

## Aktionärsbrief





Erfreuliches Wachstum im Heimmarkt Schweiz.  
 Starke operative Leistung auf hohem Niveau.  
 Sehr solide finanzielle Situation.  
 Dividende/Sonderdividende von insgesamt CHF 23 pro Aktie.

#### In Kürze

- Steigerung der Verkaufserlöse in der Schweiz um 1.3% auf CHF 302.3 Mio. Zunahme der gruppenweiten Verkaufserlöse um 0.6% auf CHF 313.0 Mio.
- Positive Ertragsentwicklung:  
 Steigerung EBITDA um 2.8% auf CHF 79.6 Mio.  
 Steigerung EBIT um 2.8% auf CHF 68.1 Mio.  
 Erhöhung der EBITDA-Marge auf 25.1% und der EBIT-Marge auf 21.5% dank Prozessoptimierungen und nachhaltigen Kostensenkungen.  
 Anstieg Nettoergebnis um 3.0% auf CHF 53.3 Mio.
- Free Cash flow von CHF 55.6 Mio. (Vorjahr CHF 64.8 Mio.)
- Net Cash Position von CHF 139.0 Mio. (Vorjahr CHF 147.9 Mio.)

#### Kennzahlen

in 1 000 CHF	2015	2014	Veränderung
<b>Verkaufserlös</b>	<b>313 038</b>	311 106	0.6%
– Schweiz	<b>302 278</b>	298 360	1.3%
– International	<b>10 760</b>	12 746	-15.6%
<b>Betriebsertrag</b>	<b>316 650</b>	316 347	0.1%
<b>EBITDA</b>	<b>79 603</b>	77 416	2.8%
– in % des Betriebsertrages	<b>25.1%</b>	24.5%	
<b>EBIT</b>	<b>68 139</b>	66 294	2.8%
– in % des Betriebsertrages	<b>21.5%</b>	21.0%	
<b>Konzernergebnis</b>	<b>53 289</b>	52 293	1.9%
– in % des Betriebsertrages	<b>16.8%</b>	16.5%	
<b>Nettoergebnis</b>	<b>53 289</b>	51 717	3.0%
– in % des Betriebsertrages	<b>16.8%</b>	16.3%	
<b>Cash flow</b>	<b>61 946</b>	60 676	2.1%
<b>Free Cash flow</b>	<b>55 615</b>	64 785	-14.0%
<b>Investitionen Sachanlagen</b>	<b>7 897</b>	9 004	-12.3%
– Werbeträger	<b>5 346</b>	6 112	-12.5%
– Übrige Anlagen	<b>2 551</b>	2 892	-11.8%
<b>Nettoergebnis pro Aktie, in CHF</b>	<b>17.78</b>	17.34	

EBITDA: Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und Amortisationen auf immaterielle Vermögenswerte

EBIT: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

Sehr geehrte Damen und Herren

### Allgemeine Geschäftsentwicklung

Das vergangene Geschäftsjahr zeichnet sich durch eine erfreuliche Umsatz- und Gewinnentwicklung aus, welche in einem anspruchsvollen inter- und intramedialen Wettbewerbsumfeld erzielt werden konnte. Die Verkaufserlöse im Schweizer Markt konnten dank einem attraktiven Leistungsangebot und verstärkter Marktbearbeitung erneut gesteigert werden, was zu Marktanteilsgewinnen führte. Das Jahr war geprägt durch wichtige Fortschritte beim Ausbau der digitalen Produktpalette, aber auch durch einige Veränderungen im nach wie vor breit und stabil aufgestellten Vertragsportfolio. Die Ertragsentwicklung der Gruppe konnte dank Skaleneffekten sowie Prozessoptimierungen im Heimmarkt Schweiz wie auch in Serbien nochmals verbessert werden.

