

Aktionärsbrief



Überzeugende operative Leistung und leichte Steigerung Nettoergebnis.
 Geringer Umsatzrückgang aufgrund reduziertem Werbeinventar.
 Positive Entwicklung der digitalen Angebote.
 Erfolgreiche Etablierung der neuen Geschäftseinheiten.

In Kürze (bereinigt um Sondereffekte)

- Leichte Abnahme der Verkaufserlöse um 2.9% auf CHF 146.0 Mio.
- Anteil des Umsatzes International beträgt 4.2% des Gruppenumsatzes
- EBITDA-Marge: 25.2% (Vorjahresperiode: 24.7%)
- EBIT-Marge: 20.7% (Vorjahresperiode: 20.7%)
- Steigerung des Nettoergebnisses um 1.7%

Kennzahlen

| in 1 000 CHF | 1. Semester 2017 | 1. Semester 2016 | 1. Semester 2016 bereinigt um Sondereffekte ¹ | Veränderung | Veränderung bereinigt um Sondereffekte |
|--|---------------------|---------------------|--|-------------|--|
| Verkaufserlös | 146 023 | 150 446 | 150 446 | –2.9% | –2.9% |
| – Schweiz | 139 869 | 144 255 | 144 255 | –3.0% | –3.0% |
| – International | 6 154 | 6 191 | 6 191 | –0.6% | –0.6% |
| Betriebsertrag | 149 302 | 174 055 | 151 441 | –14.2% | –1.4% |
| EBITDA | 37 668 | 59 950 | 37 400 | –37.2% | 0.7% |
| – in % des Betriebsertrages | 25.2% | 34.4% | 24.7% | | |
| EBIT | 30 943 | 53 829 | 31 279 | –42.5% | –1.1% |
| – in % des Betriebsertrages | 20.7% | 30.9% | 20.7% | | |
| Nettoergebnis | 25 189 | 42 749 | 24 776 | –41.1% | 1.7% |
| – in % des Betriebsertrages | 16.9% | 24.6% | 16.4% | | |
| Cash flow | 27 963 | 22 889 | 22 889 | 22.2% | 22.2% |
| Free Cash flow | –15 190 | 20 464 | –7 576 | –174.2% | –100.5% |
| Investitionen Sachanlagen | 3 585 | 4 897 | 4 897 | –26.8% | –26.8% |
| – Werbeträger | 1 956 | 2 148 | 2 148 | –8.9% | –8.9% |
| – Übrige Anlagen | 1 629 | 2 749 | 2 749 | –40.7% | –40.7% |
| Nettoergebnis pro Aktie, in CHF | 8.40 | 14.25 | 8.26 | –41.1% | 1.7% |

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

EBIT: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

¹ bereinigt um die Auswirkungen der Liegenschaftsverkäufe

Sehr geehrte Damen und Herren

Allgemeine Geschäftsentwicklung

Der Geschäftsverlauf im ersten Semester 2017 darf als positiv bewertet werden. Die Verkaufserlöse lagen mit insgesamt CHF 146.0 Mio. zwar leicht unter jenen des Vorjahres. Dieser Rückgang ist aber insofern begründet, da sich unser Werbeinventar in der Schweiz aufgrund der nicht verlängerten Verträge mit den Städten Luzern und Genf sowie den Verkehrsbetrieben Zürich (VBZ) gegenüber der Vorjahresperiode entsprechend verkleinerte. Trotz des leichten Umsatzrückgangs gelang es, mittels Kostensenkungen und anderen Massnahmen die Rentabilität auf hohem Niveau zu halten und das Nettoergebnis gegenüber dem Vorjahr nochmals um 1.7% zu steigern. Auch die Gesellschaft in Serbien durfte wiederum ein ansprechendes erstes Halbjahr verzeichnen.

