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

Quartalsinformation Q3 2025

Digitale Medien treiben organisches Umsatzwachstum weiter an

Paris, 6. November 2025

Robustes zugrunde liegendes Umsatzwachstum

- **926,1 Millionen Euro** Umsatz im dritten Quartal 2025
- **-2,3%** Umsatzwachstum
- **-0,9%** organisches Umsatzwachstum, leicht über unseren Erwartungen
- circa **+3%** organisches Umsatzwachstum, d.h. ohne Berücksichtigung von circa 410 Basispunkten aufgrund der Olympischen und Paralympischen Spiele 2024 in Paris und der UEFA Euro
- **+7,6%** organisches Wachstum der digitalen Umsätze

Die **Prognose für das vierte Quartal 2025** geht von einem weitgehend gleichbleibenden organischen Umsatz aus, einschließlich Werbeeinnahmen, die um etwa +1% steigen sollten.

Alle oben genannten bereinigten Kennzahlen (Umsatz, organisches Wachstum) sind in den Anhängen definiert.

Jean-François Decaux, Vorstandsvorsitzender und Co-Chief Executive Officer von JCDecaux, zum Ergebnis des dritten Quartals 2025:

"Unser Umsatz erreichte im dritten Quartal 926,1 Millionen Euro und verzeichnete somit einen Rückgang von -2,3% Umsatzwachstum, -0,9% organisch, und lag damit leicht über unseren Erwartungen trotz eines weiterhin schwierigen und unsicheren makroökonomischen Umfelds. Dank unserer einzigartigen, diversifizierten geografischen Präsenz im Premiumsegment konnten wir eine robuste Leistung erzielen, da unser zugrunde liegendes organisches Umsatzwachstum ohne Berücksichtigung der Auswirkungen der Olympischen und Paralympischen Spiele 2024 in Paris und der UEFA Euro mit circa 410 Basispunkten circa +3% erreichte. Im Bereich Digital Out of Home (DOOH), dem am schnellsten wachsenden Mediensegment, wuchsen die erwirtschafteten Umsätze im dritten Quartal um +6,1%, +7,6% auf organischer Basis, und machen nun 41,8% unseres Gesamtumsatzes aus. Der programmatische Umsatz stieg kräftig um +12,3% und beläuft sich nun auf 10,8% der digital erwirtschafteten Umsätze.

Was das organische Umsatzwachstum nach Geschäftsbereichen betrifft, so sank der Umsatz im Bereich Stadtmöblierung um -1,1%, was auf die hohe Vergleichsbasis für 2024 zurückzuführen ist, insbesondere in Frankreich, einschließlich der Olympischen und Paralympischen Spiele in Paris, der UEFA-Euro und erheblicher nicht werbebezogener Umsätze, während Nordamerika zweistellig und die Region übrige Welt im hohen einstelligen Bereich wuchs. Der Bereich Transportmedien wuchs um 1,7%, gestützt durch zweistellige Zuwächse in Nordamerika, der Region Rest von Europa und der Region übrige Welt, die den Rückgang im mittleren einstelligen Bereich in China mehr als ausglichen. Der Bereich Großflächenwerbung ging um 6,9% zurück, was hauptsächlich auf einen hohen Vergleichseffekt in Frankreich und Großbritannien zurückzuführen ist, während die Region übrige Welt im hohen einstelligen Bereich und der asiatisch-pazifische Raum im niedrigen einstelligen Bereich wuchs.

Im vierten Quartal rechnen wir in einem weiterhin herausfordernden makroökonomischen Umfeld, vor dem Hintergrund starker Vergleichswerte – einschließlich erheblicher nicht werbebezogener Umsätze aus dem Vertrag über das Netz aus automatischen öffentlichen Toilettenanlagen in Paris – sowie des anhaltend fehlenden Aufschwungs im chinesischen Markt mit einer weitgehend unveränderten Entwicklung und einem Wachstum der Werbeeinnahmen um etwa +1%."

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 5 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)] im dritten Quartal 2025 verringerte sich um -2,3% auf 926,1 Millionen Euro gegenüber 948,2 Millionen Euro im dritten Quartal 2024.
Lässt man die positiven Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und von Änderungen des Konsolidierungskreises außer Acht, d.h. organisch[(2)], sank der Umsatz um -0,9%.
Ohne die negativen Auswirkungen von 410 Basispunkten im Zusammenhang mit den Olympischen und Paralympischen Spielen 2024 in Paris sowie den UEFA Euro belief sich das zugrunde liegende organische Umsatzwachstum auf rund +3%.
Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft, also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln und Werbeflächen, blieben weitgehend unverändert (-0,1% auf organischer Basis).

Bezogen auf das organische Wachstum nach Geschäftsbereichen ging der Bereich Stadtmöblierung um -1,1% zurück. Dies ist auf den Basiseffekt im Zusammenhang mit den Olympischen und Paralympischen Spielen 2024 in Paris sowie auf die im Vorjahr erzielten erheblichen nicht werbebezogenen Umsätze im Zusammenhang mit dem in Paris errichteten Netz aus automatischen öffentlichen Toilettenanlagen zurückzuführen. Der Bereich Transportmedien verzeichnete ein Wachstum von +1,7%, während der Bereich Großflächenwerbung um -6,9% zurückging.