### APG|SGA Gruppe

Der Gruppenumsatz stieg im Geschäftsjahr 2015 um 0.6% auf CHF 313.0 Mio. Das organische Wachstum in Lokalwährung betrug 1.2%, wobei Währungseinflüsse die Verkaufserlöse negativ mit 0.6% beeinträchtigt haben. Mit dem Verkauf der nicht mehr betriebsnotwendigen Immobilie in Biel verringerten sich auch die damit verbundenen Mieterträge. Durch diesen Liegenschaften-Verkauf konnte ein Buchgewinn von CHF 1.5 Mio. unter den übrigen Betriebserträgen ausgewiesen werden.

Die Konzessionen und Kommissionen hielten sich im Verhältnis zum Betriebsertrag auf dem Niveau des Vorjahres. Dank vielfältigen Prozessoptimierungen konnten die Personalkosten um 1.1% reduziert werden. Striktes Kostenmanagement und Skaleneffekte führten zu einer substantiellen Reduktion im Bereich des Betriebs- und Verwaltungsaufwandes von 5.6%. Dadurch konnten die EBITDA-Marge und die EBIT-Marge nochmals leicht auf 25.1% respektive 21.5% gesteigert werden.

Die Aufhebung des Euro-Mindestkurses hat das Ergebnis des Geschäftsjahres 2015 leicht negativ beeinflusst. Das negative Finanzergebnis ist vor allem der Neubewertung unserer Euro-Ausstände zuzuschreiben. In einem sehr anspruchsvollen Zinsumfeld ist es gelungen, trotz hohem Cash-Bestand keine Negativzinsen zu bezahlen.

Im Berichtsjahr wurde ein Nettoergebnis von CHF 53.3 Mio. erwirtschaftet. Dies entspricht einer Zunahme gegenüber dem Vorjahr von 3.0%.

### Cash flow

Der Cash flow stellte sich im Berichtsjahr auf CHF 61.9 Mio. Dies entspricht einer Zunahme von 2.1%. Der Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit betrug CHF 60.9 Mio. Nach Investitionen von CHF 8.6 Mio. sowie Erlösen aus dem Verkauf von Sachanlagen von CHF 3.3 Mio. resultierte ein Free Cash flow von CHF 55.6 Mio. Die Cash Flow Marge beträgt im Berichtsjahr 19.6% (Vorjahr 19.2%). Der Free Cash flow pro Aktie liegt somit im Geschäftsjahr 2015 bei CHF 18.55.

### Bilanz

Die Bilanzsumme hat sich um 6.2% auf CHF 269.0 Mio. verringert, vor allem verursacht durch die Abnahme der Liquidität und die Abnahme von Immobilien durch den Verkauf der Liegenschaft in Biel. Die Net Cash Position beläuft sich per Ende des Berichtsjahres auf CHF 139.0 Mio. Dies entspricht einer Abnahme gegenüber dem Jahresende 2014 von CHF 8.7 Mio. Die Gründe für diese Reduktion sind die Zahlung einer

Sonderdividende. Die immateriellen Anlagen belaufen sich auf 3.0% der Bilanzsumme. Die hohe Net Cash Position, die tiefen immateriellen Anlagen und ein Eigenfinanzierungsgrad von 52.2% streichen die Stärke der Bilanz hervor.

### **Markt Schweiz**

Die Verkaufserlöse konnten gegenüber dem Vorjahr nochmals um 1.3% gesteigert werden. Diese Entwicklung ist umso erfreulicher, als in der zweiten Jahreshälfte im Vorjahresvergleich die Umsätze des ausgelaufenen Vertrages mit dem Flughafens Genf zu kompensieren waren. APG|SGA ist es wiederum gelungen, den Gesamtwerbemarkt zu übertreffen. Während Media Focus für 2015 auf Bruttobasis (ohne gewährte Rabatte) insgesamt ein Wachstum von 1.1% über alle erfassten Medien verzeichnete, ist in der Nettobetrachtung von einem Rückgang des entsprechenden Marktvolumens auszugehen. APG|SGA ist es damit gelungen, mit ihrem überzeugenden analogen und digitalen Produktportfolio sowie der starken Verkaufsorganisation weitere Marktanteilsgewinne für die Aussenwerbung im intermedialen Wettbewerb zu realisieren.

