JCDecaux

Out of Home Media

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 verlängert Exklusivvertrag: 100% digitale Zukunft für die Bahnhofswerbung im Großherzogtum Luxemburg

Paris, 28. Januar 2026 – JCDecaux SE (Euronext Paris: DEC), die weltweite Nummer eins in der Außenwerbung, gibt bekannt, dass es nach einer Ausschreibung einen Exklusivvertrag über 10 Jahre für den Betrieb der Werbeanlagen der CFL, der Société Nationale des Chemins de Fer Luxembourgeois (Luxemburgische Nationale Eisenbahngesellschaft), erhalten hat.

Mit fast 680.000 Einwohnern und 233.000 Grenzgängern, die täglich einreisen, hat sich das Großherzogtum Luxemburg als führendes Finanzzentrum in Europa etabliert. Es beherbergt mehrere Institutionen und Einrichtungen der Europäischen Union, wie den Gerichtshof der Europäischen Union und die Europäische Investitionsbank, sowie viele weltweit bekannte Unternehmen. Das CFL-Netz, das das ganze Land versorgt, hat in den letzten Jahren ein starkes Wachstum der Fahrgastzahlen verzeichnet und wird im Jahr 2024 31,3 Millionen Fahrgäste befördern. Dies bestätigt die zentrale Rolle der Bahn für die Mobilität in Luxemburg und macht das Netz zum Grundpfeiler des öffentlichen Verkehrs, das das Land und seine Grenzregionen mit der Hauptstadt verbindet.

Die CFL hat erneut auf JCDecaux gesetzt, das ab dem 1. Juni 2026 ein neues, speziell auf das luxemburgische Bahnnetz und seine Fahrgäste zugeschnittenes Medienkonzept einführen wird. Die Bahnhöfe werden mit einer digitalen Kommunikationsinfrastruktur ausgestattet, um unabhängig voneinander Echtzeitnachrichten an alle Fahrgäste senden zu können.

Das Netzwerk wächst signifikant: Durch die Erweiterung um 20 zusätzliche Standorte deckt das System künftig insgesamt 44 Bahnhöfe ab. Mit landesweit 143 digitalen Screens schafft JCDecaux damit ein lückenloses, rein digitales Werbeportfolio. In 19 Bahnhöfen werden 46 Screens mit dem “LiveTouch”-System ausgestattet, um den Fahrgästen das digitale Erlebnis noch näher zu bringen. Die emblematischen Formate werden den Hauptbahnhof Luxemburg weiter aufwerten und seine Schlüsselposition innerhalb des Netzes stärken.

Diese neuen 75-Zoll- und 55-Zoll-Screens der neuesten Generation, die sich nahtlos in ihre Umgebung einfügen, liefern eine überragende Bildqualität und verbrauchen weniger Energie. In Verbindung mit dem Adtech-Ökosystem von JCDecaux ermöglichen sie die Aktivierung von leistungsstarken, präzise geplanten und messbaren Kampagnen. Integriert in die Supply-side-Plattform (SSP) von VIOOH und die Demand-side-Plattform (DSP) von Displayce, bietet das DOOH-Portfolio uneingeschränkten Zugang zu allen Möglichkeiten des Programmatic Advertising. Dank Targeting, Kontextualisierung, flexibler Aktivierung und Optimierung in Echtzeit können Marken die richtigen Zielgruppen erreichen und die richtige Botschaft zur richtigen Zeit am richtigen Ort vermitteln.

Getreu seiner Strategie der Qualität und technologischen Innovation wird JCDecaux seine Expertise einsetzen, um das Fahrgasterlebnis zu verbessern und die Sichtbarkeit der Werbemarken zu verbessern und gleichzeitig die Anforderungen an Servicequalität und Nachhaltigkeit zu erfüllen. Im Einklang mit den ESG-Verpflichtungen beider Partner werden nachhaltige Entwicklung und Sicherheit in dem Vertrag einen hohen Stellenwert einnehmen, mit ehrgeizigen Zielen in Bezug auf erneuerbare Energien, wiederverwertbare Materialien und Abfallmanagement. Für die Inspektion und Wartung der Möbel werden die Teams von JCDecaux eine zu 100% elektrisch betriebene Fahrzeugflotte und das im Depot von Bertrange gesammelte Regenwasser nutzen. Die Beleuchtung passt sich der Umgebungshelligkeit an und wird nachts ausgeschaltet.