APG|SGA Gruppe

Im ersten Halbjahr 2017 hat die APG|SGA Gruppe einen Verkaufserlös von insgesamt CHF 146.0 Mio. erzielt und liegt damit 2.9% unter der Vorjahresperiode (CHF 150.4 Mio.). Die Immobilienerträge von CHF 0.8 Mio. liegen 15.1% unter der Vorjahresperiode. Mit dem Verkauf der Liegenschaft in Basel per Ende Juni 2016 verringerten sich auch die damit verbundenen Mieterträge. Im übrigen Betriebsertrag konnte ein Betrag von CHF 2.4 Mio. ausgewiesen werden. Dies steht im Zusammenhang mit dem Verkauf von nicht mehr benötigten Sachanlagen.

Der Aufwand für Konzessionen und Kommissionen im Verhältnis zum bereinigten Betriebsertrag liegt bei 44.6% und somit leicht über dem Vorjahresniveau. Der Personalaufwand hat sich gegenüber der Vorjahresperiode um 3.5% verringert. Einen Teil dieser Abnahme ist durch das Outsourcing gewisser IT-Funktionen begründet. Ein anderer Teil ist durch weitere Prozessoptimierungen entstanden. Der Betriebs- und Verwaltungsaufwand liegt um 3.9% unter der Vorjahresperiode. Trotz Aufbaukosten für neue Geschäftsfelder konnten die Gesamtaufwände dank striktem Kostenmanagement weiter gesenkt werden. Die operativen Margen konnten in der Grössenordnung der Vorjahresperiode gehalten werden und erreichten auf Stufe EBITDA 25.2% und auf Stufe EBIT 20.7%.

Das Nettoergebnis für das erste Halbjahr 2017 beläuft sich auf CHF 25.2 Mio. Dies ist eine Steigerung gegenüber der Vorjahresperiode von 1.7%. Nebst dem guten operativen Resultat haben auch die positiven Finanzerträge dazu beigetragen.

Cash flow

Der Cash flow des ersten Halbjahres 2017 beläuft sich auf CHF 28.0 Mio. (Vorjahresperiode: CHF 22.9 Mio.) Der Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit beträgt CHF –10.7 Mio. (Vorjahresperiode CHF 3.5 Mio.). Dieser Betrag unterliegt einer starken Saisonalität und ist jeweils im ersten Halbjahr bedeutend tiefer als im zweiten Halbjahr. Es wurden Investitionen in Sachanlagen im Betrag von CHF 3.3 Mio. (Vorjahresperiode: CHF 4.9 Mio.) getätigt. Der Free Cash flow beträgt CHF –15.2 Mio.

Bilanz

Die Bilanzsumme hat gegenüber der Bilanz vom 31.12.2016 um 30.7% abgenommen und beträgt per 30.06.2017 CHF 189.7 Mio. Die Abnahme ist vor allem auf die Dividendenzahlung zurückzuführen. Das kurzfristige Fremdkapital hat sich aus saisonalen Gründen reduziert.

Die immateriellen Anlagen belaufen sich auf 12.3% der Bilanzsumme. Per 30.06.2017 beträgt die Net Cash Position CHF 39.7 Mio. Gegenüber der Bilanz vom 31.12.16 haben vor allem die Dividendenzahlung sowie Zahlungen für Konzessionen diese Kennzahl beeinflusst.

Das Eigenkapital beträgt CHF 95.6 Mio., was einem Eigenfinanzierungsgrad von 50.4% entspricht.

Markt Schweiz

Die Netto-Verkaufserlöse von CHF 139.9 Mio. lagen 3.0% unter dem Vorjahr. Der Rückgang ist in erster Linie auf die hohe Vergleichsbasis aufgrund der nicht erneuerten Verträge mit den Städten Luzern und Genf sowie den Verkehrsbetrieben der Stadt Zürich (VBZ) zurückzuführen. Die Entwicklung der Verkaufserlöse war insbesondere bei den digitalen Angeboten sowie bei den grossformatigen Angeboten erfreulich.

