

## Aktionärsbrief





Umsatzrückgang aufgrund reduzierten Werbeinventars.  
 Rentabilität im operativen Geschäft auf hohem Niveau.  
 Sehr solide finanzielle Situation.  
 Dividende/Sonderdividende von insgesamt CHF 24 pro Aktie.

#### In Kürze (bereinigt um Sondereffekte)

- Abnahme der gruppenweiten Verkaufserlöse um 4.7% auf CHF 300.7 Mio.
  - Aufgrund des reduzierten Werbeinventars haben in der Schweiz die Verkaufserlöse um 5.1% abgenommen.
  - Dank erfreulicher Marktentwicklung in Serbien konnten die Verkaufserlöse um 5.9% gesteigert werden
- Die operativen Margen erreichten ein hohes Niveau:  
 EBITDA-Marge: 24.5% (Vorjahr 24.8%)  
 EBIT-Marge: 20.1% (Vorjahr 20.9%)
- Leichte Abnahme des Nettoergebnisses um 3.5% auf CHF 50.7 Mio.
- Free Cash flow von CHF 37.6 Mio. (Vorjahr CHF 33.2 Mio.)

#### Kennzahlen

in 1 000 CHF	2017	2016	2016 bereinigt um Sondereffekte <sup>1</sup>	Veränderung	Veränderung bereinigt um Sondereffekte
<b>Verkaufserlös</b>	<b>300 693</b>	<b>315 361</b>	315 361	-4.7%	-4.7%
– Schweiz	288 071	303 445	303 445	-5.1%	-5.1%
– International	12 622	11 916	11 916	5.9%	5.9%
<b>Betriebsertrag</b>	<b>304 777</b>	<b>339 802</b>	317 188	-10.3%	-3.9%
<b>EBITDA</b>	<b>74 770</b>	<b>101 318</b>	78 769	-26.2%	-5.1%
– in % des Betriebsertrages	24.5%	29.8%	24.8%		
<b>EBIT</b>	<b>61 330</b>	<b>88 846</b>	66 297	-31.0%	-7.5%
– in % des Betriebsertrages	20.1%	26.1%	20.9%		
<b>Nettoergebnis</b>	<b>50 720</b>	<b>70 523</b>	52 551	-28.1%	-3.5%
– in % des Betriebsertrages	16.6%	20.8%	16.6%		
<b>Cash flow</b>	<b>60 204</b>	<b>59 314</b>	63 956	1.5%	-5.9%
<b>Free Cash flow</b>	<b>37 560</b>	<b>56 626</b>	33 228	-33.7%	13.0%
<b>Investitionen Sachanlagen</b>	<b>10 963</b>	<b>14 034</b>	14 034	-21.9%	-21.9%
– Werbeträger	8 144	7 680	7 680	6.0%	6.0%
– Übrige Anlagen	2 819	6 354	6 354	-55.6%	-55.6%
<b>Nettoergebnis pro Aktie, in CHF</b>	<b>16.92</b>	<b>23.51</b>	17.52	-28.0%	-3.4%

EBITDA: Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und Amortisationen auf immateriellen Vermögenswerten

EBIT: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

<sup>1</sup> bereinigt um die Auswirkungen der Liegenschaftsverkäufe

Sehr geehrte Damen und Herren

### **Allgemeine Geschäftsentwicklung**

Das Geschäftsjahr 2017 darf für die APG|SGA wiederum als erfolgreich bezeichnet werden. Zwar liegen die Verkaufserlöse aufgrund nicht erneuerter Konzessionsverträge in der Schweiz unter jenen des Vorjahres, auf dem weitergeführten Portfolio konnte jedoch eine positive Umsatzentwicklung erreicht werden. Erfreulich ist, dass die Rentabilität im operativen Geschäft durch vielfältige Massnahmen auf hohem Niveau gehalten werden konnte. Das vergangene Jahr war zudem geprägt durch den Gewinn wichtiger Ausschreibungen und den gezielten Weiterausbau unseres Vertrags- und Produkteportfolios, insbesondere im Bereich der digitalen Werbeträger.

