

Paris, 5. Mai 2026

Solides Umsatzwachstum im ersten Quartal

- **880,6 Millionen Euro Umsatz**
- **+2,6%** Umsatzwachstum
- **+5,7%** organisches Umsatzwachstum
- **+13,1%** organisches Umsatzwachstum der digitalen Umsätze, **41,7%** des Konzernumsatzes
- **+27,2%** organisches programmatisches Wachstum, **10,5%** der digitalen Umsätze

Prognose für das zweite Quartal 2026: organisches Umsatzwachstum von voraussichtlich rund **+3%**

Alle oben genannten bereinigten Kennzahlen (Alternative Performance Measure, APM) (Umsatzerlöse, organisches Wachstum) sind in den Anhängen definiert.

Jean-François Decaux, Vorstandsvorsitzender und Co-Chief Executive Officer von JCDecaux, zu den Umsatzerlösen des ersten Quartals 2026:

„Im ersten Quartal 2026 verzeichnete JCDecaux ein solides Umsatzwachstum, obwohl sich der Ausbruch des Konflikts im Nahen Osten auf diese Region auswirkte, die im Jahr 2025 rund 5% unseres Umsatzes ausmachte. Der Umsatz im ersten Quartal belief sich auf 880,6 Millionen Euro, was einem Anstieg von 2,6% gegenüber dem Vorjahr und einem organischen Wachstum von +5,7% entspricht und damit im Rahmen unserer Prognose liegt, einschließlich eines Anstiegs der Werbeeinnahmen um +6,6%.

Nach Geschäftsbereichen auf organischer Basis verzeichnete der Bereich Stadtmöblierung ein Wachstum von +6,8%, der Bereich Transportmedien ein Wachstum von +7,5%, während der Bereich Großflächenwerbung einen Rückgang von -2,9% verzeichnete.

Das Umsatzwachstum im Bereich Digital Out-of-Home (DOOH) blieb mit +9,1% (organisch +13,1%) weiterhin stark und machte nun 41,7% des Gesamtumsatzes aus. Dies war zum Teil auf eine Beschleunigung der programmatischen DOOH-Aktivität zurückzuführen, die um +27,2% wuchs (eine Wachstumsrate, die doppelt so hoch ist wie die der digitalen Umsätze) und 10,5% des Digitalumsatzes ausmachte.

Was das zweite Quartal betrifft, so rechnen wir vor dem Hintergrund großer globaler wirtschaftlicher und geopolitischer Unsicherheiten nun mit einem organischen Umsatzwachstum von rund +3% oder rund +5% ohne den Nahen Osten. Diese Prognose wird durch eine anhaltend solide Umsatzdynamik in den meisten Regionen sowie die erfolgreiche Performance im Rahmen der FIFA-Weltmeisterschaft 2026 gestützt, wobei sich die positiven Effekte gleichmäßig auf das zweite und dritte Quartal verteilen dürften. Die neuen Verträge werden sich voraussichtlich ab dem zweiten Halbjahr positiv auf das Wachstum auswirken.

Abschließend danken wir allen unseren Teams weltweit aufrichtig für ihren Einsatz, wobei unser besonderer Dank unseren Kolleginnen und Kollegen im Nahen Osten gilt, die eine bemerkenswerte Hingabe und Resilienz bewiesen haben.“

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

A European Company with an Executive Board and Supervisory Board

Registered capital of 3,264,372,84 euros - # RCS: 307 570 747 Nanterre - FR 44307570747

Angola
Australia
Austria
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
Jordan
Kazakhstan
Kuwait
Latvia
Lesotho
Lithuania
Luxembourg
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

JCDecaux wendet seit dem 1. Januar 2014 den Rechnungslegungsstandard IFRS 11 an. **Die in dieser Pressemitteilung dargestellten und kommentierten Umsätze sind bereinigte Kennzahlen (Alternative Performance Measure – APM), die angepasst wurden, um unsere Beteiligungen an Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung einzubeziehen – sofern nicht ausdrücklich als IFRS-Zahlen gekennzeichnet.**

Informationen zu den bereinigten Kennzahlen und Angaben zur Überleitung auf IFRS finden sich im Abschnitt „Bereinigte Kennzahlen“ auf Seite 4 dieser Information. Die Werte in den folgenden Tabellen sind auf Millionen Euro gerundet. Daher können die Summen der gerundeten Werte oder ausgewiesene Veränderungen geringfügig von den berichteten Werten abweichen.

