

## Quartalsinformation 3. Quartal 2022

- **Bereinigter Umsatz im dritten Quartal 2022 steigt um +14,4% auf 808,4 Millionen Euro**
- **Bereinigter organischer Umsatz wächst im dritten Quartal 2022 um +9,0%**
- **Im vierten Quartal 2022 bereinigtes organisches Umsatzwachstum von etwa +3% erwartet**

### 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  
Latvia  
Lesotho  
Lithuania  
Luxembourg  
Madagascar  
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

**Berlin/Paris, 3. November 2022 – JCDecaux SE** (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, legte heute die Umsatzzahlen für die ersten neun Monate des Jahres 2022 (Stichtag 30. September) vor.

**Jean-François Decaux, Co-Chief Executive Officer von JCDecaux** zum Ergebnis für das dritte Quartal 2022:

*"Der Umsatz unserer Gruppe wuchs im dritten Quartal 2022 um +14,4% beziehungsweise +9,0% organisch und erreichte 808,4 Millionen Euro, was unsere Erwartungen übertraf. Dies verdankte sich einer kräftigen Geschäftsdynamik im gesamten Quartal. Außerhalb Chinas lag unser organisches Wachstum im dritten Quartal bei +15,5%.*

*Die mit Digital-Out-Of-Home (DOOH) erwirtschafteten Umsätze wuchsen im dritten Quartal mit +25,5% beziehungsweise organisch +18,5% deutlich auf 241,9 Millionen Euro, was 29,9% des Gesamtumsatzes der Gruppe entspricht. Im dritten Quartal 2021 hatte dieser Anteil bei 27,3% gelegen. Das programmatische DOOH-Ökosystem gewann weiter an Zugkraft: Unser programmatischer Werbeumsatz über die VIOOH SSP (Supply-Side-Plattform) hat sich gegenüber dem Vergleichsquartal des Vorjahres mehr als verdoppelt. Dahinter steht die Dynamik der 37 DSPs (Demand-Side-Platforms), die mit VIOOH (der am stärksten vernetzten SSP der Out-of-Home-Medien-Branche) verbunden sind und zu denen seit unserer im Juli bekanntgegebenen strategischen Allianz auch Displayce zählt.*

*Blickt man auf die Geschäftssegmente, wuchs unser Stadtmöbelbereich im dritten Quartal 2022 um +8,3% organisch und lag weltweit über dem Umsatzniveau des dritten Quartals 2019. Wachstumstreiber waren Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) und eine kräftige Erholung im asiatisch-pazifischen Raum. Auch der Umsatz im Segment Großflächenwerbung stieg im dritten Quartal mit organisch +9,0% deutlich, was sich den Ergebnissen im asiatisch-pazifischen Raum und insbesondere in Australien verdankte, wo die Umsätze, wie auch in Nordamerika, bereits wieder über dem Niveau von 2019 lagen. Das Transportsegment legte kräftig um +10,2% zu, was die anhaltende Erholung des Luftverkehrs in den meisten geografischen Regionen widerspiegelt, darunter in der 'Übrigen Welt', wo das Umsatzniveau das von 2019 bereits übertraf. Allerdings blieben die fortdauernden Mobilitätseinschränkungen in China weiterhin deutlich spürbar.*

*Alle geografischen Regionen verzeichneten im dritten Quartal 2022 ein positives organisches Wachstum, mit Ausnahme des asiatisch-pazifischen Raums, wo das Umsatzergebnis gegenüber dem dritten Quartal des Vorjahres gleich blieb. Außerhalb Chinas vermeldete der asiatisch-pazifische Raum ein kräftiges Wachstum von +52,3%. Besonders stark war die Erholung in Nordamerika und der 'Übrigen Welt', was der kräftigen Wiederbelebung des Flugverkehrs in diesen geografischen Regionen entsprach.*

*Im vierten Quartal 2022 setzt sich unsere solide Geschäftsdynamik fort, und trotz anhaltender Mobilitätseinschränkungen in China rechnen wir mit einem organischen Umsatzwachstum von etwa +3,0% gegenüber dem vierten Quartal des 2021.*

*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, unseren leistungsstarken Teams weltweit und unserer anerkannten ESG-Exzellenz 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 als Treiber wirtschaftlichen Wachstums und positiver Veränderung spielen wird."*

JCDecaux SE

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

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

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

JCDecaux wendet seit dem 1. Januar 2014 den Rechnungslegungsstandard IFRS 11 an. Die im Folgenden veröffentlichten Kennzahlen sind entsprechend bereinigt, um 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".