Zu diesem Umsatzwachstum haben alle Verkaufseinheiten und Segmentmarken sowie in erster Linie die national Werbetreibenden und auch politische Kampagnen beigetragen. Die Umsatzentwicklung bei den digitalen Angeboten und bei kommunikationsraumübergreifenden Kampagnen ist weiterhin sehr erfreulich. Speziell in diesen beiden Bereichen wurde die Ausbildung und Marktbearbeitung weiter intensiviert. In Brig wurde zudem ein neuer Standort eröffnet, die Serviceleistungen erfuhren einen weiteren Ausbau, und das Rabattsystem wurde harmonisiert. Ein erfreulicher Nebeneffekt all dieser Anstrengungen ist die erneute Auszeichnung der APG|SGA zur besten Medienanbieterin des Jahres im Rahmen einer Befragung der grössten Werbeauftraggeber und Agenturen. Im Bereich der privaten und KMU-Kunden haben sich die Umsätze im grundlegend überarbeiteten Planungs- und Buchungstool «PosterDirect», welches Buchungen rund um die Uhr ermöglicht, äusserst positiv entwickelt. Die Angebote der APG|SGA im Bereich solcher E-Commerce-Lösungen werden deshalb sukzessive weiter ausgebaut. Mit «WaitingZone» wurde im Geschäftsjahr 2015 ein neues Produkt lanciert. Damit kommt APG|SGA der zunehmenden Nachfrage nach Plakatflächen mit längeren Beachtungszeiten sowie Interaktionsmöglichkeiten entgegen. Diese Flächen ermöglichen den Werbetreibenden, Werbebotschaften mit zusätzlichen Inhalten und interaktiven Elementen zu platzieren.

Im Rahmen eines öffentlichen Ausschreibeverfahrens hat die Stadt Lausanne der APG|SGA die Werberechte von insgesamt 1'980 analogen und digitalen Werbeflächen erteilt. Der Rekurs eines Mitbewerbers führt allerdings zu Verzögerungen hinsichtlich der Umsetzung. Ein Entscheid des Bundesgerichtes ist noch hängig. Der Flughafen Genf hat den am 30. Juni 2015 auslaufenden Konzessionsvertrag für die Aussenwerbung an einen lokalen Mitbewerber vergeben. Aufgrund von deutlich höheren finanziellen Offerten eines Mitbewerbers haben die Stadt Luzern (per 1.7.2016) und die Verkehrsbetriebe Zürich (per 1.1.2017) Konzessionsverträge neu vergeben. APG|SGA bedauert diese Entscheidungen, ist aber überzeugt, dass die nachhaltige Erbringung von hochwertigen Service-, Produkt- und Verkaufsleistungen zugunsten der Vertragspartner nur durch eine betriebswirtschaftlich sinnvolle Abgabepolitik sichergestellt werden kann. Es ist festzuhalten, dass die Marktstellung der APG|SGA zudem in Luzern aufgrund der Flächen auf Privatgrund weiterhin sehr stark bleibt und dem Werbemarkt entsprechend attraktive Angebote verkauft werden können.

Die Stadt Zürich hat sich im städtischen ShopVille am Hauptbahnhof Zürich für die APG|SGA als beste Anbieterin entschieden und ihr ab 1.1.2016 die exklusiven Werberechte übertragen. Im Zuge dessen wurden acht digitale City ePanels sowie zwei digitale City eBoards installiert. Auch die Liegenschaftenverwaltung der Stadt Zürich hat sich - wie Anfang 2016 kommuniziert - entschieden, die Rechte für das Anbringen von

