

## PRESSEMITTEILUNG

### JCDecaux gibt Jahresergebnis 2009 bekannt

- Umsatz gibt um 11,5% auf 1.918,8 Millionen Euro nach, organischer Umsatz sinkt um 10,9%
- Operative Marge sinkt um 28,7% auf 392,0 Millionen Euro
- EBIT gibt um 48,1% auf 122,8 Millionen Euro nach
- Nettogewinn auf Konzernebene geht um 77,3% auf 24,5 Millionen Euro zurück
- Frei verfügbarer Cash-Flow steigt um 11,1% auf 164,8 Millionen Euro
- Vorstand schlägt vor, für 2009 keine Dividende zu zahlen
- Für das 1. Quartal 2010 organisches Umsatzwachstum von ca. 5% erwartet

#### 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

**Berlin, 10. März 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 am heutigen Mittwoch detaillierte Zahlen für das Geschäftsjahr 2009 (31. Dezember) veröffentlicht.

#### Jahresumsatz

Wie am 28. Januar 2010 berichtet, ging der Konzernumsatz 2009 um 11,5% auf 1.918,8 Millionen Euro zurück. Der organische Umsatz, d.h. der Umsatz bereinigt um Übernahmen und Kursschwankungen, gab um 10,9% nach.

#### Operative Marge<sup>(1)</sup>

Die operative Marge des Konzerns gab von 549,9 Millionen Euro im Jahr 2008 um 28,7% auf 392,0 Millionen Euro in 2009 nach. Die operative Marge auf den Konzernumsatz betrug 20,4%, 500 Basispunkte weniger als im vergleichbaren Zeitraum des Vorjahres (2008: 25,4%). In diesem Rückgang zeigt sich die starke Hebelwirkung der Fixkosten, die allerdings teilweise durch die erfolgreichen Sparmaßnahmen im Jahr 2009 ausgeglichen wurde.

	2009		2008		Veränderung 09/08	
	(Mio. €)	%	(Mio. €)	%	Wert (%)	Marge (bp)
<b>Stadtmöblierung</b>	<b>298,4</b>	<b>31,9</b>	<b>396,9</b>	<b>37,3</b>	<b>(24,8)</b>	<b>(540)</b>
<b>Transportmedien</b>	<b>55,6</b>	<b>9,4</b>	<b>82,5</b>	<b>13,1</b>	<b>(32,6)</b>	<b>(370)</b>
<b>Großflächenwerbung</b>	<b>38,0</b>	<b>9,6</b>	<b>70,5</b>	<b>14,8</b>	<b>(46,1)</b>	<b>(520)</b>
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>392,0</b>	<b>20,4</b>	<b>549,9</b>	<b>25,4</b>	<b>(28,7)</b>	<b>(500)</b>

- **Stadtmöblierung:** Hier sank die operative Marge um 24,8% auf 298,4 Millionen Euro. Nach 37,3% im Vorjahr betrug die operative Marge auf den Umsatz nun 31,9%, wobei sie im zweiten Halbjahr 2009 besser ausfiel als in den ersten sechs Monaten des Jahres. Einer der Gründe hierfür war der Anstieg der Werbeeinnahmen im vierten Quartal 2009. Darüber hinaus wirkten sich die von der Gruppe in 2009 ergriffenen Maßnahmen positiv aus.

- **Transportmedien:** Hier ist die operative Marge um 32,6% auf 55,6 Millionen Euro gesunken. Die operative Marge auf den Umsatz betrug 9,4% (2008: 13,1%). Dieser Rückgang im Geschäftsfeld Transportmedien ist auf eine negative Umsatzentwicklung in den meisten Regionen der Welt zurückzuführen. Die Flughafenverträge in den neueren JCDecaux-Märkten leisteten dagegen einen positiven Beitrag zur operativen Marge des Konzerns im Jahr 2009.

- **Großflächenwerbung:** Die operative Marge sank in diesem Geschäftsfeld um 46,1% auf 38,0 Millionen Euro. Die operative Marge im Verhältnis zum Umsatz verringerte sich auf 9,6%, verglichen mit 14,8% im Jahr 2008. Hauptursache für diese Entwicklung waren Umsatzrückgänge in allen Ländern, in denen die Gruppe vertreten ist. Sie wurden nur zum Teil durch die erfolgreiche Implementierung der geplanten Sparmaßnahmen ausgeglichen. Einsparungen wurden insbesondere bei der Neuverhandlung von Mietverträgen und durch Bestandsverringerungen in einigen JCDecaux-Märkten erzielt.