In den Kundensegmenten ist der Umsatz-Mix zwischen national und regional Werbetreibenden nach wie vor ausgeglichen. Die Umsätze im Buchungstool «PosterDirect», welches auf die Bedürfnisse von KMU sowie Privatkunden ausgerichtet ist, konnten um über 31% gesteigert werden. Damit und mit dem einzigartigen integralen, alle Kommunikationsräume übergreifenden, analogen und digitalen Aussenwerbeangebot der APG|SGA konnten zudem wiederum neue Kunden für das Medium «Out of Home» begeistert werden.

Zudem baut APG|SGA mit der anfangs Februar erfolgten Lancierung der neuen Segmentmarke «APG|SGA Interaction» ihre Aktivitäten im Bereich Mobile Media, Interactive und Data Collecting aus. Dahinter steht die Überzeugung, dass Mobile Media ein zunehmend integrierter Bestandteil des Out of Home Media-Marktes ist, denn die wachsende mobile Internetnutzung im Kontext mit Aussenwerbung ermöglicht wirkungsvolle, kombinierte Zielgruppenansprachen entlang der Customer Journey. Die Marktfeedbacks auf diese Initiative waren positiv und die Nachfrage nach den Dienstleistungen von «APG|SGA Interaction» ist denn auch bereits erfreulich. Im April wurde die APG|SGA, zusammen mit dem LINK Institut, mit dem Europäischen Forschungspreis 2017 für ihr innovatives Online-Marktforschungsprojekt unter Einsatz der Beacon-Technologie ausgezeichnet: Mittels der Verknüpfung von Plakatstellen, Beacons und einer eigens entwickelten App konnte die Werbewirkung von Plakatkampagnen nachgewiesen werden.

Im Bereich des Vertragsportfolios hat APG|SGA im Rahmen von öffentlichen Ausschreibeverfahren verschiedene, wichtige Weichen für die Zukunft stellen können. So behauptete die APG|SGA ihre starke Position in der Stadt Basel, wo sie den Zuschlag für sämtliche, bestehende Flächen in den Formaten F200, F12 und F4 und wie auch für über 250 Leuchtplakate im Format F200 sowie für die Erstellung von 22 digitalen City ePanels erhalten hat. 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 für 5 Jahre. 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 erhält das Recht für die Vermarktung von insgesamt 1'150 kommerziellen Flächen auf öffentlichem Grund bis Mitte 2023.

In der Stadt Genf läuft ein juristischer Prozess gegen den Zuschlagsentscheid an einen lokalen Konkurrenten. Mit einem kurzfristigen Entscheid ist in diesem Rekursverfahren leider nicht zu rechnen. Umso erfreulicher ist die Tatsache, dass die APG|SGA die Ausschreibung von «Parking Place de Cornavin» im Herzen der Stadt Genf gewonnen hat und einen massiven Ausbau des Angebotes in Form von digitalen City ePanels und hinterleuchteten Flächen im «MetroShopping» vorantreiben kann.

Konsequent vorangetrieben wird die Digitalisierung von Top-Standorten. So wurden im Januar 64 neue Escalator ePanels im Zürcher Hauptbahnhof in Betrieb genommen und ebenfalls in Zürich wurden 6 Shopping ePanels im Einkaufszentrum Neumarkt installiert. Damit bietet APG|SGA schweizweit in insgesamt 25 Einkaufszentren digitale Werbemöglichkeiten inmitten der Malls an. Ebenfalls an attraktiven Lagen befindet sich das stetig wachsende SOCAR-Tankstellennetz. Hier hat sich die APG|SGA in einem selektiven Auswahlverfahren durchgesetzt und wird künftig gemeinsam mit Socar Energy Switzerland das analoge Plakatstellen-Netz an interessanten Points-of-Sale (POS) kontinuierlich ausbauen.

APG|SGA wird sich auch an der laufenden Ausschreibung der SBB für die Vermarktung der Fremdwerbung (ab 2019) beteiligen. Einerseits geht es um die Verlängerung der bisher durch die APG|SGA vermarkteten analogen und digitalen Flächen. Andererseits geht es in dieser Ausschreibung um die bisher durch die SBB selber vermarkteten Innen- und Aussenflächen der Züge sowie das Mobile- und Online-Portfolio.