Umsatzerlöse

Der Umsatz ⁽¹⁾ stieg im ersten Quartal 2026 um +2,6% auf 880,6 Millionen Euro gegenüber 858,0 Millionen Euro im ersten Quartal 2025.

Ohne die negativen Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und unter Berücksichtigung der neutralen Auswirkungen von Veränderungen im Konsolidierungskreis, d. h. beim organischen Wachstum ⁽²⁾, stieg der Umsatz um +5,7%.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln und Werbeflächen, stieg organisch um +6,6%.

Nach Geschäftsbereichen auf organischer Basis verzeichnete der Bereich Stadtmöblierung ein Wachstum von +6,8%, der Bereich Transportmedien ein Wachstum von +7,5% und der Bereich Großflächenwerbung einen Rückgang von -2,9%.

Umsatz in Q1	2026 (Mio. €)	2025 (Mio. €)	Umsatzwachstum	Organisches Wachstum
Stadtmöblierung	438,8	422,5	+3,9%	+6,8%
Transportmedien	326,6	315,0	+3,7%	+7,5%
Großflächenwerbung	115,1	120,5	-4,5%	-2,9%
Gesamt	880,6	858,0	+2,6%	+5,7%

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

▪ Stadtmöblierung

Der Umsatz stieg im ersten Quartal um +3,9% auf 438,8 Millionen Euro, organisch um +6,8%, was auf ein zweistelliges Wachstum in Nordamerika, Großbritannien und der Region übrige Welt zurückzuführen ist.

Der bereinigte Umsatz der Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln und Werbeflächen, stieg organisch um +8,7%.

▪ Transportmedien

Der Umsatz stieg im ersten Quartal um +3,7% auf 326,6 Millionen Euro, wobei das organische Wachstum bei +7,5% lag. Dies war auf ein zweistelliges Wachstum in Frankreich, Nordamerika und im asiatisch-pazifischen Raum zurückzuführen, während der Umsatz in der Region übrige Welt aufgrund des Konflikts im Nahen Osten im niedrigen einstelligen Bereich zurückging.

▪ Großflächenwerbung

Der Umsatz im ersten Quartal sank um -4,5% auf 115,1 Millionen Euro, organisch um -2,9%. Dieser Rückgang war größtenteils auf eine Bestandsbereinigung in einigen Ländern zurückzuführen.

Ausblick

Was das zweite Quartal betrifft, so rechnen wir vor dem Hintergrund großer globaler wirtschaftlicher und geopolitischer Unsicherheiten nun mit einem organischen Umsatzwachstum von rund +3% oder rund +5% ohne den Nahen Osten. Diese Prognose wird durch eine anhaltend solide Umsatzdynamik in den meisten Regionen sowie die erfolgreiche Performance im Rahmen der FIFA-Weltmeisterschaft 2026 gestützt, wobei sich die positiven Effekte gleichmäßig auf das zweite und dritte Quartal verteilen dürften. Die neuen Verträge werden sich voraussichtlich ab dem zweiten Halbjahr positiv auf das Wachstum auswirken.

Nächste Information:

Hauptversammlung am 13. Mai 2026
Halbjahresergebnisse 2026: 30. Juli 2026 (vor Börsenbeginn)