### **APG|SGA Gruppe**

Die gruppenweiten Verkaufserlöse nahmen im Geschäftsjahr 2017 um 4.7% auf CHF 300.7 Mio. ab. Der Hauptgrund für diese Umsatzreduktion ist das verringerte Werbeinventar aufgrund nicht erneuerter Konzessionsverträge in der Schweiz. Während die Verkaufserlöse im Heimmarkt Schweiz um 5.1% abnahmen, konnte im Segment International ein starker Anstieg von 5.9% ausgewiesen werden.

Der Immobilienertrag lag im Jahresvergleich um 9.6% tiefer. Dieser Rückgang hat seine Ursache im Verkauf einer Liegenschaft in Basel im Juni 2016. Das führte im Vorjahr auf Stufe Uebrigter Betriebsertrag zu einem positiven Einmaleffekt von CHF 22.6 Mio. Im Geschäftsjahr 2017 standen Erträge aus veräusserten Werbeträgern von CHF 2.4 Mio. zu Buche.

Der Aufwand für Konzessionen und Kommissionen konnte im Berichtsjahr um 5.2% reduziert werden. Ein Teil der Abnahme des Personalaufwandes von 4.4% im Geschäftsjahr 2017 ist durch weitere Prozessoptimierungen begründet. Der andere Teil dieser Reduktion ist durch das Outsourcing des IT-Rechenzentrums entstanden. Aufbaukosten in neue Geschäftsfelder und der Aufwand des Outsourcing-Partners des IT-Rechenzentrums sind die Gründe für den Anstieg des Betriebs- und Verwaltungsaufwandes um 5.5% im Berichtsjahr. In den letzten Jahren wurde vermehrt in das strategisch sehr wichtige digitale Angebot investiert. Daraus folgen konsequenterweise auch erhöhte Abschreibungen im Bereich der Sachanlagen. Die Margen konnten trotz abnehmenden Verkaufserlösen weiterhin auf hohem Niveau gehalten werden. Im Geschäftsjahr 2017 wurden eine EBITDA-Marge von 24.5% (Vorjahr bereinigt: 24.8%) und eine EBIT-Marge von 20.1% (Vorjahr bereinigt: 20.9%) erreicht.

Der Eurokurs hat das Resultat im Berichtsjahr positiv beeinflusst. Trotz des hohen Cash-Bestandes ist es in einem schwierigen Zins-Umfeld gelungen, in den letzten Jahren keine Negativzinsen zu bezahlen. Im Geschäftsjahr 2017 wurde ein Nettoergebnis von CHF 50.7 Mio. erzielt, was auf bereinigter Basis im Vergleich zum Vorjahr einer Abnahme von 3.5% entspricht.

### **Cash flow**

Im Geschäftsjahr 2017 konnte ein Cash flow von CHF 60.2 Mio. erzielt werden. Dies entspricht einer Zunahme von 1.5% gegenüber dem Vorjahr. Der Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit beträgt CHF 47.8 Mio. Nach Investitionen in Sachanlagen von CHF 11.0 Mio., dem Erwerb von immateriellen Anlagen von CHF 1.1 Mio. und Finanzanlagen von CHF 3.8 Mio. sowie Erlösen aus dem Verkauf von Sachanlagen von CHF 2.8 Mio. und immateriellen Anlagen von CHF 2.8 Mio. resultiert ein Free Cash flow von CHF 37.6 Mio. Die Cash flow Marge beträgt im Berichtsjahr 19.8% (Vorjahr 17.5%).

## Bilanz

Die Bilanzsumme hat sich um 13.4% auf CHF 237.1 Mio. verringert, vor allem verursacht durch eine Abnahme der flüssigen Mittel. Die Net Cash Position beläuft sich per Ende des Berichtsjahres auf CHF 90.5 Mio. Dies entspricht einer Abnahme gegenüber dem Jahresende 2016 von CHF 36.3 Mio. Die Abnahme ist vor allem auf die Dividendenzahlung zurückzuführen. Die immateriellen Anlagen belaufen sich auf 9.9% der Bilanzsumme. Die hohe Net Cash Position, die tiefen immateriellen Anlagen und ein Eigenfinanzierungsgrad von 50.7% unterstreichen die Stärke der Bilanz.