Umsatz in Q3	**2025 (Mio. €)**	**2024 (Mio. €)**	**Umsatzwachstum**	**Organisches Wachstum**
Stadtmöblierung	456,9	468,5	-2,5%	-1,1%
Transportmedien	345,5	346,9	-0,4%	+1,7%
Großflächenwerbung	123,7	132,7	-6,8%	-6,9%
Gesamt	**926,1**	**948,2**	**-2,3%**	**-0,9%**

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

- **Stadtmöblierung**

Im dritten Quartal sank der Umsatz um -2,5% auf 456,9 Millionen Euro, -1,1% auf organischer Basis. Nordamerika wuchs zweistellig, die Region übrige Welt wuchs im hohen einstelligen Bereich, Großbritannien und der Rest von Europa blieben weitgehend stabil, während Frankreich aufgrund seiner hohen Vergleichsbasis, einschließlich der Olympischen und Paralympischen Spiele in Paris und der Verkäufe des automatischen öffentlichen Toilettenanlagennetzwerks im Jahr 2024, zweistellig zurückging.

Die Werbeeinnahmen im dritten Quartal, ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln, blieben unverändert bei +0,0% auf organischer Basis.

- **Transportmedien**

Im dritten Quartal sank der Umsatz leicht um -0,4% auf 345,5 Millionen Euro und wuchs auf organischer Basis um +1,7%, angetrieben durch die Region Rest von Europa, Nordamerika und die Region übrige Welt, die zweistellig wuchsen, während Frankreich aufgrund seiner hohen Vergleichsbasis, einschließlich der Olympischen und Paralympischen Spiele 2024 in Paris, zweistellig zurückging.

- **Großflächenwerbung**

Der Umsatz im dritten Quartal erreichte 123,7 Millionen Euro und sank damit um 6,8% (-6,9% organisch), was vor allem auf eine starke Vergleichsbasis, insbesondere in Frankreich, zurückzuführen ist. Das organische Wachstum setzte sich im asiatisch-pazifischen Raum fort (im niedrigen einstelligen Bereich) und blieb in der Region übrige Welt stark (im hohen einstelligen Bereich), beides stark digitalisierte Regionen.

Ausblick

Im vierten Quartal rechnen wir in einem weiterhin herausfordernden makroökonomischen Umfeld, vor dem Hintergrund starker Vergleichswerte – einschließlich erheblicher nicht werbebezogener Umsätze aus dem Vertrag über die öffentlichen Toilettenanlagen in Paris – sowie des anhaltend fehlenden Aufschwungs im chinesischen Markt mit einer weitgehend unveränderten Entwicklung und einem Wachstum der Werbeeinnahmen um etwa +1%.

Nächste Information:
Jährliche Ergebnisse: 12. März 2026 (vor Börsenbeginn)

Kennzahlen JCDecaux

- *Bereinigter Umsatz 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.

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 Registrierungsdokument (Universal Registration Document) dargestellt sind, das bei der französischen Finanzmarktaufsicht Autorité des Marchés Financiers hinterlegt ist.
Investoren und Aktionäre des Unternehmens können dieses einheitliche Registrierungsdokument 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

Anhänge

Bereinigte Kennzahlen

JCDecaux wendet seit dem 1. Januar 2014 den Rechnungslegungsstandard IFRS 11 an. Die im Folgenden veröffentlichten Kennzahlen sind entsprechend bereinigt, um Beteiligungen an Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung anteilig abzubilden.
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 finanzielle Berichterstattung beruht insofern auf "bereinigten" Zahlen, die mit vor 2014 veröffentlichen Kennzahlen verglichen werden können und die auf IFRS übergeleitet werden.

Im dritten Quartal 2025 wirkte sich IFRS auf unseren bereinigten Umsatz wie folgt aus: -70,3 Millionen Euro (-76,1 Millionen Euro im dritten Quartal 2024). Daraus ergab sich ein IFRS-Umsatz von 855,8 Millionen Euro (872,0 Millionen Euro im dritten Quartal 2024). In den ersten neun Monaten des Jahres 2025 belief sich der Umsatz gemäß IFRS auf 2.588,5 Millionen Euro (2.538,7 Millionen Euro für die ersten neun Monate des Jahres 2024), (-205,9 Millionen Euro gegenüber -217,1 Millionen Euro für die ersten neun Monate des Jahres 2024).

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.

JCDecaux

Organisches Umsatzwachstum

Mio. €		Q1	Q2	H1	Q3	9M
Bereinigter Umsatz 2024	**(a)**	**801,6**	**1.006,1**	**1.807,6**	**948,2**	**2.755,8**
Umsatz 2025 gemäß IFRS	**(b)**	**797,7**	**935,0**	**1.732,7**	**855,8**	**2.588,5**
IFRS 11-Effekte	(c)	60,3	75,3	135,6	70,3	205,9
Bereinigter Umsatz 2025	**(d) = (b) + (c)**	**858,0**	**1.010,3**	**1.868,3**	**926,1**	**2.794,4**
Wechselkurseffekte	(e)	-1,5	24,2	22,7	27,6	50,3
Umrechnung bereinigter Umsatz 2025 auf Wechselkurse 2024	**(f) = (d) + (e)**	**856,5**	**1.034,5**	**1.891,0**	**953,7**	**2.844,7**
Veränderungen im Konsolidierungskreis	(g)	-11,0	-12,5	-23,5	-14,1	-37,6
Organischer Umsatz 2025	**(h) = (f) + (g)**	**845,5**	**1.022,0**	**1.867,5**	**939,6**	**2.807,2**
Organisches Wachstum	**(i) = (h)/(a)-1**	**+5,5%**	**+1,6%**	**+3,3%**	**-0,9%**	**+1,9%**

Mio. €	**Wechselkurseffekte Stichtag 30. September 2025**
AUD	11,1
BRL	9,7
USD	6,2
CNY	5,2
Andere	18,1
Gesamt	**50,3**

Durchschnittlicher Wechselkurs	**9M 2025**	**9M 2024**
AUD	0,5732	0,6091
BRL	0,1583	0,1757
USD	0,8938	0,9199
CNY	0,1238	0,1278