

PRESSEMITTEILUNG

Erstes Quartal 2010: JCDecaux-Umsatz steigt um 14,7% auf 487,2 Millionen Euro
Organischer Umsatz steigt um 5,6%

Berlin, 5. Mai 2010 – JCDecaux S.A. (Euronext Paris: DEC), die Nummer 1 der Außenwerbung in Europa und im asiatisch-pazifischen Raum sowie die Nummer 2 der Außenwerbung weltweit, hat im ersten Quartal 2010 (Stichtag: 31. März) ein Umsatzwachstum von 14,7% auf 487,2 Millionen Euro erzielt, verglichen mit 424,6 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum. Der organische Umsatz, d.h. der Umsatz abzüglich Übernahmen und Wechselkurseffekte, stieg in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres um 5,6%. Dieses Wachstum ist vor allem auf die Verbesserung des wirtschaftlichen Umfelds in allen drei Geschäftsbereichen sowie in den meisten JCDecaux-Ländergesellschaften zurückzuführen. Das Kerngeschäft, d.h. die Werbeeinnahmen ohne die Umsätze aus dem Verkauf, der Vermietung und der Wartung von Stadtmöbeln, verbesserte sich um 6,0% (organisch).

Out of Home Media

Algerien
Argentinien
Australien
Belgien
Bosnien
Brasilien
Bulgarien
Chile
China
Dänemark
Deutschland
Estland
Finnland
Frankreich
Griechenland
Großbritannien
Indien
Irland
Island
Italien
Japan
Kanada
Kasachstan
Katar
Korea
Kroatien
Lettland
Litauen
Luxemburg
Malaysia
Montenegro
Niederlande
Norwegen
Oman
Österreich
Polen
Portugal
Rumänien
Russland
Schweden
Schweiz
Serbien
Singapur
Slowakei
Slowenien
Spanien
Thailand
Tschechien
Türkei
Ukraine
Ungarn
Uruguay
USA
Usbekistan
Vereinigte Arabische Emirate

<u>Umsatz im ersten Quartal</u>	2010 (Mio. Euro)	2009 (Mio. Euro)	Wachstum (%)	Steigerung des organischen Umsatzes⁽¹⁾ (%)
Stadtmöblierung	245,3	198,6	23,5%	9,0%
Transportmedien	148,7	137,5	8,1%	2,9%
Großflächenwerbung	93,2	88,5	5,3%	2,1%
Gruppe gesamt	487,2	424,6	14,7%	5,6%

(1) um Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkursschwankungen bereinigt

Stadtmöblierung: Im Bereich der Stadtmöblierung stieg der Umsatz von 198,6 Millionen Euro im ersten Quartal 2009 um 23,5% auf 245,3 Millionen Euro. Neben dem starken organischen Umsatzwachstum von 9,0% ist dieses Ergebnis auch den Werbeflächen der Wall AG, vor allem in Deutschland und in der Türkei, sowie den Werbeflächen von Titan Outdoor in Großbritannien zu verdanken. Das Kerngeschäft, d.h. die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus dem Verkauf, der Vermietung und der Wartung von Stadtmöbeln, nahm insgesamt um 9,8% zu.

Die meisten Märkte im Segment Stadtmöblierung wuchsen im ersten Quartal 2010 wieder, da die Nachfrage kontinuierlich stieg. Entsprechend erhöhte sich die Auslastung und das Preisumfeld hellte sich auf. Frankreich meldete im ersten Quartal einen äußerst zufriedenstellenden Umsatzzuwachs, der im unteren zweistelligen Bereich lag. In Großbritannien ist das starke Umsatzwachstum im hohen einstelligen Bereich ein Indiz dafür, dass sich die Bedingungen am dortigen Werbemarkt deutlich verbessert haben. In den anderen europäischen Ländern war die Lage eher uneinheitlich, während Nordamerika sowie der asiatisch-pazifische Raum im ersten Quartal 2010 deutliche Umsatzzuwächse verzeichneten.

Transportmedien: In diesem Unternehmensbereich stieg der Umsatz von 137,5 Millionen Euro im ersten Quartal 2009 um 8,1% auf 148,7 Millionen Euro. Der organische Umsatz, ohne den Erwerb der Transportmedien von Titan Outdoor und Wall AG sowie um Wechselkurseffekte bereinigt, stieg um 2,9%.