Plakaten auf ihren Grundstücken per 1.1.2017 exklusiv der APG|SGA zu übertragen. Dank einer insgesamt homogenen Stadt-Abdeckung und exklusiven Flächen an Prime Locations wie der Bahnhofstrasse, dem Hauptbahnhof Zürich oder dem ShopVille bietet die Marktleaderin APG|SGA in der grössten Schweizer Stadt nach wie vor ein einzigartiges und breites Werbeflächenportfolio an. Der Zürcher Verkehrsverbund (ZVV) hat im Sommer 2015 verschiedene Mandate für kommerzielle Werbeflächen in und an den öffentlichen Verkehrsmitteln vergeben. APG|SGA Traffic hat weiterhin das Recht erhalten, sämtliche Produkte in und an den Bussen zu vermarkten und weiterzuentwickeln. Neu beinhaltet der Vertrag die exklusive Vermarktung der TrafficBoards - ein attraktives, grosses Aussenwerbeformat.

Im Bereich der Shopping Centers hat APG|SGA ihr Angebot als Marktführerin weiter ausgebaut. So wurden erstmals digitale Shopping ePanels in der Zentralschweiz an Premium-Standorten installiert. In der Westschweiz konnte die digitale Strategie mit der Inbetriebnahme von ePanels in verschiedenen Einkaufszentren fortgesetzt werden. In Biel hat sich APG|SGA den exklusiven Vertrag mit der «Tissot Arena» gesichert. Das nationale Angebot umfasst mittlerweile 115 Shopping ePanels in 17 Shopping Centers.

In insgesamt 17 Bahnhöfen der Schweizerischen Bundesbahnen SBB wurden die neuen digitalen Abfahrtsanzeigen mit Rail eBoards ergänzt. Diese grossformatigen Werbeflächen an Top-Standorten verstärken das digitale Angebot der APG|SGA markant. Zudem wurden in Bern sowie an verschiedenen attraktiven Standorten in Zürich insgesamt acht neue Rail Beamer installiert. Das Angebot an Leuchtdrehsäulen («Startower») konnte ebenfalls ausgebaut werden und ist mittlerweile auf 24 Säulen angewachsen - alleine 13 davon stehen in der Stadt Zürich.

Zahlreiche neue Vertragspartnerschaften und Angebotsformen erweitern zudem das attraktive Leistungsportfolio der APG|SGA. Gerade auch im aktuellen Marktumfeld halten wir an unseren Werten fest, welche uns in den letzten 115 Jahren zur bevorzugten Dienstleisterin von Städten, Verkehrsbetrieben und privaten Grundeigentümern gemacht haben: Dazu gehören absolute Zuverlässigkeit, hohe Sachkompetenz, grosses Engagement für die Anliegen unserer Partner und die Gewissheit, nebst nachhaltig attraktiven finanziellen Konditionen auch die beste Vermarktungsorganisation und das führende Produktportfolio im Schweizer Aussenwerbemarkt anbieten zu können.

### **Internationale Märkte**

Im Ausland ist die APG|SGA nur noch in Serbien operativ tätig. In einem sehr anspruchsvollen makroökonomischen Umfeld hat sich Alma Quattro, die dortige Tochter-Gesellschaft, erfreulich entwickelt.

Im Geschäftsjahr gingen die Verkaufserlöse in Lokalwährung leicht um 1.4% zurück. In CHF ergab dies eine Reduktion um 15.6% auf CHF 10.8 Mio. Da jedoch dank strukturellen Optimierungen und Verbesserung der Prozesse die Margen deutlich gesteigert werden konnten, durfte ein gutes Resultat verzeichnet werden.

Alma Quattro ist ausgezeichnet positioniert und klarer Marktführer in Serbien. Ein solides Leistungsportfolio und langfristige Verträge bilden das Fundament für eine erfolgreiche Zukunft.