Kennzahlen JCDecaux

- Umsatz im Geschäftsjahr 2025: 3.967,1 Millionen Euro
- Nummer eins der Out-of-Home-Medien weltweit
- Erreicht täglich 850 Millionen Menschen in 79 Ländern
- 1.105.906 Werbeflächen weltweit
- Präsenz in 3.895 Städten mit über 10.000 Einwohnern
- 11.894 Mitarbeiter
- JCDecaux ist in der Eurolist der Euronext Paris gelistet und ist Teil der Indizes SBF 120 und CAC Mid 60
- Der Fahrplan der JCDecaux Gruppe zur Reduktion der CO2-Emissionen wurde vom SBTi genehmigt und das Unternehmen wurde in den Euronext Paris CAC® SBT 1.5° Index aufgenommen
- JCDecaux wird für seine nicht-finanzielle Performance in den Ratings von CDP (A-Liste), MSCI (AAA) sowie Sustainalytics (11,1) anerkannt und hat zudem den Status der Goldmedaille von EcoVadis erreicht.
- Mitglied des UN Global Compact seit 2015 und seit 2019 Mitglied der Initiative RE100
- Marktführer für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier sanfter Mobilität
- Weltweit die Nr. 1 im Bereich Stadtmöblierung (636.625 Werbeflächen)
- Weltweit die Nr. 1 im Bereich Transportmedien an 154 Flughäfen und mit 257 Verträgen in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung (374.718 Werbeflächen)
- Europaweit die Nr. 1 in der Großflächenwerbung (94.562 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Europa (740.067 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (168.815 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Lateinamerika (103.865 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Afrika (31.364 Werbeflächen)
- Nr. 2 der Außenwerbung im Nahen Osten (20.852 Werbeflächen)

Mehr Informationen über JCDecaux finden Sie auf [jcdecaux.com](https://www.jcdecaux.com).
Besuchen Sie uns auf [X](#), [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 einheitlichen Registrierungsdocument (Universal Registration Document) dargestellt sind, das bei der französischen Finanzmarktaufsicht Autorité des Marchés Financiers hinterlegt ist.

Investoren und Aktionäre des Unternehmens können dieses einheitliche Registrierungsdocument 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

Christian Knappe

+49 (0) 30 33899 379

christian.knappe@wall.de

JCDecaux Anhänge

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 und unsere Performance transparent zu machen, fließen in unsere operative Berichterstattung, die der Kontrolle der Geschäftsaktivitäten, der Ressourcenallokation und der Messung der Performance 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 Finanzinformationen und Erläuterungen basieren daher auf diesen alternativen Leistungskennzahlen, in Übereinstimmung mit den historischen Daten, die mit den IFRS-Abschlüssen abgestimmt sind.

Im ersten Quartal 2026 beliefen sich die Auswirkungen von IFRS 11 auf unsere alternativen Leistungskennzahlen auf -71,0 Millionen Euro (-60,3 Millionen Euro im ersten Quartal 2025), sodass sich der IFRS-Umsatz 809,6 Millionen Euro beträgt (797,7 Millionen Euro im ersten Quartal 2025).

Anmerkungen zu den Definitionen

- (1) **Umsatzerlöse:** Schließt den Umsatz der Unternehmen, die unter gemeinschaftlicher Führung stehen, anteilig ein.
- (2) **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.

Organisches Umsatzwachstum

Mio. €		Q1
--------	--	-----------

Umsatz im Geschäftsjahr 2025	(a)	858,0
-------------------------------------	-----	--------------

Umsatz 2026 gemäß IFRS	(b)	809,6
IFRS 11-Effekte	(c)	71,0
Umsatz im Geschäftsjahr 2026	(d) = (b) + (c)	880,6
Wechselkurseffekte	(e)	26,4
Umrechnung		
Umsatz 2026 auf	(f) = (d) + (e)	907,0
Wechselkurse 2025		
Veränderungen im Konsolidierungskreis	(g)	0,0
Organischer Umsatz 2026	(h) = (f) + (g)	907,0

Organisches Wachstum	(i) = (h) / (a) - 1	+5,7%
-----------------------------	---------------------	--------------

Mio. €	Wechselkurseffekte per 31. März 2026
--------	---

USD	7,0
CNY	3,8
GBP	3,8
HKD	3,3
Andere	8,5

Gesamt	26,4
---------------	-------------

Durchschnittlicher Wechselkurs	Q1 2026	Q1 2025
--------------------------------	----------------	----------------

USD	0,8545	0,9505
CNY	0,1234	0,1307
GBP	1,1518	1,1967
HKD	0,1094	0,1222