## **EBIT<sup>(2)</sup>**

Das Betriebsergebnis verringerte sich um 48,1% auf 122,8 Millionen Euro, von 236,4 Millionen im Jahr 2008. Die EBIT-Marge auf den Konzernumsatz betrug 6,4%. Aufgrund der aktuellen Lage in der Werbebranche und der negativen Prognosen für einige Märkte mussten im Berichtszeitraum bestimmte Vermögenswerte der Gruppe berichtigt werden. Diese außerplanmäßige Abschreibung auf Sachwerte und immaterielle Vermögenswerte belief sich im Jahr 2009 auf -20,6 Millionen Euro. Ohne diese Wertminderung belief sich das Betriebsergebnis auf 143,4 Millionen Euro. Während sich die Abschreibungen im Berichtsjahr kaum veränderten, ging der Verbrauch an Ersatzteilen leicht zurück.

## **Finanzergebnis<sup>(3)</sup>**

Das Finanzergebnis verbesserte sich im Jahr 2009 um 34,3 Millionen Euro auf -16,2 Millionen Euro, von -50,5 Millionen Euro im Vorjahr. Dies war vor allem den bedeutend niedrigeren Zinszahlungen zu verdanken sowie einem einmaligen Effekt, dem Ertrag von 10,7 Millionen Euro durch den Schuldenerlass aus einem Joint Venture.

## **At Equity-Beteiligungen**

Die Einnahmen aus At Equity-bilanzierten assoziierten Unternehmen sanken um 12,0 Millionen auf -30,7 Millionen Euro, gegenüber -18,7 Millionen im Vorjahr. Ursächlich für diesen Rückgang waren neben den enttäuschenden Ergebnissen unserer meisten At Equity-Beteiligungen im Jahr 2009 auch eine Wertberichtigung in Höhe von 14,8 Millionen Euro auf die Vermögenswerte der Gruppe sowie bedeutende einmalige Aufwendungen seitens der Affichage Holding. Ohne diese Wertminderungen und einmaligen Effekte in den Jahren 2008 und 2009 sanken die Einnahmen aus At Equity-Beteiligungen gegenüber 2008 um 10,2 Millionen auf -0,9 Millionen Euro im Jahr 2009.

## **Nettogewinn auf Konzernebene**

Der Nettogewinn auf Konzernebene verringerte sich um 77,3% auf 24,5 Millionen Euro, gegenüber 108,1 Millionen Euro im Vorjahr. Ohne den Einfluss von Wertminderungen und einmaligem Schuldenerlass auf die operative Marge, das Finanzergebnis sowie ohne Steuern, At Equity-Beteiligungen und Minderheitsanteile beträgt der Nettogewinn auf Konzernebene 58,9 Millionen. Dies entspricht einem Rückgang von 68,0% gegenüber dem neu berechneten Konzerngewinn 2008 und spiegelt die niedrigere operative Marge, einen gestiegenen effektiven Steuersatz und den starken Performance-Rückgang der At Equity-Beteiligungen wider. Das gegenüber 2008 verbesserte Finanzergebnis milderte diese Effekte nur zum Teil.

## **Investitionen in Sachanlagen**

Die Nettoinvestitionsausgaben (Erwerb von Sachwerten und immateriellen Gütern, abzüglich Veräußerungen) beliefen sich auf 179,7 Millionen Euro, gegenüber 304,3 Millionen Euro im Jahr 2008. Dieser Rückgang ist das Ergebnis einer noch selektiveren Vertragspolitik der Gruppe sowie einer gesunkenen Zahl von Projekten. Im Jahr 2009 verzeichnete die Gruppe außerdem Bareinnahmen in Höhe von 14,1 Millionen Euro aus dem Verkauf eines ihrer Gebäude in Großbritannien.

## **Frei verfügbarer Cash Flow<sup>(4)</sup>**

Der frei verfügbare Cash Flow verbesserte sich 2009 auf 164,8 Millionen Euro, nach 148,0 Millionen Euro im Vorjahr. Dies war vor allem den stark verringerten Investitionen in Sachanlagen und der weiteren Optimierung des von der Gruppe benötigten Umlaufkapitals zu verdanken. Durch diese beiden Effekte wurde der beträchtliche Rückgang der operativen Marge mehr als ausgeglichen.