Im Segment der Verkehrsmittelwerbung erhielt APG|SGA Traffic – wie am 29. Juni 2017 kommuniziert – im Rahmen einer Ausschreibung von BERNMOBIL den Zuschlag für die Vermarktung und Bewirtschaftung bis Ende 2022 sämtlicher analoger und digitaler Innen- und Aussenwerbeflächen und kann damit ihr über 100-jähriges Engagement in der Bundeshauptstadt weiterführen.

Internationale Märkte

Die APG|SGA ist im Ausland nur noch in Serbien operativ tätig, wo sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen verbessert haben. Diese positive Entwicklung setzt sich auch im Jahr 2017 fort und es wird ein Wirtschaftswachstum von 3.0% erwartet. (National Bank of Serbia, Macroeconomic Developments in Serbia, June 2017).

Die dortige APG|SGA-Gesellschaft, Alma Quattro d.o.o., konnte in der Berichtsperiode einen Umsatz von CHF 6.2 Mio. erreichen. Dies entspricht in etwa dem Umsatz der Vorjahresperiode, der sehr positiv durch die vorgezogenen Wahlen beeinflusst war.

Im Rahmen des neuen Konzessionsvertrages mit der Stadt Belgrad, findet aktuell der roll-out von zusätzlichen Werbeträgern an attraktiven Standorten statt.

Alma Quattro und die lokale IT Gesellschaft Tegetlab haben ein Joint-Venture gegründet, um gemeinsam den rasant wachsenden Mobile Marketing Markt in Serbien zu bearbeiten. Die Firma, TAQ d.o.o., bietet ab sofort gratis WiFi für die Bürger und Besucher der Hauptstadt Belgrad an. Im Gegenzug wird über die App gezielt Werbung verkauft. Die App erlaubt dem Kunden zielgerichtet orts- und kundenspezifisch seine Werbung zu schalten. Der Kunde erledigt Mediabuying und Content-Erstellung online und erhält Echtzeit-Auswertungen über die Effizienz der Kampagne.

Alma Quattro hat ein überzeugendes Leistungsportfolio, das weiter ausgebaut werden kann. Dank der starken Marktstellung und der effizienten lokalen Organisation leistet Alma Quattro einen erfreulichen Beitrag zum Unternehmenserfolg.

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.

Ausblick

Die Aussenwerbung spielt bezüglich schnellem Reichweitenaufbau, Kontaktkumulation sowie ihrer garantierten, hohen Visibilität eine wichtige Rolle im Kommunikations-Mix. Die APG|SGA bietet dabei den Werbekunden ein einzigartiges integrales Dienstleistungs- und Angebots-Portfolio an, welches Werbeflächen in allen Kommunikationsräumen – in analoger und digitaler Form – umfasst. Dieses Angebot wird ergänzt durch die Vermietung von Promotionsplätzen für Sampling und Live-Communication sowie die Planung und Abwicklung von Mobile Media-Kampagnen. Damit bietet APG|SGA den Werbekunden und ihren Agenturen äusserst effiziente Zielgruppenansprachen und neue interaktive Werbeformen aus einer einzigen Hand.

APG|SGA ist fest entschlossen, auch im laufenden Jahr ihre starke Marktstellung und ihre Rolle als Innovationsleaderin – sowohl im analogen als auch im digitalen Bereich – weiter unter Beweis zu stellen. So wird die APG|SGA mit Installationen von weiteren City ePanels, beispielsweise in Basel, Lausanne (Mètro m2) oder Genf ihr Angebot auch auf dem öffentlichen Grund kontinuierlich ausbauen.