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 dritten Quartal 2022 (Stichtag 30. September) wuchs der bereinigte Umsatz um +14,4% auf 808,4 Millionen Euro gegenüber 706,5 Millionen Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Lässt man die positiven Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und die geringfügigen Auswirkungen von Änderungen des Konsolidierungskreises im Quartal außer Acht, dann stieg der bereinigte Umsatz organisch um +9,0%. Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln und Werbeflächen, wuchs im dritten Quartal 2022 organisch um +10,2%.

Bereinigter Umsatz im dritten Quartal	2022 (Mio. Euro)	2021 (Mio. Euro)	Umsatzwachstum	Organisches Wachstum <sup>(a)</sup>
Stadtmöbliering	412,5	369,2	+11,7%	+8,3%
Transportmedien	277,7	231,8	+19,8%	+10,2%
Großflächenwerbung	118,1	105,5	+12,0%	+9,0%
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>808,4</b>	<b>706,5</b>	<b>+14,4%</b>	<b>+9,0%</b>

(a) Ohne Berücksichtigung von Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekten

Bereinigter Umsatz in den ersten neun Monaten	2022 (Mio. Euro)	2021 (Mio. Euro)	Umsatzwachstum	Organisches Wachstum <sup>(a)</sup>
Stadtmöbliering	1.201,9	930,8	+29,1%	+26,0%
Transportmedien	736,8	570,2	+29,2%	+20,3%
Großflächenwerbung	344,5	287,9	+19,7%	+17,2%
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>2.283,2</b>	<b>1.788,8</b>	<b>+27,6%</b>	<b>+22,8%</b>

(a) Ohne Berücksichtigung von Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekten

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

## STADTMÖBLIERUNG

Im dritten Quartal stieg der bereinigte Umsatz im Stadtmöbelsegment um +11,7% auf 412,5 Millionen Euro (+8,3% organisch). In Frankreich, Großbritannien und im übrigen Europa lag der Umsatz über dem Niveau von 2019, wobei im gesamten Quartal ein kräftige Geschäftsdynamik verzeichnet wurde. Der asiatisch-pazifische Raum, Nordamerika und die als "Übrige Welt" zusammengefassten Märkte der Gruppe wiesen gegenüber dem dritten Quartal 2021 zweistellige Wachstumsraten aus.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, wuchs gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres organisch um +9,5%.

## TRANSPORTMEDIEN

Der bereinigte Umsatz im Unternehmensbereich Transportmedien stieg im dritten Quartal 2022 um +19,8% auf 277,7 Millionen Euro (+10,2 organisch), was sich der kräftigen Wiederbelebung des Luftverkehrs insbesondere in den USA und im Nahen Osten sowie der Erholung der Fahrgastzahlen im öffentlichen Nahverkehr verdankte. Während das Umsatzniveau in einer Reihe von Ländern bereits wieder über den Werten des dritten Quartals 2019 lag, litt das Transportsegment weiterhin deutlich unter den fortdauernden Mobilitätseinschränkungen in China.

## GROSSFLÄCHENWERBUNG

Im Konzernbereich Großflächenwerbung wuchs der bereinigte Umsatz im dritten Quartal um +12,0% auf 118,1 Millionen Euro (+9,0% organisch). Der asiatisch-pazifische Raum verzeichnete das höchste Wachstum, gefolgt von den als "Übrige Welt" zusammengefassten Märkten der Gruppe.

