

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

## Quartalsinformation 1. Quartal 2022

- **Bereinigter Umsatz im ersten Quartal 2022 steigt um +50,3% auf 683 Millionen Euro**
- **Bereinigter organischer Umsatz wächst um +45,7%**
- **Im vierten Quartal bereinigtes organisches Umsatzwachstum über +15% erwartet**

**Berlin/Paris, 5. Mai 2022 – JCDecaux SA** (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, hat heute die Umsatzzahlen für das erste Quartal 2022 vorgelegt.

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

*“Der Umsatz unserer Gruppe wuchs im ersten Quartal 2022 um +50,3% beziehungsweise +45,7% organisch und erreichte 683 Millionen Euro, ein starker Jahresbeginn, der unsere Erwartungen übertroffen hat. Er verdankt sich einem sehr kräftigen Wachstum der digitalen Umsätze und einer soliden Geschäftsdynamik, trotz lokaler Mobilitätseinschränkungen in China, bis hin zu teilweisen oder vollständigen Lockdowns in mehreren Provinzen, und dem Kriegsausbruch in der Ukraine. Hier zeigt sich einmal mehr die Erholungsfähigkeit und das Wachstumspotential von JCDecaux.*

*Die mit Digital-Out-Of-Home (DOOH) erwirtschafteten Umsätze wuchsen sehr kräftig und verdoppelten sich im ersten Quartal 2022 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um +103,1% auf Konzernebene und +95,2% organisch. Damit machen sie 29,1% des Gesamtumsatzes der Gruppe aus, gegenüber 21,5% im ersten Quartal 2021. Wir haben unsere digitale Transformation weiter beschleunigt vorangetrieben und uns dabei kontinuierlich auf den Roll-Out digitaler Screens und die Entwicklung unserer automatisierten datenbasierten Planungs- und Handelslösungen konzentriert. Der programmatische Handel über die VIOOH-Plattform, die aktuell in 15 Ländern Handel treibt und im Februar an den US-Flughäfen gestartet ist, gewinnt weiterhin eine erfreuliche Dynamik. VIOOH ist mit 36 DSPs (Demand Side Platforms) verbunden und damit die am stärksten vernetzte programmatische Handelsplattform der Out-of-Home-Branche.*

*Blickt man auf die Geschäftssegmente, erzielte unser Stadtmöbelbereich mit einem organischen Wachstum von +52,6% im ersten Quartal 2022 ein starkes Ergebnis, das in Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) und Nordamerika über dem Niveau des ersten Quartals 2019 lag. Auch das Großflächensegment wuchs deutlich, mit einer organischen Umsatzsteigerung von +25,6% im ersten Quartal 2022, und lag im asiatisch-pazifischen Raum und in Nordamerika über dem Niveau von 2019. Das Transportsegment verzeichnete mit +46,1% ein starkes Wachstum, litt jedoch immer noch erheblich unter anhaltenden Einschränkungen des weltweiten Passagierluftverkehrs und im Vergleich zum Vor-Pandemie-Niveau niedrigeren Fahrgastzahlen im öffentlichen Nahverkehr.*

*Alle geografischen Regionen verzeichneten im ersten Quartal 2022 ein starkes Umsatzwachstum. Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien), Nordamerika und die als 'Übrige Welt' zusammengefassten Märkte der Gruppe waren die Haupt-Wachstumstreiber, während die Umsätze im asiatisch-pazifischen Raum aufgrund des hohen Umsatzanteils im Transportsegment und in Folge lokaler Mobilitätseinschränkungen in China in langsamerem Tempo wuchsen.*

*Mit Blick auf das zweite Quartal 2022 setzt sich die solide Geschäftsdynamik fort, aber angesichts verstärkter Mobilitätseinschränkungen in China seit Beginn des Quartals, darunter erweiterte Lockdowns in mehreren Provinzen, erwarten wir ein organisches Umsatzwachstum von über +15%.*

JCDecaux SA

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

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

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

A public limited corporation with an Executive Board and Supervisory Board

Registered capital of 3,245,684.82 euros - # RCS: 307 570 747 Nanterre - FR 44307570747

*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 und unseren leistungsstarken Teams weltweit 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 bei der wirtschaftlichen Erholung und als Treiber positiver Veränderung spielen wird."*

JCDecaux 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" dieser Quartalsinformation.

Die Werte in den folgenden Tabellen sind auf Millionen Euro gerundet. Daher können sich geringfügige Abweichungen der Summen der gerundeten Werte oder der ausgewiesenen Veränderungen von den berichteten Werten ergeben.

Im ersten Quartal 2022 wuchs der bereinigte Umsatz um +50,3% auf 683 Millionen Euro gegenüber 454,3 Millionen Euro im ersten Quartal 2021.

Lässt man die positiven Auswirkungen von Wechselkursschwankungen außer Acht (Änderungen des Konsolidierungskreises hatten keine Auswirkungen), dann stieg der bereinigte Umsatz organisch um +45,7%.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln und Werbeflächen, wuchs im ersten Quartal 2022 organisch um +51,4%.