Damit und weiteren Aktivitäten im Rahmen der digitalen Transformation werden wir den Aussenwerbemarkt und unsere Unternehmung in einem dynamischen Wettbewerbsumfeld weiter erfolgreich und nachhaltig entwickeln. Performance, Qualität, Zuverlässigkeit und Solidität sind wichtige Gründe für Städte, Gemeinden und private Grundeigentümer sowie die Werbetreibenden wieso die APG|SGA auch in Zukunft ein bevorzugter Vertragspartner ist.

Wir danken Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, für Ihr grosses Interesse und Ihre geschätzte Unterstützung.



Dr. Daniel Hofer
Präsident des Verwaltungsrates



Markus Ehrle
Chief Executive Officer

Konsolidierte Bilanz

Aktiven

| in 1 000 CHF | 30.06.2017 | 31.12.2016 |
|--|----------------|----------------|
| Immobilien | 36 030 | 36 822 |
| Werbeträger | 20 252 | 21 406 |
| Übrige Sachanlagen | 5 940 | 5 920 |
| Sachanlagen | 62 222 | 64 148 |
| Aktive latente Steuern | 1 433 | 1 433 |
| Beteiligungen an Gemeinschaftsorganisationen | 253 | |
| Übrige Finanzanlagen | 6 930 | 3 648 |
| Finanzanlagen | 8 616 | 5 081 |
| Goodwill | 8 475 | 9 301 |
| Vertragliche Werberechte | 14 902 | 13 904 |
| Immaterielle Anlagen | 23 377 | 23 205 |
| Anlagevermögen | 94 215 | 92 434 |
| Vorräte | 2 410 | 2 294 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 36 680 | 43 431 |
| Übrige Forderungen | 6 689 | 2 030 |
| Rechnungsabgrenzung Aktiven | 10 018 | 6 712 |
| Flüssige Mittel und Festgeldanlagen | 39 707 | 126 817 |
| Umlaufvermögen | 95 504 | 181 284 |
| Total | 189 719 | 273 718 |

Passiven

| in 1 000 CHF | 30.06.2017 | 31.12.2016 |
|--|----------------|----------------|
| Aktienkapital | 7 800 | 7 800 |
| Kapitalreserven | 13 763 | 13 711 |
| Eigene Aktien | -324 | -377 |
| Umrechnungsdifferenzen | -1 956 | -2 474 |
| Gewinnvortrag | 76 334 | 123 106 |
| Eigenkapital | 95 617 | 141 766 |
| Finanzverbindlichkeiten | 1 | 179 |
| Rückstellungen | 11 556 | 8 297 |
| Passive latente Steuern | 5 528 | 6 117 |
| Langfristiges Fremdkapital | 17 085 | 14 593 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 4 656 | 20 288 |
| Geschuldete Steuern | 1 742 | 7 129 |
| Übrige Verbindlichkeiten | 22 672 | 27 429 |
| Rechnungsabgrenzung Passiven | 46 944 | 61 490 |
| Rückstellungen | 1 003 | 1 023 |
| Kurzfristiges Fremdkapital | 77 017 | 117 359 |
| Fremdkapital | 94 102 | 131 952 |
| Total | 189 719 | 273 718 |

Konsolidierte Erfolgsrechnung

| in 1 000 CHF | 1. Semester 2017 | 1. Semester 2016 | Veränderung |
|---|------------------|------------------|---------------|
| Werbeertrag | 146 023 | 150 446 | -2.9% |
| Immobilienenertrag | 845 | 995 | -15.1% |
| Übriger Betriebsertrag | 2 434 | 22 614 | -89.2% |
| Betriebsertrag | 149 302 | 174 055 | -14.2% |
| Konzessionen und Kommissionen | -66 626 | -67 408 | -1.2% |
| Personalaufwand | -31 667 | -32 816 | -3.5% |
| Betriebs- und Verwaltungsaufwand | -13 341 | -13 881 | -3.9% |
| Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) | 37 668 | 59 950 | -37.2% |
| Abschreibungen Sachanlagen | -5 501 | -4 902 | 12.2% |
| Abschreibungen immaterielle Anlagen | -398 | -451 | -11.8% |
| Abschreibungen Goodwill | -826 | -768 | 7.6% |
| Betriebsergebnis (EBIT) | 30 943 | 53 829 | -42.5% |
| Finanzergebnis | 609 | -31 | |
| Ergebnis an Gemeinschaftsorganisationen | -27 | | |
| Ordentliches Ergebnis vor Ertragssteuern | 31 525 | 53 798 | -41.4% |
| Ertragssteuern | -6 336 | -11 049 | -42.7% |
| Konzernergebnis | 25 189 | 42 749 | -41.1% |
| Basis- und verwässerter Gewinn pro Aktie, in CHF | 8.40 | 14.25 | -41.1% |

Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

| in 1 000 CHF | Aktienkapital | Kapital- reserven | Eigene Aktien | Umrechnungs- differenzen | Gewinnvortrag | Total Eigenkapital |
|---------------------------------|---------------|----------------------|------------------|-----------------------------|---------------|-----------------------|
| per 01.01.2016 | 7 800 | 13 672 | -343 | -2 232 | 121 550 | 140 447 |
| Konzernergebnis | | | | | 42 749 | 42 749 |
| Umrechnungsdifferenzen | | | | -102 | | -102 |
| Ausschüttungen | | | | | -68 967 | -68 967 |
| Kauf eigene Aktien | | | -514 | | | -514 |
| Verkauf eigene Aktien | | 45 | 771 | | | 816 |
| Eigenkapital Transaktionskosten | | -5 | | | | -5 |
| per 30.06.2016 | 7 800 | 13 712 | -86 | -2 334 | 95 332 | 114 424 |
| per 01.01.2017 | 7 800 | 13 711 | -377 | -2 474 | 123 106 | 141 766 |
| Konzernergebnis | | | | | 25 189 | 25 189 |
| Umrechnungsdifferenzen | | | | 518 | | 518 |
| Ausschüttungen | | | | | -71 961 | -71 961 |
| Kauf eigene Aktien | | | -613 | | | -613 |
| Verkauf eigene Aktien | | 58 | 666 | | | 724 |
| Eigenkapital Transaktionskosten | | -6 | | | | -6 |
| per 30.06.2017 | 7 800 | 13 763 | -324 | -1 956 | 76 334 | 95 617 |

Konsolidierte Geldflussrechnung

| in 1 000 CHF | 1. Semester 2017 | 1. Semester 2016 |
|--|------------------|------------------|
| Konzernergebnis | 25 189 | 42 749 |
| Abschreibungen | 6 725 | 6 121 |
| Veränderung der Rückstellungen | -445 | -2 885 |
| Veränderung der latenten Steuern | -594 | -500 |
| Nicht liquiditätswirksames Finanzergebnis | -480 | 8 |
| Gewinne aus Veräusserung von Anlagevermögen | -2 459 | -22 604 |
| Ergebnis an Gemeinschaftsorganisationen | 27 | |
| Cash flow | 27 963 | 22 889 |
| Veränderung der Vorräte | -107 | -372 |
| Veränderung Forderungen | 5 174 | 2 653 |
| Veränderung aktive Rechnungsabgrenzung | -3 289 | -2 602 |
| Veränderung Verbindlichkeiten | -25 821 | -12 373 |
| Veränderung passive Rechnungsabgrenzung | -14 587 | -6 697 |
| Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow) | -10 667 | 3 498 |
| Erwerb von Sachanlagen | -3 585 | -4 897 |
| Erwerb von immateriellen Anlagen | | -10 |
| Erwerb von Finanzanlagen | -3 282 | |
| Erwerb von Beteiligungen an Tochtergesellschaften | -271 | -8 411 |
| Veräusserungserlös Sachanlagen | 2 615 | 28 076 |
| Veräusserungserlös Finanzanlagen | | 2 208 |
| Geldfluss aus Investitionstätigkeit | -4 523 | 16 966 |
| Kauf eigene Aktien | -613 | -514 |
| Verkauf eigene Aktien | 722 | 811 |
| Rückzahlung/Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten | -179 | 219 |
| Dividenden an Aktionäre APG SGA AG | -71 961 | -68 967 |
| Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit | -72 031 | -68 451 |
| Fremdwährungseinflüsse auf flüssigen Mitteln | 111 | -6 |
| Veränderung der flüssigen Mittel | -87 110 | -47 993 |
| Bestand flüssige Mittel per 1. Januar | 126 817 | 138 988 |
| Bestand flüssige Mittel per 30. Juni | 39 707 | 90 995 |