Dank der verbesserten Wirtschaftslage und einer zunehmenden Reisetätigkeit verzeichnete der Geschäftsbereich Transportmedien im ersten Quartal 2010 wieder solide zweistellige Umsatzzuwächse in Nordamerika und im asiatisch-pazifischen Raum. Die meisten europäischen Märkte, darunter auch Frankreich und Großbritannien, meldeten allerdings weiterhin ein negatives Umsatzwachstum. In den übrigen JCDecaux-Märkten entwickelte sich der organische Umsatz der Sparte ähnlich, da der Flughafen Dubai bedingt durch die dortigen schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und die hohen Vergleichszahlen des Vorjahres einen zweistelligen Umsatzrückgang verzeichnete.

Großflächenwerbung: Mit einem Umsatz von 93,2 Millionen Euro lag der Bereich Großflächenwerbung um 5,3% über dem Vorjahresergebnis von 88,5 Millionen Euro. Um Übernahmen und Wechselkurseffekte bereinigt stieg der organische Umsatz um 2,1%.

Wie bereits im vierten Quartal 2009 profitierte die Konzernsparte Großflächenwerbung im ersten Quartal 2010 von einer deutlichen Erholung des britischen Marktes. Auch in Frankreich entspannte sich die Lage. Hier stieg der Umsatz im ersten Quartal im mittleren einstelligen Bereich an. Diese positive Entwicklung wurde allerdings durch die fortgesetzt schwierige Situation in den meisten übrigen europäischen Märkten spürbar beeinträchtigt, obwohl in einigen Märkten bereits seit Monaten eine sukzessive Erholung eingesetzt hat.

Jean-François Decaux, Vorstandsvorsitzender und co-CEO von JCDecaux, sagte:

„Unsere Umsatzzahlen im ersten Quartal 2010 reflektieren zum einen das höher als erwartet ausgefallene organische Umsatzwachstum, zum anderen den positiven Beitrag unserer neu erworbenen Werbeflächen in Deutschland, Großbritannien und der Türkei. Wichtigster Treiber unseres organischen Umsatzwachstums von 5,6% war der größte Geschäftsbereich der Gruppe, die Stadtmöblierung. Frankreich, Großbritannien, Nordamerika sowie der asiatisch-pazifische Raum schnitten gut ab, während die übrigen europäischen Länder uneinheitliche Zahlen verzeichneten.“

Da sich die Marktbedingungen weiter verbessern und das Buchungsverhalten in den meisten JCDecaux-Märkten weniger kurzfristig ist, erwarten wir für das zweite Quartal 2010 ein organisches Umsatzwachstum von rund 9%. Die strikte Kontrolle unserer Kosten und Investitionsausgaben besitzt jedoch weiterhin höchste Priorität für unsere Gruppe.“

Nächste Information:

Jahreshauptversammlung am 19. Mai 2010
Umsatz im zweiten Quartal und Halbjahresergebnis 2010: am 30. Juli 2010
(vor Börsenbeginn)

Kennzahlen der JCDecaux-Gruppe:

- Umsatz 2009: 1.918,8 Millionen Euro; im Q1 2010: 487,2 Millionen Euro
- JCDecaux ist an der Euronext Paris gelistet und wird in den Indices Euronext 100, Dow Jones Sustainability sowie im FTSE4Good geführt
- Weltweit die Nr.1 im Bereich Stadtmöblierung (428.000 Flächen)
- Weltweit die Nr.1 im Bereich Flughafenwerbung (163 Flughäfen) sowie 300 Verträge in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung mit insgesamt 380.500 Flächen
- Europaweit die Nr.1 in der Großflächenwerbung (230.500 Flächen)
- Nr.1 in der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (239.600 Flächen)
- Weltweit die Nr. 1 für selbstbedienbare Fahrradleihsysteme
- 1.040.600 Werbeflächen in 55 Ländern
- Präsenz in 3.500 Städten mit über 10.000 Einwohnern
- 9.940 Mitarbeiter

Ansprechpartner JCDecaux Deutschland

Dieter Keppler
Geschäftsführer JCDecaux Deutschland
Tel.: 0 40 73 60 440
E-Mail: dieterkeppler@jcdecaux.de

Ansprechpartner Presse

Matthias Kuck
Tel.: 0 54 04 97 08 13
E-Mail: info@essing-kommunikation.de