Als führender Anbieter von Außenwerbung im Großherzogtum Luxemburg verfügt JCDecaux über ein reichhaltiges, leistungsstarkes Angebot mit einer Premium-Positionierung. Das Unternehmen betreibt bereits die Werbekonzession für die Buswartehallen in der Hauptstadt, den Flughafen Luxemburg, die wichtigsten Einkaufszentren des Landes sowie das VelOh®-Fahrradverleihsystem.

Die Erneuerung der Werbekonzession der CFL stärkt die Position von JCDecaux als bevorzugter Partner für Außenwerbung in Luxemburg und unterstützt die Modernisierungs- und Digitalisierungsbestrebungen des Landes.

Jean-François Decaux, Co-Chief Executive Officer von JCDecaux: "*Wir freuen uns, unsere erfolgreiche Partnerschaft mit CFL zu erneuern. Dank einer achtjährigen engen Zusammenarbeit und einer starken Ausrichtung auf die Ziele der Werbungtreibenden zielt unser neues Angebot darauf ab, deren aktuelle und zukünftige Bedürfnisse in Luxemburg, wo der Außenwerbemarkt stetig wächst, besser zu erfüllen. Dieser neue Vertrag ist eine echte Anerkennung der Fähigkeiten von JCDecaux, leistungsstarke, innovative und qualitativ hochwertige Werbelösungen zu liefern, und wird es uns ermöglichen, weiterhin emblematische Anlagen und ein hochwertiges, nachhaltiges digitales Angebot in diesem zentralen europäischen Drehkreuz voranzutreiben. Wir möchten uns bei CFL für das erneute Vertrauen bedanken, das sie uns entgegenbringt, und werden uns auch weiterhin dafür einsetzen, Produkte und Dienstleistungen anzubieten, die in der Lage sind, das Verkehrsumfeld zu verändern und das Fahrgasterlebnis zu verbessern und gleichzeitig eine optimale Sichtbarkeit und Effizienz für die Werbungtreibenden und ihre Marken zu gewährleisten.*"

Kennzahlen JCDecaux

- *Umsatz im Geschäftsjahr 2024: 3.935,3 Millionen Euro – Umsatz im ersten Halbjahr 2025: 1.868,3 Millionen Euro*
- *Nummer eins der Out-of-Home-Medien weltweit*
- *Erreicht täglich mehr als 850 Millionen Menschen in über 80 Ländern*
- *1.091.811 Werbeflächen weltweit*
- *Präsenz in 3.894 Städten mit über 10.000 Einwohnern*
- *12.026 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 ist für seine nicht-finanzielle Performance in den Ratings von CDP (A), MSCI (AAA) sowie Sustainalytics (11,9) gelistet und wurde von EcoVadis mit einer Goldmedaille ausgezeichnet*
- *Erstes Außenwerbeunternehmen in der RE100*
- *Marktführer für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier sanfter Mobilität*
- *Weltweit die Nr. 1 im Bereich Stadtmöblierung (629.737 Werbeflächen)*
- *Weltweit die Nr. 1 im Bereich Transportmedien an 157 Flughäfen und mit 257 Verträgen in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung (340.848 Werbeflächen)*
- *Europaweit die Nr. 1 in der Großflächenwerbung (83.472 Werbeflächen)*
- *Nr. 1 der Außenwerbung in Europa (736.310 Werbeflächen)*
- *Nr. 1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (178.010 Werbeflächen)*
- *Nr. 1 der Außenwerbung in Lateinamerika (89.526 Werbeflächen)*
- *Nr. 1 der Außenwerbung in Afrika (22.490 Werbeflächen)*
- *Nr. 2 der Außenwerbung im Nahen Osten (20.689 Werbeflächen)*

Mehr Informationen über JCDecaux finden Sie auf jcdecaux.com.
Besuchen Sie uns auf X, LinkedIn, Facebook, Instagram und YouTube.

Pressekontakt:
c/o Wall GmbH
Christian Knappe

+49 (0) 30 33899 379
christian.knappe@wall.de