Anhang zur Konzernrechnung

Grundsätze zur Rechnungslegung der APG|SGA AG

Die vorliegende Zwischenberichterstattung umfasst den nicht geprüften Halbjahresabschluss für die am 30. Juni 2017 endende Berichtsperiode. Die konsolidierte Halbjahresrechnung wurde in Übereinstimmung mit den Anforderungen zum Zwischenabschluss nach Swiss GAAP FER 31 *Ergänzende Fachempfehlung für kotierte Unternehmen*, welche im Vergleich zu einer Jahresrechnung Verkürzungen im Ausweis und der Offenlegung zulässt, und dem Kotierungsreglement der Schweizer Börse SIX erstellt.

Die Anpassungen bei Swiss GAAP FER betreffend Umsatz (Rahmenkonzept sowie FER 3 und FER 6) wurden erstmals ab 1. Januar 2016 angewendet und haben für die APG|SGA keinen Einfluss.

APG|SGA weist keine Segmentergebnisse in ihrer Finanzberichterstattung aus, weil ihre direkten Konkurrenten in der Schweiz sowie in Serbien ebenfalls keine Segmentresultate veröffentlichen. Eine Offenlegung würde für die APG|SGA wegen der geringen Diversifikation im Ausland zu einem erheblichen Wettbewerbsnachteil führen.

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.

Unser Geschäft unterliegt saisonalen Schwankungen.

Veränderungen des Konsolidierungskreises und Minderheitsanteile

Im ersten Semester 2017 wurde der Konsolidierungskreis gegenüber der Vorjahrsperiode durch die erstmalige Konsolidierung der TAQ Belgrad per 12.4.2017 verändert. Bei der TAQ Belgrad handelt es sich um eine Gemeinschaftsorganisation, an welcher unsere serbische Tochtergesellschaft Alma Quattro 50% Beteiligung hält. Diese Beteiligung wird nach der Equity Methode konsolidiert.

Im ersten Semester des Vorjahres wurde der Konsolidierungskreis gegenüber der Vorjahresperiode durch die Übernahme und erstmalige Vollkonsolidierung der AlpenPlakat AG per 1.3.2016 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.).

Veränderung des Eigenkapitals

Am 23. Mai 2017 hat die Generalversammlung die Ausschüttung einer Dividende von CHF 24.00 brutto pro Aktie für das Geschäftsjahr 2016 beschlossen. Die Dividende wurde auf allen im Umlauf befindlichen Aktien ausbezahlt.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Der vorliegende Abschluss wurde durch den Verwaltungsrat am 25. Juli 2017 genehmigt.

Termine

Pressekonzferenz 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

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

Gearing

Verschuldungsgrad: Nettoverschuldung in % des Eigenkapitals

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

P/E ratio

Price/Earnings ratio: Aktienkurs im Verhältnis zum Gewinn pro Aktie

ROE

Return on equity: Nettoergebnis in % des durchschnittlichen Eigenkapitals (Eigenkapitalrendite)

ROIC

Return on invested capital: Betriebsergebnis in % des durchschnittlich betrieblich gebundenen Vermögens, ohne flüssige Mittel, abzüglich unverzinsliches Fremdkapital

Der vorliegende Aktionärsbrief ist in deutscher,
französischer und englischer Sprache erhältlich.
Die deutsche Version ist rechtlich verbindlich.



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 Zürcher Börse SIX 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
Juli 2017
Alle Rechte vorbehalten