## Nettoverschuldung<sup>(5)</sup>

Die Nettoverschuldung zum 31. Dezember 2009 sank um 36,6 Millionen auf 670,0 Millionen Euro, im Vergleich zu 706,6 Millionen Euro zum 31. Dezember 2008. Die Gruppe verringerte ihre Nettoverschuldung per Ende 2009 trotz des bedeutenden Rückgangs der operativen Marge und des Effekts, den der Erwerb einer weiteren Beteiligung an der Wall AG in Höhe von 49,2% hatte.

Die Nettoverschuldung zum 31. Dezember 2009 beträgt das 1,7fache der operativen Marge. Die verfügbaren Kredite belaufen sich auf 775,0 Millionen Euro.

## Dividende

Auf der nächsten Jahreshauptversammlung (am 19. Mai 2010) wird der Vorstand vorschlagen, keine Dividende für das Geschäftsjahr 2009 auszuzahlen. Seiner Ansicht nach ist es aufgrund der aktuellen Wirtschaftslage wichtig, dass JCDecaux jederzeit in der Lage ist, sich bietende Marktchancen zu nutzen.

## **Jean-François Decaux, Vorstandsvorsitzender und Co-CEO von JCDecaux, sagte:**

*„Angesichts des stärksten Rückgangs im Werbemarkt seit Jahrzehnten hat JCDecaux ein erfolgreiches Kostenreduktionsprogramm aufgelegt, das uns half, entsprechende Auswirkungen auf unsere Marge zu reduzieren. Mit unserer selektiven Investitionsstrategie haben wir der Gruppe zudem einen verbesserten Cash Flow gesichert. Die gute Leistung unserer Mitarbeiter weltweit sowie die Robustheit und Anpassungsfähigkeit unseres Geschäftsmodells haben dieses Ergebnis unterstützt sowie sichergestellt, dass wir die meisten unserer direkten Wettbewerber deutlich auf Abstand halten konnten.*

*Die positivere Stimmung, die sich im Januar 2010 im Werbemarkt abzeichnete, hielt während des gesamten ersten Quartals an. Daher gehen wir zurzeit davon aus, dass JCDecaux im 1. Quartal 2010 ein positives organisches Umsatzwachstum in Höhe von ca. 5% erzielen wird. Aufgrund des nach wie vor sehr kurzfristigen Buchungsverhaltens an den Märkten lässt sich allerdings nicht exakt erkennen, ob dies der Beginn einer nachhaltigen Erholung ist. Vor diesem Hintergrund, und um die Gruppe in die Lage zu versetzen, sich bietende Chancen am Markt zu nutzen, werden wir unser striktes Liquiditäts- und Kostenmanagement auch im Jahr 2010 beibehalten. Daher schlägt der Vorstand vor, für das Jahr 2009 keine Dividende auszuschütten.*

*Mit dem Abschluss der Akquisition der Wall AG in Deutschland und dem Erwerb einiger Vermögenswerte von Titan Outdoor in Großbritannien haben wir unsere Position in Europa konsolidiert und das Portfolio von JCDecaux weiter optimiert. Darüber hinaus setzt die Gruppe den Ausbau ihrer Position in den Wachstumsmärkten fort. Neben dem strukturellen Wachstum der Außenwerbebranche und unserer nachhaltigen Bilanz sind es diese Faktoren, die dazu führen werden, dass wir stärker aus der Krise hervorgehen als wir hineingegangen sind.“*

- (1) **Operative Marge** = Umsatz abzüglich der direkten betrieblichen Aufwendungen (außer Wartung/Ersatzteile), abzüglich der allgemeinen Betriebsaufwendungen (SG&A-Aufwendungen)
- (2) **EBIT = Earnings Before Interests and Taxes** = Operative Marge abzüglich Abschreibung, Amortisierung und Rückstellungen, abzüglich Goodwill-Abschreibung, abzüglich Wartungs- und Ersatzteile, abzüglich aller sonstigen Einnahmen und Ausgaben
- (3) **Finanzergebnis** = ohne den Effekt der ausgeübten Verkaufsoptionen im Zusammenhang mit Gewista Minderheitsanteilen (*put on minorities*) von -22,6 Millionen Euro in 2008 und -3,4 Millionen Euro auf Gewista und Somupi in 2009
- (4) **Free Cash Flow** = Betrieblicher Netto-Cash-Flow abzüglich der Netto-Investitionen (Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte)
- (5) **Netto-Verschuldung** = Verschuldung abzüglich der liquiden Mittel, einschließlich der unbaren Auswirkungen von IAS39 (auf Schulden und Nebenkosten) und ausgenommen die unbaren Auswirkungen von IAS32 (Schulden aus dem Kauf von Minderheitsanteilen)