## Markt Schweiz

Die Netto-Verkaufserlöse in der Schweiz lagen in der Berichtsperiode mit CHF 288.1 Mio. um 5.1% unter Vorjahr. Dieser Rückgang ist vor allem auf die Reduktion des Werbeinventars aufgrund von drei im Jahre 2016 nicht erneuerten Konzessionsverträgen mit den Verkehrsbetrieben Zürich VBZ sowie den Städten Luzern und Genf zurückzuführen. Bereinigt um diese Inventar-Reduktion wären 2017 die Verkaufserlöse in der Schweiz um 1.4% gewachsen.

Innerhalb APG|SGA war insbesondere die Entwicklung der Verkaufserlöse bei den digitalen wie auch bei den grossformatigen Angeboten positiv. Die Umsatzanteile zwischen national und regional Werbetreibenden sind nach wie vor ausgeglichen. Die meisten Branchen entwickelten sich erfreulich. Ausnahmen bildeten signifikante Rückgänge im Bereich der – ohnehin zyklischen – politischen Werbung sowie in den Branchen Gastronomie und Bekleidung aufgrund von strukturellen Marktveränderungen.

Die Werbekunden und ihre Agenturen schätzen das integrale, alle Kommunikationsräume übergreifende APG|SGA-Angebot von analoger und digitaler Aussenwerbung, welches seit 2016 auch das Promotionsflächengeschäft umfasst. Anfangs Februar 2017 erfolgte zudem die Lancierung der Segmentmarke «APG|SGA Interaction», welche die Bereiche Mobile Media-Advertising und Data Collecting abdeckt. Dahinter steht die Überzeugung, dass Mobile Media ein zunehmend integrierter Bestandteil des Out of Home-Marktes ist, denn die wachsende mobile Internetnutzung im Kontext mit Aussenwerbung ermöglicht wirkungsvolle, kombinierte Zielgruppenansprache entlang der Customer Journey. Nebst ersten Verkaufserfolgen stand das vergangene Jahr bei «APG|SGA Interaction» im Zeichen des Aufbaus von Partnerschaften, der Erarbeitung von konkreten Produktangeboten und Toolentwicklungen, umfassender Ausbildung der Verkaufsmitarbeitenden sowie zahlreicher Kundeninformationsveranstaltungen in allen Regionen der Schweiz.

Im Zuge der weiter wachsenden Angebotspalette von APG|SGA sowie des kompetitiven Wettbewerbsumfeldes werden die Entlastung der Verkaufsorganisation von administrativen Aufgaben und der Fokus auf die integrale Kundenbetreuung noch wichtiger. Im Rahmen einer weiteren Optimierung unserer internen Strukturen und Prozesse werden deshalb administrative Tätigkeiten zentral zusammengeführt und zukünftig innerhalb einer neuen Unit «Operations» mit Hilfe von neu entwickelten Informatiklösungen erbracht. Weiter werden wir den Kunden Zugang zu neuen Self-Service Tools anbieten.

Ein wichtiger Grundpfeiler für das Geschäft der APG|SGA ist die grosse Anzahl Verträge mit privaten Grundeigentümern sowie mit der öffentlichen Hand, welche es ermöglichen, dem Werbemarkt ein optimales, qualitativ hochwertiges Flächenangebot zur Verfügung zu stellen. In diesem Bereich konnte APG|SGA wiederum zahlreiche Verträge erneuern sowie im Rahmen von verschiedenen, öffentlichen Ausschreibungsverfahren wichtige Weichen für die Zukunft stellen.