### **Organisation**

An der Generalversammlung vom 20. Mai 2015 hat sich das langjährige Mitglied des Verwaltungsrates, Gilles Samyn (Vize-Präsident), nicht mehr zur Wiederwahl gestellt. Bereits per Ende 2014 war Laurence Debroux infolge einer beruflichen Veränderung aus dem Gremium zurückgetreten. Die grossen Verdienste

von Frau Debroux und Herr Samyn für das Unternehmen wurden im Rahmen der Generalversammlung gewürdigt und verdankt. Die Aktionäre haben die Herren Xavier Le Clef sowie Stéphane Prigent neu in den Verwaltungsrat gewählt. Die bisherigen Verwaltungsräte Dr. Daniel Hofer (Präsident), Robert Schmidli (neu Vize-Präsident) und Markus Scheidegger wurden wiedergewählt. Die personelle Zusammensetzung des Verwaltungsrates gewährleistet eine sinnvolle Einbindung verschiedener Aktionärssegmente sowie die notwendige Unabhängigkeit und Fachkompetenz und ist Garant für die Fortsetzung der bewährten, erfolgreichen Unternehmensstrategie.

### **Dividende**

Die im Februar 2015 kommunizierte, aktionärsfreundliche Dividendenpolitik wird konsequent weitergeführt. Der Verwaltungsrat schlägt deshalb der Generalversammlung in Anbetracht der erfreulichen Geschäftsentwicklung die Auszahlung einer Dividende von CHF 11.50 und einer Sonderdividende von CHF 11.50 vor. (Vorjahr: Dividende CHF 11 sowie Sonderdividende von CHF 11). Dies ergibt eine Auszahlung von total CHF 23 pro Aktie und entspricht einer Rekord-Dividende der APG|SGA AG.

## Ausblick

Aussenwerbung ist in Zeiten starker Fragmentierung von Medienangeboten und immer selektiverer Mediennutzung das letzte Massenmedium. Kein anderer Kanal verschafft einer Kampagne schneller Präsenz und zeichnet sich durch hohe Reichweiten mit Wiederholungskontakten sowie perfekter regionaler Steuerbarkeit aus. Die Digitalisierung der Werbeträger an ausgewählten Standorten steigert die Attraktivität der Aussenwerbung weiter, indem sie neue Einsatzmöglichkeiten erlaubt und damit auch neues Werbepotential erschliesst. APG|SGA ist an diesen Entwicklungen massgeblich beteiligt und hat ihre führende Stellung im Bereich Digital Out of Home weiter ausgebaut.

Zudem wird APG|SGA, wie bereits im Dezember angekündigt, in ein neues Geschäftsfeld vorstossen und ihr Angebotsportfolio in einem weiteren, wachsenden Bereich der Aussenwerbung substanziell ausbauen. Die neue Segmentmarke APG|SGA Promotion wird ab dem 1. Juli 2016 die Vermarktung, Organisation und Durchführung von Promotionen sowie Stand- und Verteilaktionen in SBB-Bahnhöfen exklusiv übernehmen. Mit der Vermarktung dieser attraktiven und frequenzstarken Standorte verfügt APG|SGA über ein integrales Angebot, welches den Werbekunden ermöglicht, flankierend zu klassischen Out of Home Media-Kampagnen ihre Produkte und Dienstleistungen auch haptisch und interaktiv einer mobilen Zielgruppe näherzubringen.

Aufgrund der ausgeprägten Kurzfristigkeit und Volatilität im Bereich der Kampagnenplanung und damit der Umsatzentwicklung in der Werbebranche verzichten wir auch weiterhin auf eine konkrete Prognose zur Geschäftsentwicklung der kommenden Monate.

Gleichzeitig aber sind wir davon überzeugt, den Schweizer Aussenwerbemarkt sowohl analog als auch digital weiter zu prägen und unseren Partnern überzeugende Mehrwerte zu garantieren. Sowohl im Bereich der Service- und Produktqualität als auch hinsichtlich der regionalen, nationalen und internationalen Verkaufsorganisation können wir unseren Partnern einzigartige Leistungen erbringen. Dies kompetent, engagiert und nachhaltig. Wir gehen zudem davon aus, aufgrund der vielfältigen Investitionen in unsere Mitarbeiter und das Produktportfolio auch in Zukunft Marktanteile zu gewinnen.