**Nächste Information:  
Umsatzzahlen für das erste Quartal 2010 am 05. Mai 2010 (nach Börsenschluss)  
Jahreshauptversammlung am 19. Mai 2010**

## **Kennzahlen der Gruppe:**

- Umsatz 2009: 1.918,8 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); über 300 Verträge in der U-Bahn-, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung mit insgesamt 380.200 Flächen
- Europaweit die Nr.1 in der Großflächenwerbung (230.500 Flächen)
- Nr.1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (239.600 Werbeflächen)
- 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: [dieter.keppler@jcdecaux.de](mailto:dieter.keppler@jcdecaux.de)

## **Ansprechpartner Presse**

Matthias Kuck  
Tel.: 0 54 04 97 08 13  
E-Mail: [info@essing-kommunikation.de](mailto:info@essing-kommunikation.de)

## **Zukunftsgerichtete Aussage**

*Bestimmte Aussagen in dieser Pressemitteilung stellen „zukunftsgerichtete Aussagen“ im Sinne des Private Securities Litigation Reform Act (Gesetz über die Rechtsreform im Bereich der privaten Wertpapiere) von 1995 dar. Solche zukunftsgerichtete Aussagen beinhalten bekannte und unbekannt Risiken, Ungewissheiten und sonstige Faktoren, aufgrund derer die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen oder Zielerreichungen des Unternehmens sich wesentlich von allen künftigen Ergebnissen, Leistungen und Zielerreichungen unterscheiden können, die in solchen zukunftsgerichteten Aussagen direkt oder implizit ausgedrückt werden. Die Worte oder Ausdrücke „Hinweis (guidance)“, „erwarten (expect)“, „voraussehen (anticipate)“, „Schätzungen (estimates)“ und „Prognose (forecast)“ oder ähnliche Worte oder Ausdrücke sind als Merkmal solcher zukunftsgerichteter Aussagen zu verstehen. Darüber hinaus sind alle Aussagen, die sich auf Erwartungen oder sonstigen Merkmale künftiger Ereignisse oder Umstände beziehen, zukunftsgerichtete Aussagen. Zu den verschiedenen Risiken, die zu einer Veränderung der künftigen Ergebnisse im Vergleich zu den in den zukunftsgerichteten Aussagen in dieser Pressemitteilung führen können, zählen – ohne Anspruch auf Vollständigkeit: Veränderungen der wirtschaftlichen Bedingungen in den USA und anderen Ländern, in denen JCDecaux derzeit Geschäfte tätigt (sowohl im allgemeinen als auch in Bezug auf die Werbe- und Unterhaltungsbranchen), Zinsschwankungen, Änderungen des Branchenumfeldes, Änderungen der betrieblichen Leistungen, Bevölkerungsveränderungen sowie andere demographische Veränderungen, Veränderungen der Wettbewerbsintensität in Bezug auf Werbeaufwendungen, Schwankungen bei den Betriebskosten, Veränderungen der Technologie und Innovationen, Änderungen der Beschäftigungsbedingungen, Änderungen von gesetzlichen Vorschriften bzw. der Politik und Handlungsweise von Ordnungsbehörden, Wechselkursschwankungen und Devisenwertveränderungen, Änderungen der Steuersätze, Veränderungen der Investitionsvoraussetzungen und des Zugangs zu den Kapitalmärkten. Sonstige wichtige Risiken werden in den von JCDecaux bei der Börsen- und Wertpapieraufsicht der USA (U.S. Securities and Exchange Commission) eingereichten Berichten aufgeführt. Mit Ausnahme der in dieser Presseerklärung ausdrücklich gemachten Aussagen übernimmt JCDecaux keinerlei Verpflichtung, aufgrund von neuen Informationen, künftigen Ereignissen oder sonstigen Umständen zukunftsgerichtete Aussagen öffentlich zu aktualisieren oder zu korrigieren.*