes Wachstum des bereinigten organischen Umsatzes erwartet**

Berlin/Paris, 5. Mai 2017 – JCDecaux SA (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, legt heute die Umsatzzahlen für das erste Quartal 2017 (Stichtag 31. März 2017) 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. So können sie mit Daten vor 2014 verglichen werden. Informationen zu den bereinigten Kennzahlen und Angaben zur Überleitung auf IFRS finden sich im Abschnitt "Bereinigte Kennzahlen" auf den Seiten 2 und 3.

Im ersten Quartal 2017 stieg der bereinigte Konzernumsatz (Non-IFRS) um 1,2% auf 757,6 Millionen Euro gegenüber 748,5 Millionen Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Lässt man die positiven Auswirkungen von Wechselkurseffekten und Änderungen des Konsolidierungskreises außer Acht, dann verminderte sich der bereinigte Umsatz um 1,0%.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft – also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln – ging im ersten Quartal 2017 organisch um 0,3% zurück.

Bereinigter Umsatz im ersten Quartal	2017 (Mio. Euro)	2016 (Mio. Euro)	Umsatz- wachstum	Organisches Wachstum ^(a)
Stadtmöbliering	343,1	333,4	+2,9%	+1,9%
Transportmedien	302,1	312,0	-3,2%	-3,3%
Großflächenwerbung	112,4	103,1	+9,0%	-3,3%
Gruppe gesamt	757,6	748,5	+1,2%	-1,0%

a. Bereinigt um Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekte

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

STADTMÖBLIERUNG

Im ersten Quartal 2017 wuchs der bereinigte Umsatz im Unternehmensbereich Stadtmöbliering um 2,9% auf 343,1 Millionen Euro (+1,9% organisch). Treibende Kraft dieser Umsatzsteigerung war vor allem ein sehr kräftiges Wachstum im digitalen Bereich. In Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) verzeichnete der Konzernbereich Zuwächse, während die Umsätze im asiatisch-pazifischen Raum und in Nordamerika zurückgingen.

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 3,240 205.36 euros - # RCS: 307 570 747 Nanterre - FR 44307570747

Das solide Wachstum in den als "übrige Welt" zusammengefassten Märkten der Gruppe verdankte sich vor allem der guten Geschäftsentwicklung in Lateinamerika.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, d.h. die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, wuchs gegenüber dem ersten Quartal 2016 organisch um 2,2%.

In Großbritannien schreitet der Roll-Out des weltgrößten digitalen Stadtmöbelnetzes zügig voran. Von 650 digitalen Displays an den Fahrgastunterständen von Transport for London sind bereits 550 in Betrieb. Zusätzlich stehen 86 digitale Flächen in begehrten Londoner Bezirken wie Kensington & Chelsea und Kingston-upon-Thames zur Verfügung. Mit dieser einzigartigen digitalen Plattform hat JCDecaux gute Voraussetzungen, auch weiterhin das Wachstum des Out-of-Home-Sektors im Vereinigten Königreich zu übertreffen.

In New York City hat sich unser digitales Premium-Stadtmöbelnetz als erste Wahl für Werbungtreibende und Agenturen etabliert. Mit seinen 84-Zoll-LCD-Displays an Fahrgastunterständen und 5,3qm-LED-Displays an Zeitungskiosken erweist es sich gegenüber den 55-Zoll-Displays unserer Mitbewerber als überlegen und bedeutet einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil bei "digital-only" Kampagnen im Out-of-Home Bereich.

TRANSPORTMEDIEN

Der bereinigte Umsatz im Transportsegment verminderte sich im ersten Quartal 2017 um 3,2% auf 302,1 Millionen Euro (-3,3% organisch). Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) verzeichnete ein Umsatzplus. Im asiatisch-pazifischen Raum und der "übrigen Welt" musste der Konzernbereich hingegen deutliche Umsatzrückgänge hinnehmen. Aus Nordamerika wurde ein Wachstum im zweistelligen Bereich vermeldet.

GROSSFLÄCHENWERBUNG

Im Segment Großflächenwerbung wuchs der bereinigte Umsatz im ersten Quartal 2017 um 9,0% auf 112,4 Millionen Euro (-3,3% organisch). In Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) und der "übrigen Welt" gingen die Umsätze zurück. Demgegenüber sorgte unser digitales Großflächennetz in Chicago für einen kräftigen Wachstumsimpuls.