<b>Bereinigter Umsatz im ersten Quartal</b>	<b>2022 (Mio. €)</b>	<b>2021 (Mio. €)</b>	<b>Umsatz- wachstum</b>	<b>Organisches Wachstum<sup>(a)</sup></b>
Stadtmöbliering	347,5	223,8	+55,3%	+52,6%
Transportmedien	234,9	151,6	+54,9%	+46,1%
Großflächenwerbung	100,6	78,9	+27,5%	+25,6%
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>683,0</b>	<b>454,3</b>	<b>+50,3%</b>	<b>+45,7%</b>

*a. Bereinigt um Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekte*

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

## **STADTMÖBLIERUNG**

Im Stadtmöbelsegment stieg der bereinigte Umsatz im ersten Quartal 2022 um +55,3% auf 347,5 Millionen Euro (+52,6% organisch). Alle geografischen Regionen verzeichneten gegenüber dem ersten Quartal 2021 ein kräftiges Plus. Wachstumstreiber waren Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien), die Übrige Welt und Nordamerika, während die Umsätze im asiatisch-pazifischen Raum ebenfalls zweistellig wuchsen, aufgrund der anhaltenden Auswirkungen von Mobilitätseinschränkungen jedoch in langsamerem Tempo. In Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) und Nordamerika lagen die Umsätze über dem Niveau des ersten Quartals 2019.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, stieg gegenüber dem ersten Quartal 2021 organisch um +60,8%.

## **TRANSPORTMEDIEN**

Der bereinigte Umsatz im Transportsegment stieg im ersten Quartal 2022 um +54,9% auf 234,9 Millionen Euro (+46,1% organisch), worin sich eine Erholung sowohl im Personenluftverkehr wie bei den Passagierzahlen im öffentlichen Nahverkehr widerspiegelt. Während China aufgrund lokaler

Mobilitätseinschränkungen bis hin zu teilweisen oder vollständigen Lockdowns in mehreren Provinzen ein einstelliges Wachstum vermeldete, wiesen alle anderen geografischen Regionen gegenüber dem Vorjahreszeitraum sehr deutliche Umsatzsteigerungen auf.

## **GROSSFLÄCHENWERBUNG**

Im ersten Quartal 2022 stieg der bereinigte Umsatz im Unternehmenssegment Großflächenwerbung um +27,5% auf 100,6 Millionen Euro (+25,6% organisch). Alle geografischen Regionen wiesen ein starkes Wachstum aus, wobei Nordamerika und der asiatisch-pazifische Raum über dem Niveau des ersten Quartals 2019 lagen.

## **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 durch die Unternehmensleitung 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 ersten Quartal 2022 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS um -54,4 Millionen Euro vom bereinigten Konzernumsatz ab (-37,6 Millionen Euro im ersten Quartal 2021). Der Umsatz gemäß IFRS belief sich somit auf 628,5 Millionen Euro (416,7 Millionen Euro im ersten Quartal 2021).

## 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 2021</b>	(a)	<b>454,3</b>
<b>Umsatz 2022 gemäß IFRS</b>	(b)	<b>628,5</b>
IFRS 11-Effekte	(c)	54,4
<b>Bereinigter Umsatz 2022</b>	(d) = (b) + (c)	<b>683,0</b>
Wechselkurseffekte	(e)	-20,9
<b>Umrechnung bereinigter Umsatz 2022 auf Wechselkurse 2021</b>	(f) = (d) + (e)	<b>662,1</b>
Veränderungen im Konsolidierungskreis	(g)	0,0
<b>Bereinigter organischer Umsatz 2022</b>	(h) = (f) + (g)	<b>662,1</b>
<b>Organischer Umsatz</b>	(i) = (h) / (a) - 1	<b>+45,7%</b>

Mio. €	Wechselkurseffekte Stichtag 31. März 2022
RMB	-6,7
USD	-3,7
GBP	-2,8
HKD	-1,5
Andere	-6,2
<b>Gesamt</b>	<b>-20,9</b>

Durchschnittlicher Wechselkurs	Q1 2022	Q1 2021
RMB	0,1404	0,1281
USD	0,8915	0,8300
GBP	1,1956	1,1443
HKD	0,1142	0,1070

## Nächste Information:

Jahreshauptversammlung am 11. Mai 2022  
Umsatzzahlen für das erste Halbjahr 2022: 28. Juli 2022 (vor Börsenbeginn)

### Kennzahlen JCDecaux:

- Umsatz im Geschäftsjahr 2021: 2.745 Millionen Euro<sup>(a)</sup>
- Nummer eins der Out-of-Home-Medien weltweit
- Erreicht täglich mehr als 850 Millionen Menschen in über 80 Ländern
- 957.706 Werbeflächen weltweit
- Präsenz in 3.518 Städten mit über 10.000 Einwohnern
- 10.720 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 (4,2/5), im CDP (A Leadership) sowie im MSCI (AAA) gelistet und wurde von EcoVadis mit einer Goldmedaille ausgezeichnet
- Erstes Außenwerbeunternehmen in der RE 100 (Selbstverpflichtung auf 100% erneuerbare Energien)
- Marktführer für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier sanfter Mobilität
- Weltweit die Nr. 1 im Bereich Stadtmöblierung (530.143 Werbeflächen)
- Weltweit die Nr. 1 im Bereich Transportmedien an 154 Flughäfen und mit 215 Verträgen in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung (340.753 Werbeflächen)
- Europaweit die Nr. 1 in der Großflächenwerbung (72.611 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Europa (596.831 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (232.268 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Lateinamerika (64.893 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Afrika (20.808 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im Nahen Osten (14.177 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)