Der Verwaltungsrat und die Unternehmungsleitung bedanken sich an dieser Stelle bei den Mitarbeitenden in allen Niederlassungen, Bereichen und Segmentgesellschaften für ihr grosses Engagement und die beeindruckenden Resultate. Und wir danken Ihnen, sehr geehrte Damen und Herren Aktionäre, für Ihr Vertrauen und Ihr Interesse, welches Sie der APG|SGA entgegenbringen.



Dr. Daniel Hofer  
Präsident des Verwaltungsrates



Markus Ehrle  
Chief Executive Officer



## Konsolidierte Bilanz

### Aktiven

in 1 000 CHF	31.12.2015	31.12.2014
Immobilien	41 618	44 228
Werbeträger	18 228	18 601
Übrige Sachanlagen	4 729	5 219
<b>Sachanlagen</b>	<b>64 575</b>	<b>68 048</b>
Aktive latente Steuern	1 819	1 430
Übrige Finanzanlagen	5 856	5 565
<b>Finanzanlagen</b>	<b>7 675</b>	<b>6 995</b>
Goodwill	3 907	5 210
Vertragliche Werberechte	4 152	5 447
<b>Immaterielle Anlagen</b>	<b>8 059</b>	<b>10 657</b>
<b>Anlagevermögen</b>	<b>80 309</b>	<b>85 700</b>
Vorräte	2 045	2 340
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	38 932	42 377
Übrige Forderungen	2 781	3 652
Rechnungsabgrenzung Aktiven	5 919	4 942
Wertschriften		192
Flüssige Mittel und Festgeldanlagen	138 988	147 685
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>188 665</b>	<b>201 188</b>
<b>Total</b>	<b>268 974</b>	<b>286 888</b>

### Passiven

in 1 000 CHF	31.12.2015	31.12.2014
Aktienkapital	7 800	7 800
Kapitalreserven	13 672	12 618
Eigene Aktien	-343	-984
Umrechnungsdifferenzen	-2 232	-1 570
Gewinnvortrag	121 550	134 227
<b>Eigenkapital</b>	<b>140 447</b>	<b>152 091</b>
Rückstellungen	9 072	12 050
Passive latente Steuern	6 484	7 005
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>	<b>15 556</b>	<b>19 055</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	19 300	20 292
Geschuldete Steuern	4 481	5 144
Übrige Verbindlichkeiten	25 746	27 890
Rechnungsabgrenzung Passiven	60 021	60 835
Rückstellungen	3 423	1 581
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>112 971</b>	<b>115 742</b>
<b>Fremdkapital</b>	<b>128 527</b>	<b>134 797</b>
<b>Total</b>	<b>268 974</b>	<b>286 888</b>

## Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1 000 CHF	2015	2014	Veränderung
Werbeertrag	313 038	311 106	0.6%
Immobilienenertrag	2 106	2 166	-2.8%
Übriger Betriebsertrag	1 506	3 075	-51.0%
<b>Betriebsertrag</b>	<b>316 650</b>	<b>316 347</b>	<b>0.1%</b>
Konzessionen und Kommissionen	-140 431	-139 721	0.5%
Personalaufwand	-65 749	-66 503	-1.1%
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	-30 867	-32 707	-5.6%
<b>Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>79 603</b>	<b>77 416</b>	<b>2.8%</b>
Abschreibungen Sachanlagen	-9 233	-9 057	1.9%
Abschreibungen immaterielle Anlagen	-928	-1 088	-14.6%
Abschreibungen Goodwill	-1 303	-977	33.3%
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>68 139</b>	<b>66 294</b>	<b>2.8%</b>
Finanzergebnis	-927	-181	
Anteil Gesellschaften nach Equity-Methode		10	
<b>Ordentliches Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>67 212</b>	<b>66 123</b>	<b>1.6%</b>
Ertragssteuern	-13 923	-13 830	0.7%
<b>Konzernergebnis</b>	<b>53 289</b>	<b>52 293</b>	<b>1.9%</b>
– davon Minderheiten		576	
– davon Aktionäre APG SGA AG (Nettoergebnis)	<b>53 289</b>	<b>51 717</b>	<b>3.0%</b>
<b>Basis- und verwässerter Gewinn pro Aktie, in CHF</b>	<b>17.78</b>	<b>17.34</b>	<b>2.5%</b>

## Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in 1 000 CHF	Anteil Aktionäre APG SGA AG							Total
	Aktien- kapital	Kapital- reserven	Eigene Aktien	Umrech- nungs- differenzen	Gewinn- vortrag	Total	Minder- heits- anteile	Eigen- kapital
per 01.01.2014	7 800	5 995	-7 637	-1 071	118 365	<b>123 452</b>	3 032	<b>126 484</b>
Konzernergebnis					51 717	<b>51 717</b>	576	<b>52 293</b>
Veränderung Konsolidierungskreis							-3 608	<b>-3 608</b>
Umrechnungsdifferenzen				-499		<b>-499</b>		<b>-499</b>
Ausschüttungen					-35 855	<b>-35 855</b>		<b>-35 855</b>
Kauf eigene Aktien			-398			<b>-398</b>		<b>-398</b>
Verkauf eigene Aktien		6 734	7 051			<b>13 785</b>		<b>13 785</b>
Eigenkapital Transaktionskosten		-111				<b>-111</b>		<b>-111</b>
per 31.12.2014	7 800	12 618	-984	-1 570	134 227	<b>152 091</b>		<b>152 091</b>
Konzernergebnis					53 289	<b>53 289</b>		<b>53 289</b>
Umrechnungsdifferenzen				-662		<b>-662</b>		<b>-662</b>
Ausschüttungen					-65 966	<b>-65 966</b>		<b>-65 966</b>
Kauf eigene Aktien			-231			<b>-231</b>		<b>-231</b>
Verkauf eigene Aktien		1 065	872			<b>1 937</b>		<b>1 937</b>
Eigenkapital Transaktionskosten		-11				<b>-11</b>		<b>-11</b>
per 31.12.2015	7 800	13 672	-343	-2 232	121 550	<b>140 447</b>		<b>140 447</b>

## Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1 000 CHF	2015	2014
Konzernergebnis	53 289	52 293
Abschreibungen	11 464	11 122
Abschreibungen Finanzanlagen		487
Nicht-realisierte Gewinne/Verluste auf Wertschriften		-8
Veränderung der Rückstellungen	-1 106	-2 537
Veränderung der latenten Steuern	-875	-375
Nicht liquiditätswirksames Finanzergebnis	761	524
Gewinn/Verlust aus Veräusserung von Anlagevermögen	-1 587	-820
Anteil Gesellschaften nach Equity-Methode		-10
<b>Cash flow</b>	<b>61 946</b>	<b>60 676</b>
Veränderung der Vorräte	260	-388
Veränderung Forderungen	3 816	2 591
Veränderung aktive Rechnungsabgrenzung	-982	3 459
Veränderung Wertschriften	183	234
Veränderung Verbindlichkeiten	-3 657	-749
Veränderung passive Rechnungsabgrenzung	-704	5 283
<b>Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)</b>	<b>60 862</b>	<b>71 106</b>
Erwerb von Sachanlagen	-7 897	-9 004
Erwerb von immateriellen Anlagen	-178	
Erwerb von Finanzanlagen sowie Beteiligungen an Tochtergesellschaften	-436	1 197
Veräusserungserlös Sachanlagen	3 264	1 034
Veräusserungserlös Finanzanlagen		452
<b>Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-5 247</b>	<b>-6 321</b>
Kauf eigene Aktien	-231	-398
Verkauf eigene Aktien	1 926	3 756
Rückzahlung kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		-3 250
Dividenden an Aktionäre APG SGA AG	-65 966	-35 855
<b>Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-64 271</b>	<b>-35 747</b>
Fremdwährungseinflüsse auf flüssigen Mitteln	-41	-25
<b>Veränderung der flüssigen Mittel</b>	<b>-8 697</b>	<b>29 013</b>
Bestand flüssige Mittel per 1. Januar	147 685	118 672
Bestand flüssige Mittel per 31. Dezember	138 988	147 685