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

"Mit einem Konzernumsatz von 757,6 Millionen Euro, einem Umsatzwachstum von 1,2% und einem organischen Wachstum von -1,0% vor dem Hintergrund anspruchsvoller Vergleichszahlen aus dem ersten Quartal des Vorjahres entspricht das Quartalsergebnis unserer Prognose von Anfang März. Das gute Abschneiden unseres Stadtmöbelsegments verdankt sich vor allem einem sehr kräftigen Wachstum der Umsätze im digitalen Bereich, das die fortschreitende Digitalisierung unserer weltweiten Premium-Standorte wie London und New York City reflektiert. Im Transportbereich wirkte sich ein zweistelliger Umsatzrückgang in Großchina und den als "übrige Welt" zusammengefassten Märkten der Gruppe negativ auf das Ergebnis aus. Die Geschäftsentwicklung in der Großflächenwerbung bleibt sowohl in Europa wie in der übrigen Welt weiterhin herausfordernd.

Mit Blick auf das zweite Quartal 2017 erwarten wir unter dem Vorbehalt geringer Prognosesicherheit und einer hohen Volatilität der Märkte momentan eine leichte Steigerung unseres organischen Umsatzes, trotz der augenblickliche Zurückhaltung der französischen Werbungtreibenden im Umfeld der Präsidentschafts- und Parlamentswahlen und der Tatsache, dass eine echte Erholung der Umsatzentwicklung in Großchina bisher auf sich warten lässt.

In einer zunehmend fragmentierten Medienlandschaft gewinnt der Out-of-Home-Sektor weiter an Attraktivität. Wir sind dabei gut aufgestellt, um das Wachstum des Werbemarktes zu übertreffen und unsere Führungsposition in der Außenwerbebranche weiter auszubauen, indem wir gewinnträchtige Marktanteile erobern. Das hat mehrere Gründe: Wir engagieren uns intensiv in schnellwachsenden Märkten, bauen unsere Präsenz in den einflussreichsten Städten der Welt¹ immer weiter aus, erweitern unser digitales Portfolio – 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 weiterhin sich bietende externe Wachstumschancen zu nutzen."

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 eine Vergleichbarkeit mit Kennzahlen vor 2014 gewährleisten und die auf IFRS übergeleitet werden.

Im ersten Quartal 2017 wuchs der Konzernumsatz gemäß IFRS 11 um -87,4 Millionen Euro vom bereinigten Konzernumsatz ab (-93,0 Millionen Euro im ersten Quartal 2016). Der Umsatz gemäß IFRS betrug im ersten Quartal 2017 somit 670,2 Millionen Euro (655,5 Millionen Euro im ersten Quartal 2016).

ORGANISCHES WACHSTUM

Das organische Wachstum entspricht dem bereinigten (Non-IFRS) Umsatzwachstum ohne 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.

¹ Gemäß Forbes-Ranking 2014.

Um den globalen Einfluss von Städten zu messen, werden in diesem Ranking acht Faktoren berücksichtigt: Höhe der direkten Fremdinvestitionen; Anzahl von Konzernsitzen; Anzahl spezifischer Geschäftsfelder, auf denen die Stadt führend ist; Flugverbindungen mit anderen globalen Metropolen; Stärke der unternehmensbezogenen Dienstleistungen; Stärke des Finanzdienstleistungssektors; Bedeutung als Technologie- und Medienstandort; ethnische Diversität.

Nächste Information:

Jahreshauptversammlung am 11. Mai 2017
Umsatz im zweiten Quartal und Halbjahresergebnis: 27. Juli 2017 (vor Börsenbeginn)

Kennzahlen der JCDecaux-Gruppe:

- Umsatz im Geschäftsjahr 2016: 3.393 Millionen Euro
- JCDecaux ist in der Eurolist der Euronext Paris gelistet und wird im Index Euronext 100 geführt
- JCDecaux ist im FTSE4Good und im Dow Jones Sustainability Europe Index gelistet
- Weltweit die Nr.1 im Bereich Stadtmöblierung (559.070 Werbeflächen)
- Weltweit die Nr.1 im Bereich Transportmedien an über 220 Flughäfen und mit 260 Verträgen in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung (354.680 Werbeflächen)
- Europaweit die Nr.1 in der Großflächenwerbung (169.860 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Europa (721.130 Werbeflächen)
- Nr.1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (219.310 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Lateinamerika (70.680 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Afrika (29.820 Werbeflächen)

- *Nr. 1 der Außenwerbung im Nahen Osten (16.230 Werbeflächen)*
- *Weltweit die Nr. 1 für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier umweltfreundlicher Mobilität*
- *1.117.890 Werbeflächen in mehr als 75 Ländern*
- *Präsenz in 4.280 Städten mit über 10.000 Einwohnern*
- *Reichweite täglich über 410 Millionen Menschen*
- *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