

## PRESEMITTEILUNG

### Umsatz im dritten Quartal 2009: 431,8 Millionen Euro Organischer Umsatzrückgang um 12,1% spiegelt schwierige Situation und Schwankungen im Werbemarkt

**Hamburg, 4. November 2009 – JCDecaux S.A.** (Euronext Paris: DEC), die Nummer 1 der Außenwerbung in Europa und im asiatisch-pazifischen Raum sowie die Nummer 2 der Branche weltweit, hat im dritten Quartal (Stichtag: 30. September 2009) gegenüber dem Vergleichszeitraum 2008 einen Umsatzrückgang um 12,9% von 495,6 Millionen Euro auf 431,8 Millionen Euro verzeichnet. Der organische Umsatz, d.h. der Umsatz bereinigt um Akquisitionen und Wechselkurseffekte, gab um 12,1% nach. Trotz einiger Umsatzsteigerungen im September waren die schwierigen und wechselhaften Bedingungen im Außenwerbemarkt im dritten Quartal für alle drei Konzernsparten wie auch in den meisten Regionen, in denen JCDecaux vertreten ist, spürbar. Das Kerngeschäft, d. h. die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus dem Verkauf, der Vermietung und der Wartung von Stadtmöbeln, ging organisch um 12,9% zurück. Der Umsatz in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2009 gab im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 13,2% von 1.563,2 Millionen Euro auf 1.375,2 Millionen Euro nach. Der organische Umsatz in diesem Zeitraum nahm um 13,2% ab.

#### 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 in Q3</u>  | <b>2009</b><br>(Mio. Euro) | <b>2008</b><br>(Mio. Euro) | <b>Umsatzwachstum</b><br>(%) | <b>Organischer Umsatz<sup>(1)</sup></b> (%) |
|----------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------|---|
| Stadtmöblierung      | 202,7                      | 232,1                      | -12,7%                       | -10,8%                                      |
| Transportmedien      | 138,6                      | 153,1                      | -9,5%                        | -10,7%                                      |
| Großflächenwerbung   | 90,5                       | 110,4                      | -18,0%                       | -17,0%                                      |
| <b>Gruppe gesamt</b> | <b>431,8</b>               | <b>495,6</b>               | <b>-12,9%</b>                | <b>-12,1%</b>                               |

| <u>Umsatz der ersten 9 Monate</u> | <b>2009</b><br>(Mio. Euro) | <b>2008</b><br>(Mio. Euro) | <b>Umsatzwachstum</b><br>(%) | <b>Organischer Umsatz<sup>(1)</sup></b> (%) |
|-----------------------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------|---|
| Stadtmöblierung                   | 647,4                      | 758,6                      | -14,7%                       | -12,6%                                      |
| Transportmedien                   | 428,6                      | 452,6                      | -5,3%                        | -10,1%                                      |
| Großflächenwerbung                | 281,2                      | 352,0                      | -20,1%                       | -18,6%                                      |
| <b>Gruppe gesamt</b>              | <b>1.375,2</b>             | <b>1.563,2</b>             | <b>-13,2%</b>                | <b>-13,2%</b>                               |

(1) um Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkursschwankungen bereinigt

**Stadtmöblierung:** Im Bereich der Stadtmöblierung sank der Umsatz von 232,1 Millionen Euro im dritten Quartal 2009 um 12,7% auf 202,7 Millionen Euro. Ohne Akquisitionen und bereinigt um Wechselkurseffekte verringerte sich der Konzernumsatz im gleichen Zeitraum um 10,8%. Der organische Umsatz im Kerngeschäft, d.h. die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, ging um 12,4% zurück.

In den meisten entwickelten Märkten verzeichnete die Gruppe im dritten Quartal ein negatives organisches Umsatzwachstum, da die schwächere Nachfrage in den Monaten Juli und August von den Umsatzsteigerungen der meisten Länder im Monat September nicht mehr ausgeglichen werden konnte. Frankreich meldete im dritten Quartal einen Umsatzrückgang im mittleren einstelligen Bereich, wobei die Umsätze im Monat September nahezu die gleiche Höhe wie im Vorjahreszeitraum erreichten. Auch in Großbritannien, wo der organische Umsatz – auf das gesamte Quartal gesehen – in zweistelliger Höhe nachgab, verbesserten sich die Zahlen im September. In den zweistelligen Umsatzrückgängen, die für das dritte Quartal aus den übrigen Ländern Europas gemeldet wurden, spiegeln sich die schwierigen Marktbedingungen in Skandinavien, Mittel- und Osteuropa wider. Sie konnten von den ersten Anzeichen der Entspannung, die im September in Deutschland sichtbar wurden, nicht aufgefangen werden. Während der Umsatz in Nordamerika auch im dritten Quartal zweistellig zurückging, erzielte JCDecaux im gleichen Zeitraum im Nahen Osten sowie in Lateinamerika ein solides zweistelliges Umsatzwachstum.

JCDecaux Deutschland GmbH  
Grusonstraße 46 - 22113 Hamburg  
Tel.: 040/736 04 40 - Fax: 040/732 00 31 - hamburg@jcdecaux.de - www.jcdecaux.de

Geschäftsführer: Dieter Keppler, Jutta Wennmacher HRB Köln 105 49 Steuer-Nr.: 217/5750/0109 USt.-ID: DE 122801317  
Bankverbindung: Deutsche Bank AG BLZ 370 700 60 Konto 107 82 94 Hamburger Sparkasse BLZ 200 505 50 Konto 107 721 01 59

**Transportmedien** (Verkehrsmittel- und Flughafenwerbung): Der Umsatz in diesem Segment gab im dritten Quartal um 9,5% von 153,1 Millionen Euro im vergleichbaren Zeitraum 2008 auf 138,6 Millionen Euro nach. Ohne Akquisitionen und bereinigt um Wechselkurseffekte betrug der Rückgang 10,7%.