Im 1. Semester 2015 wurde eine Festgeldanlage über CHF 30 Millionen mit einer Laufzeit von 12 Monaten abgeschlossen. Da die verbleibende Restlaufzeit per Bilanzstichtag weniger als 3 Monate betrug, wurde das Aktivum unter «Flüssige Mittel und Festgeldanlagen» bilanziert. In unserem Halbjahresbericht 2015 wurde diese Festgeldanlage unter «Erwerb von Finanzanlagen» ausgewiesen.

## Anhang zur Konzernrechnung

### Grundsätze zur Rechnungslegung der APG|SGA AG

Der vorliegende Bericht umfasst den geprüften Jahresabschluss für die am 31. Dezember 2015 endende Berichtsperiode. Die Erstellung des Konzernabschlusses erfolgt seit Anfang 2013 in Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER (Fachempfehlungen zur Rechnungslegung).

Die Erstellung der konsolidierten Jahresrechnung erfordert vom Management Einschätzungen und Annahmen, welche die ausgewiesenen Vermögenswerte, Verbindlichkeiten, Eventualschulden und Eventualforderungen zum Zeitpunkt der Bilanzierung sowie Aufwendungen und Erträge der Berichtsperiode beeinflussen. Die tatsächlichen Ergebnisse können von diesen Schätzungen abweichen.

### Veränderungen des Konsolidierungskreises und Minderheitsanteile

Im Jahr 2014 wurde der Konsolidierungskreis gegenüber dem Vorjahr durch die erstmalige Vollkonsolidierung der Ecofer AG per 01.04.2014 verändert. Im Weiteren wurden die ausstehenden Minderheitsanteile an der Impacta AG gekauft. Durch die beiden Akquisitionen erhöhte sich der Goodwill um CHF 6.2 Mio. Die neu übernommen Aktiven sowie Verbindlichkeiten der Ecofer AG sind für die Gruppe nicht wesentlich.

### Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Der vorliegende Abschluss wurde durch den Verwaltungsrat am 23. Februar 2016 genehmigt.

## Termine

### **Pressekonferenz und Analysten-Meeting**

Donnerstag, 25. Februar 2016, Zürich

### **Veröffentlichung des Geschäftsberichtes**

Freitag, 22. April 2016

### **Generalversammlung**

Dienstag, 24. Mai 2016, Genf

### **Bekanntgabe des Halbjahresabschlusses**

Freitag, 29. Juli 2016

## Auskünfte

Markus Ehrle, Chief Executive Officer

T +41 58 220 71 73

Beat Hermann, Chief Financial Officer

T +41 58 220 77 47





[www.apgsga.ch](http://www.apgsga.ch)  
APG|SGA AG  
Carrefour de Rive 1  
CH-1207 Genève  
[investors@apgsga.ch](mailto:investors@apgsga.ch)

Die **APG|SGA AG** ist das führende Out of Home Medienunternehmen der Schweiz. An der SIX Swiss Exchange kotiert, deckt APG|SGA alle Bereiche der Aussenwerbung ab: auf der Strasse, im Flughafen, im Shopping-center, im Bahnhof, in den Bergregionen und in den öffentlichen Verkehrsmitteln – von reichweitenstarken Plakatkampagnen über Grossflächen bis hin zu modernsten digitalen Werbeträgern. Im Kontakt mit ihren Kunden, den Behörden und der Werbewirtschaft steht APG|SGA für Nachhaltigkeit, Innovation und Kompetenz.

Gedruckt in der Schweiz  
Februar 2016  
Alle Rechte vorbehalten