So bleibt APG|SGA bis 2028 in einer starken Position in der Stadt Basel, wo sie den Zuschlag für sämtliche, bestehende Flächen in den Formaten F200, F12 und F4 sowie für über 250 Leuchtplakate im Format F200 und für die Erstellung von 22 digitalen City ePanels erhalten hat. Diese neuen digitalen Angebote stehen den Werbekunden bereits ab Anfang 2018 zur Verfügung. In Lausanne bestätigte das Bundesgericht Mitte März den Entscheid der Stadt Lausanne betreffend die Vergabe der Plakatkonzession für die Bewirtschaftung von insgesamt 1'980 Plakatflächen an die APG|SGA. In der Stadt Lugano sicherte sich APG|SGA bis ins Jahr 2030 das exklusive Recht für sämtliche analoge und digitale Aussenwerbeangebote. In Zürich erhielt die APG|SGA den Zuschlag für die von ihr angestrebten Lose und das Recht für die Vermarktung von insgesamt 1'150 kommerziellen Flächen auf öffentlichem Grund bis Mitte 2023. In der Stadt Genf läuft nach wie vor ein rechtliches Verfahren gegen den Zuschlag an einen Konkurrenten. Mit einem Entscheid in diesem Verfahren ist erst im Verlauf von 2018 zu rechnen. Umso erfreulicher ist die Tatsache, dass die APG|SGA die Ausschreibung von «Parking Place de Cornavin» an bester Lage im Zentrum der Stadt Genf gewonnen hat und einen markanten Ausbau des Angebotes in Form von digitalen City ePanels und hinterleuchteten Flächen im «MetroShopping» vorantreiben konnte.

Konsequent vorangetrieben wurde die Digitalisierung von Top-Standorten. So wurden im Januar insgesamt 64 neue Escalator ePanels im Zürcher Hauptbahnhof in Betrieb genommen. In Lausanne stehen zudem seit Herbst in der «Métro m2» zusätzliche 12 Escalator ePanels zur Verfügung, welche ergänzt werden durch 12 City ePanels, 5 Rail ePanels sowie 2 City Boards. Im Zuge einer ebenfalls gewonnen Ausschreibung des zweitgrössten Einkaufszentrums der Schweiz, wurden in der «Mall of Switzerland» im November total 19 Shopping ePanels installiert. Damit bietet APG|SGA schweizweit in insgesamt 27 Einkaufszentren digitale Werbemöglichkeiten inmitten der Malls an. Ebenfalls an attraktiven Lagen befinden sich die Werbeflächen des stetig wachsenden SOCAR-Tankstellennetzes. Hier hat sich die APG|SGA in einem selektiven Auswahlverfahren durchgesetzt und wird künftig gemeinsam mit Socar Energy Switzerland das analoge Plakatstellen-Netz kontinuierlich ausbauen.

In der Stadt Winterthur hat sich hingegen ein Mitbewerber in einer Ausschreibung gegen APG|SGA aufgrund rein quantitativer Kriterien durchgesetzt und kann seit 1. Januar 2018 verschiedene analoge Werbeflächen auf öffentlichem Grund vermarkten. APG|SGA behält aber auch in Winterthur eine starke Marktstellung und kann den Werbetreibenden dank hochwertigen digitalen und hinterleuchteten Flächen sowie zahlreichen attraktiven Privatgrundflächen ein überzeugendes Angebot bieten.

Im Segment der Verkehrsmittelwerbung erhielt APG|SGA Traffic im Rahmen einer Ausschreibung von BERNMOBIL den Zuschlag für die Vermarktung und Bewirtschaftung sämtlicher analoger und digitaler Innen- und Aussenwerbeflächen. APG|SGA Mountain konnte langfristig die Partnerschaften mit mehreren grossen Bergbahnunternehmen verlängern, darunter Destinationen wie Pizol, St. Moriz-Corvatsch, Pilatus, Meiringen-Hasliberg und Verbier.