Die meisten europäischen Märkte meldeten im dritten Quartal zweistellige Umsatzrückgänge, wobei Großbritannien – und in geringerem Umfang ebenfalls Frankreich – mit äußerst schwierigen Marktbedingungen zu kämpfen hatten. Auch im asiatisch-pazifischen Raum lagen die Umsatzrückgänge organisch im zweistelligen Bereich. Der Einbruch in Honkong wurde teilweise durch die nur einstelligen Rückgänge in China aufgefangen. Dort waren die Vergleichszahlen des Vorjahres nicht mehr so hoch wie während der Olympiade. Ebenfalls entwickelten sich die Umsätze hier im September positiv. Wie bereits im zweiten Quartal 2009 verzeichnete JCDecaux in Nordamerika einen Umsatzrückgang im unteren zweistelligen Bereich.

Die neuen Verträge – unter anderem mit den Flughäfen von Dubai und Algiers – erzielten im dritten Quartal solide Ergebnisse.

**Großflächenwerbung:** Der Umsatz in diesem Segment gab im dritten Quartal um 18,0% von 110,4 Millionen Euro im vergleichbaren Zeitraum 2008 auf 90,5 Millionen Euro nach. Ohne Akquisitionen und bereinigt um Wechselkurseffekte betrug der Rückgang 17,0%.

In Europa war der Markt für Großflächenwerbung durch die äußerst schwache und schwankende Nachfrage geprägt, die anhaltende Preiskämpfe zwischen den Medien begünstigte. Allerdings war im dritten Quartal in einigen Märkten – vor allem in Frankreich und in Großbritannien – eine allmähliche Besserung des Geschäftsverlaufs festzustellen, die dafür sorgte, dass sich der Umsatzrückgang im September insgesamt im niedrigen zweistelligen Bereich bewegte und das schwache Ergebnis im Juli abmilderte.

#### **Jean-François Decaux, Vorstandsvorsitzender und Co-CEO von JCDecaux S.A.:**

*Wie erwartet und bereits angekündigt, verzeichnete JCDecaux im dritten Quartal 2009 einen zweistelligen Umsatzrückgang, der die Auswirkungen des Abschwungs der weltweiten Werbemärkte widerspiegelt. Obwohl die Lage während des gesamten Quartals angespannt blieb, gaben die Umsätze nicht so stark nach wie im zweiten Quartal. Dies ist der leichten Erholung in einigen Märkten – allen voran Frankreich und China – im September zu verdanken.*

*Wir gehen davon aus, dass der Werbemarkt im Sommer die Talsohle erreicht hat. Obwohl wir im vierten Quartal eine Aufhellung erkennen, was teilweise auch den für diesen Zeitraum günstigeren Vorjahreszahlen zu verdanken ist, sehen wir bisher keine Anzeichen eines nachhaltigen Aufschwungs im Werbemarkt, so dass wir weiter von einem volatilen Geschäftsverlauf ausgehen. Aktuell erwarten wir für 2009 einen organischen Umsatzrückgang von ca. 12,5% – das allerdings auf Basis eines organischen Umsatzwachstums von 6,3% in 2008, das zu den stärksten Wachstumsraten in der Medienbranche des vergangenen Jahres zählte. Im Jahresvergleich dürfte der Rückgang im vierten Quartal 2009 am geringsten ausfallen. Neben der bereits durchgeführten Optimierung unserer Kostenstruktur dürfte dies dazu führen, dass die operative Marge von JCDecaux für das gesamte Jahr 2009 leicht über der des ersten Halbjahres liegen wird.*

*Wir sind weiterhin zuversichtlich, dass die strukturellen Veränderungen der Medienlandschaft – die Zersplitterung des TV-Marktes und die Entwicklung der Online-Werbung – die Außenwerbung als letztes urbanes Massenmedium zunehmend attraktiver machen. Wir werden auch in Zukunft rigoros auf unsere Kosten achten und Investitionsvorhaben sorgfältig prüfen, damit die Gruppe über einen optimalen freien Cash Flow verfügt, wenn sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen verbessern."*

#### **Nächste Information:**

Umsatzzahlen für das vierte Quartal 2009: am 28. Januar 2010 (nach Börsenschluss)

## Kennzahlen der Gruppe:

- Umsatz 2008: 2.168,6 Millionen Euro; Umsatz in den ersten neun Monaten 2009: 1.356,1 Millionen Euro
- JCDecaux ist an der Euronext Paris gelistet und wird in den Indices Euronext 100, im Dow Jones Sustainability sowie im FTSE4Good geführt
- Weltweit die Nr.1 im Bereich der Stadtmöblierung (378.000 Flächen)
- Weltweit die Nr.1 im Bereich der Flughafenwerbung (165 Flughäfen); über 300 Verträge in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung mit insgesamt 329.500 Flächen
- Europaweit die Nr.1 in der Großflächenwerbung (224.500 Flächen)
- Nr.1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (201.700 Flächen in 44 Städten)
- Weltweit die Nr. 1 für selbstbedienbare Fahrradleihsysteme
- 936.000 Werbeflächen in 55 Ländern
- 9.250 Mitarbeiter

## Ansprechpartner JCDecaux Deutschland

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

## Ansprechpartner Presse

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