## BEREINIGTE KENNZAHLEN

Gemäß dem Rechnungslegungsstandard IFRS 11, den JCDecaux seit dem 1. Januar 2014 anwendet, müssen Beteiligungen an Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung nach der Equity-Methode bilanziert werden.

Um jedoch weiterhin die Geschäftsrealität der Gruppe abzubilden, fließen in unsere operative Berichterstattung, die der Kontrolle der Geschäftsaktivitäten, der Ressourcenallokation und der Messung der Performance durch die Geschäftsführung dient, die operativen Kennzahlen der Unternehmen, die unter gemeinschaftlicher Führung stehen, 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" Zahlen, die auf IFRS übergeleitet werden.

Im dritten Quartal 2022 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS um -60,9 Millionen Euro vom bereinigten Konzernumsatz ab (-59,4 Millionen Euro im dritten Quartal 2021). Der Konzernumsatz gemäß IFRS belief sich somit auf 747,5 Millionen Euro (647,1 Millionen Euro im dritten Quartal 2021). In den ersten neun Monaten 2022 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS um -167,8 Millionen Euro vom bereinigten Konzernumsatz ab (-147,4 Millionen Euro in den ersten neun Monaten 2021). Der Konzernumsatz gemäß IFRS belief sich somit auf 2.115,4 Millionen Euro (1.641,5 Millionen Euro für die ersten neun Monate 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	Q2	H1	Q3	9 Monate
<b>Bereinigter Umsatz 2021</b>	(a)	<b>454,3</b>	<b>628,1</b>	<b>1.082,3</b>	<b>706,5</b>	<b>1.788,8</b>
<b>Umsatz 2022 gemäß IFRS</b>	(b)	<b>628,5</b>	<b>739,3</b>	<b>1.367,8</b>	<b>747,5</b>	<b>2.115,4</b>
IFRS 11-Effekte	(c)	54,4	52,5	106,9	60,9	167,8
<b>Bereinigter Umsatz 2022</b>	(d) = (b) + (c)	<b>683,0</b>	<b>791,8</b>	<b>1.474,8</b>	<b>808,4</b>	<b>2.283,2</b>
Wechselkurseffekte	(e)	-20,9	-28,3	-49,2	-37,8	-87,0
<b>Umrechnung bereinigter Umsatz 2022 auf Wechselkurse 2021</b>	(f) = (d) + (e)	<b>662,1</b>	<b>763,5</b>	<b>1.425,6</b>	<b>770,6</b>	<b>2.196,2</b>
Veränderungen im Konsolidierungskreis	(g)	0,0	0,0	0,0	-0,4	-0,4
<b>Bereinigter organischer Umsatz 2022</b>	(h) = (f) + (g)	<b>662,1</b>	<b>763,5</b>	<b>1.425,6</b>	<b>770,2</b>	<b>2.195,8</b>
<b>Organisches Wachstum</b>	(i) = (h)/(a)-1	<b>+45,7%</b>	<b>+21,6%</b>	<b>+31,7%</b>	<b>+9,0%</b>	<b>+22,8%</b>

Mio. Euro	Wechselkurseffekte Stichtag 30. September 2022
USD	-19,4
CNY	-17,5
HKD	-8,6
BRL	-7,8
Andere	-33,7
<b>Gesamt</b>	<b>-87,0</b>

Durchschnittlicher Wechselkurs	9 Monate 2022	9 Monate 2021
USD	0,9400	0,8360
CNY	0,1425	0,1292
HKD	0,1200	0,1076
BRL	0,1830	0,1568

## Nächste Information:

Umsatzzahlen für das erste Quartal 2023: 26. Januar 2023 (nach Börsenschluss)

### Kennzahlen JCDecaux:

- Umsatz im Geschäftsjahr 2021: 2.745 Millionen Euro<sup>(a)</sup>; Umsatz im ersten Halbjahr 2022: 1.475 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 (3,6/5), im CDP (A Leadership) sowie im MSCI (AA) 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)