Ein Schwerpunkt der Aktivitäten bei APG|SGA lag im Berichtsjahr zudem auf der Konzeption und Erstellung der Eingabe für die Anfang des Jahres lancierte Ausschreibung von Fremdwerbeflächen auf dem SBB-Areal in der ganzen Schweiz. Im Rahmen eines kompetitiven, öffentlichen Ausschreibungsverfahrens konnte sich die APG|SGA gegen ihre Mitbewerber durchsetzen und erhielt im November 2017 von den SBB erfreulicherweise den Zuschlag für sämtliche Lose der analogen und digitalen Fremdwerbung sowie neu auch für die exklusive Vermarktung der Aussen- und Innenwerbung in Zügen. Mittlerweile hat ein unterlegener Mitbewerber nach dem Entscheid gegen das angewendete Ausschreibungsverfahren der SBB beim Bundesverwaltungsgericht eine Beschwerde erhoben. Aufgrund dessen sind die Vertragsverhandlungen sowie die Umsetzung der Konzepte bis zu einer entsprechenden Gerichtsentscheid ausgesetzt. Das Vermarktungsgeschäft der zurzeit laufenden, bestehenden Verträge mit den SBB ist davon nicht tangiert und wird von APG|SGA engagiert weitergeführt.

### Internationale Märkte

Die APG|SGA ist heute im Ausland nur noch in Serbien operativ tätig. In der Berichtsperiode haben sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Serbien verbessert, und die dortige Tochtergesellschaft Alma Quattro hat sich sehr erfreulich entwickelt.

Im Geschäftsjahr 2017 stieg der Verkaufserlös um 5.9% auf CHF 12.6 Mio. Skaleneffekte und Prozessoptimierungen waren die Haupttreiber für eine bedeutende Margenerhöhung.

Der neue Konzessionsvertrag basierend auf einem «Public Private Partnership-Model» mit der Stadt Belgrad wurde im ersten Quartal 2017 unterzeichnet, und die Umsetzung wurde lanciert. Alma Quattro ist die exklusive Partnerin der serbischen Hauptstadt in Sachen Stadtmöblierung und Werbung auf öffentlichem Grund. Zu den bereits bestehenden Werbeträgern sind noch zusätzliche, sehr attraktive Werbestandorte hinzugekommen. Der Rollout von digitalen Werbeträgern in der Innenstadt wurde im Dezember 2017 umgesetzt. Die Verkaufserfolge der digitalen Werbeträger in den ersten Wochen waren sehr vielversprechend.

Alma Quattro ist im serbischen Markt ausgezeichnet positioniert. Ein solides Leistungsportfolio und langfristige Verträge bilden das Fundament für eine erfolgreiche Zukunft.

### Organisation

Anlässlich der Generalversammlung vom 23. Mai 2017 wurden alle Mitglieder des Verwaltungsrates wiedergewählt. Das Gremium setzt sich somit weiterhin zusammen aus Dr. Daniel Hofer (Präsident), Robert Schmidli (Vizepräsident), Xavier Le Clef, Stéphane Prigent und Markus Scheidegger. Auch im operativen Management bleibt die Zusammensetzung unverändert.

### Dividende

Der Verwaltungsrat ist der Auffassung, dass aufgrund des positiven Jahresabschlusses als auch der starken Bilanz und einer nach wie vor hohen Net Cash Position wiederum eine Verdopplung der Dividende im Sinne einer sehr aktionärsfreundlichen Dividendenpolitik gerechtfertigt ist.

Der Verwaltungsrat schlägt der Generalversammlung deshalb für das Geschäftsjahr 2017 eine ordentliche Dividende von CHF 12 sowie einer Sonderdividende von CHF 12 vor. Dies entspricht einer Auszahlung von insgesamt CHF 24 (brutto) pro Aktie.

### Ausblick

Die fortlaufende Digitalisierung unseres Alltags und damit verbundene, nachhaltige Veränderungen des Medienkonsums führen dazu, dass auch die Werbeauftraggeber den Einsatz ihrer Werbeinvestitionen überprüfen und situativ auf die neuen Marktverhältnisse ausrichten. In diesem Kontext kann die Aussenwerbung ihre Position als einziges wirkliches Massenmedium weiter ausbauen und verzeichnet eine positive Dynamik. Mit dem Ausbau der digitalen Out of Home Produkte und neuen Planungs-, Buchungs- und Ausspielmöglichkeiten hat das Medium im intermedialen Wettbewerb eine ausgezeichnete Perspektive.

APG|SGA sieht sich für den intermedialen als auch den intramedialen Wettbewerb bestens gerüstet. Wir verfügen als einziger Anbieter über ein integrales, alle Kommunikationsräume in allen Regionen der Schweiz umfassendes analoges und digitales Angebotsportfolio, welches langfristig abgesichert ist und durch das Promotionsflächengeschäft ergänzt wird. Mit den zusätzlichen Angeboten von «APG|SGA Interaction», welche Mobile-Advertising wirkungsvoll mit Out of Home-Kampagnen verknüpft, sind wir als zuverlässiger



Partner der Werbewirtschaft in der Lage, aus einer Hand wirkungsvolle Zielgruppenansprachen entlang der gesamten Customer Journey Out of Home anzubieten.

Wir sind überzeugt, als «Pure Player» für Aussenwerbung sowohl den Werbekunden wie auch Städten, Gemeinden und privaten Grundeigentümern den grössten Mehrwert bieten zu können, heute und auch in Zukunft. Unsere über 550 Spezialisten in der Schweiz und in Serbien setzen sich mit grosser Sachkompetenz, Zuverlässigkeit und Innovationskraft ausschliesslich für die dynamische, erfolgreiche und nachhaltige Weiterentwicklung des Mediums ein. Mit den im Berichtsjahr erreichten Vertragsgewinnen, dem Ausbau von Technologie sowie weiteren Initiativen haben wir das Fundament für eine weiterhin positive Entwicklung gelegt. Wir sind fest entschlossen, auch im laufenden Jahr unsere Marktstellung zu sichern und unsere Rolle als Innovationsleader weiter aktiv unter Beweis zu stellen.

Der Verwaltungsrat und die Unternehmensleitung danken allen Mitarbeitenden für ihre engagierte, beeindruckende Arbeit und die erfreulichen Resultate. Und wir danken Ihnen, sehr geehrte Damen und Herren Aktionäre, für Ihr Interesse und das Vertrauen, das sie der APG|SGA entgegenbringen.



Dr. Daniel Hofer  
Präsident des Verwaltungsrates



Markus Ehrle  
Chief Executive Officer



## Konsolidierte Bilanz

### Aktiven

in 1 000 CHF	31.12.2017	31.12.2016
Immobilien	35 119	36 822
Werbeträger	23 328	21 406
Übrige Sachanlagen	5 281	5 920
<b>Sachanlagen</b>	<b>63 728</b>	<b>64 148</b>
Aktive latente Steuern	1 507	1 433
Beteiligungen an Gemeinschaftsorganisationen	210	
Übrige Finanzanlagen	7 156	3 648
<b>Finanzanlagen</b>	<b>8 873</b>	<b>5 081</b>
Goodwill	7 649	9 301
Vertragliche Werberechte	15 884	13 904
<b>Immaterielle Anlagen</b>	<b>23 533</b>	<b>23 205</b>
<b>Anlagevermögen</b>	<b>96 134</b>	<b>92 434</b>
Vorräte	2 465	2 294
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	38 186	43 431
Übrige Forderungen	4 152	2 030
Rechnungsabgrenzung Aktiven	5 692	6 712
Flüssige Mittel und Festgeldanlagen	90 490	126 817
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>140 985</b>	<b>181 284</b>
<b>Total</b>	<b>237 119</b>	<b>273 718</b>

### Passiven

in 1 000 CHF	31.12.2017	31.12.2016
Aktienkapital	7 800	7 800
Kapitalreserven	13 746	13 711
Eigene Aktien	-2 337	-377
Umrechnungsdifferenzen	-758	-2 474
Gewinnvortrag	101 865	123 106
<b>Eigenkapital</b>	<b>120 316</b>	<b>141 766</b>
Finanzverbindlichkeiten		179
Rückstellungen	10 760	8 297
Passive latente Steuern	5 550	6 117
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>	<b>16 310</b>	<b>14 593</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	15 654	20 288
Geschuldete Steuern	4 905	7 129
Übrige Verbindlichkeiten	22 492	27 429
Rechnungsabgrenzung Passiven	56 376	61 490
Rückstellungen	1 066	1 023
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>100 493</b>	<b>117 359</b>
<b>Fremdkapital</b>	<b>116 803</b>	<b>131 952</b>
<b>Total</b>	<b>237 119</b>	<b>273 718</b>

## Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1 000 CHF	2017	2016	Veränderung
Werbeertrag	300 693	315 361	-4.7%
Immobilienertag	1 650	1 827	-9.6%
Übriger Betriebsertrag	2 434	22 614	-89.2%
<b>Betriebsertrag</b>	<b>304 777</b>	<b>339 802</b>	<b>-10.3%</b>
Konzessionen und Kommissionen	-134 587	-141 898	-5.2%
Personalaufwand	-62 446	-65 341	-4.4%
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	-32 974	-31 245	5.5%
<b>Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>74 770</b>	<b>101 318</b>	<b>-26.2%</b>
Abschreibungen Sachanlagen	-11 018	-9 982	10.4%
Abschreibungen immaterielle Anlagen	-770	-897	-14.1%
Abschreibungen Goodwill	-1 652	-1 593	3.7%
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>61 330</b>	<b>88 846</b>	<b>-31.0%</b>
Finanzergebnis	1 966	-113	
Ergebnis an Gemeinschaftsorganisationen	-90		
<b>Ordentliches Ergebnis vor Ertragssteuern</b>	<b>63 206</b>	<b>88 733</b>	<b>-28.8%</b>
Ertragssteuern	-12 486	-18 210	-31.4%
<b>Konzernergebnis</b>	<b>50 720</b>	<b>70 523</b>	<b>-28.1%</b>
<b>Basis- und verwässerter Gewinn pro Aktie, in CHF</b>	<b>16.92</b>	<b>23.51</b>	<b>-28.0%</b>

## Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in 1 000 CHF	Aktienkapital	Kapital- reserven	Eigene Aktien	Umrech- nungs- differenzen	Gewinnvortrag	Eigenkapital
per 01.01.2016	7 800	13 672	-343	-2 232	121 550	<b>140 447</b>
Konzernergebnis					70 523	<b>70 523</b>
Umrechnungsdifferenzen				-242		<b>-242</b>
Ausschüttungen					-68 967	<b>-68 967</b>
Kauf eigene Aktien			-814			<b>-814</b>
Verkauf eigene Aktien		47	780			<b>827</b>
Eigenkapital Transaktionskosten		-8				<b>-8</b>
per 31.12.2016	7 800	13 711	-377	-2 474	123 106	<b>141 766</b>
Konzernergebnis					50 720	<b>50 720</b>
Umrechnungsdifferenzen				1 716		<b>1 716</b>
Ausschüttungen					-71 961	<b>-71 961</b>
Kauf eigene Aktien			-2 722			<b>-2 722</b>
Verkauf eigene Aktien		58	762			<b>820</b>
Eigenkapital Transaktionskosten		-23				<b>-23</b>
per 31.12.2017	7 800	13 746	-2 337	-758	101 865	<b>120 316</b>

## Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1 000 CHF	2017	2016
Konzernergebnis	50 720	70 523
Abschreibungen	13 440	12 472
Veränderung der Rückstellungen	-402	-1 124
Veränderung der latenten Steuern	-679	-125
Nicht liquiditätswirksames Finanzergebnis	-1 137	211
Gewinne aus Veräusserung von Anlagevermögen	-1 828	-22 643
Ergebnis an Gemeinschaftsorganisationen	90	
<b>Cash flow</b>	<b>60 204</b>	<b>59 314</b>
Veränderung der Vorräte	-143	-212
Veränderung Forderungen	3 912	-3 653
Veränderung aktive Rechnungsabgrenzung	1 034	-511
Veränderung Verbindlichkeiten	-11 952	5 279
Veränderung passive Rechnungsabgrenzung	-5 252	1 460
<b>Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)</b>	<b>47 803</b>	<b>61 677</b>
Erwerb von Sachanlagen	-10 963	-14 034
Erwerb von immateriellen Anlagen	-1 070	-10 944
Erwerb von Beteiligungen an Tochtergesellschaften	-284	-8 411
Erwerb von übrigen Finanzanlagen	-3 508	
Veräusserungserlös Sachanlagen	2 755	28 338
Veräusserungserlös immaterielle Anlagen	2 827	
<b>Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-10 243</b>	<b>-5 051</b>
Kauf eigene Aktien	-2 722	-814
Verkauf eigene Aktien	800	819
Aufnahme von Finanzverbindlichkeiten		183
Rückzahlung von Finanzverbindlichkeiten	-189	
Dividenden an Aktionäre APG SGA AG	-71 961	-68 967
<b>Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-74 072</b>	<b>-68 779</b>
Fremdwährungseinflüsse auf flüssigen Mitteln	185	-18
<b>Veränderung der flüssigen Mittel</b>	<b>-36 327</b>	<b>-12 171</b>
Bestand flüssige Mittel per 1. Januar	126 817	138 988
Bestand flüssige Mittel per 31. Dezember	90 490	126 817

## Anhang zur Konzernrechnung

### Grundsätze zur Rechnungslegung der APG|SGA AG

Der vorliegende Bericht umfasst den geprüften Jahresabschluss für die am 31. Dezember 2017 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 Berichtsjahr wurde der Konsolidierungskreis gegenüber der Vorjahresperiode durch die erstmalige Konsolidierung der TAQ Belgrad per 12.04.2017 verändert. Bei der TAQ Belgrad handelt es sich um eine Gemeinschaftsorganisation, an welcher unsere serbische Tochtergesellschaft Alma Quattro eine 50%-Beteiligung hält. Diese Beteiligung wird nach der Equity Methode konsolidiert.

Im Vorjahr wurde der Konsolidierungskreis gegenüber der Vorjahresperiode durch die Übernahme und erstmalige Vollkonsolidierung der AlpenPlakat AG per 01.03.2016 verändert. Der Goodwill erhöhte sich durch diese Akquisition um CHF 7.0 Mio. Die übrigen wichtigsten Bilanzpositionen betreffen Werbeträger (CHF 1.2 Mio.), flüssige Mittel (CHF 0.3 Mio.), Forderungen und aktive Rechnungsabgrenzungen (CHF 0.5 Mio.) sowie kurzfristige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzungen (CHF 0.3 Mio.).

### Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Der vorliegende Abschluss wurde durch den Verwaltungsrat am 23. Februar 2018 genehmigt.

### Begriffserklärungen Finanzen

#### EBITDA

Earnings before interest, taxes, depreciation of property, plant, and equipment, and amortization of intangible assets: Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und Amortisationen auf immaterielle Vermögenswerte

#### EBIT

Earnings before interest and taxes: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

#### Free Cash flow

Mittelfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit abzüglich Mittelfluss aus Investitionstätigkeit

#### Nettoumlaufvermögen

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen plus Vorräte minus Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

#### Nettoverschuldung (Net debt)

Verzinsliches Fremdkapital abzüglich zinstragendes Umlaufvermögen (flüssige Mittel, Wertschriften)

#### Payout ratio

Ausschüttung in % des Nettoergebnisses

## Termine

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

Mittwoch, 28. Februar 2018, Zürich

### **Veröffentlichung des Geschäftsberichtes**

Freitag, 20. April 2018

### **Generalversammlung**

Donnerstag, 24. Mai 2018, Genf

### **Bekanntgabe des Halbjahresabschlusses**

Freitag, 27. Juli 2018

## 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  
APG|SGA AG  
Carrefour de Rive 1  
CH-1207 Genève  
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 Grossformate bis hin zu modernsten digitalen Werbeflächen sowie Sonderwerbeformen, Promotionen und Mobile-Werbung. Im Kontakt mit ihren Kunden, den Behörden und der Werbewirtschaft steht APG|SGA für Nachhaltigkeit, Innovation und Kompetenz.

Gedruckt in der Schweiz  
Februar 2018  
Alle Rechte vorbehalten

