

2013

Im Zentrum
der Mobilität

APG|SGA Geschäftsbericht

Das Geschäftsjahr im Überblick

Meilensteine 2013

- Erfolgreiche Weiterentwicklung der Geschäftsfelder in der Schweiz.
- Vollständige Übernahme der Impacta AG und Ecofer AG.
- Marktausstieg aus Rumänien und Montenegro umgesetzt.
- Zusätzliche nachhaltige Kostensenkungen.
- Positive Ertragslage und starke Bilanz.
- Dividende/Sonderdividende von insgesamt CHF 12 pro Aktie.

Wichtige Kennzahlen

Verkaufserlös

in CHF

304.3 Mio.

Betriebsergebnis (EBIT)

in CHF

61.9 Mio.

Entwicklung APG|SGA Aktienkurs 2013

in CHF



Kennzahlen APG|SGA Gruppe

in 1000 CHF

	2013	2012 angepasst von IFRS auf Swiss GAAP FER	Veränderung	2013 bereinigt um Sondereffekte ¹	2012 bereinigt um Sondereffekte ²	Veränderung bereinigt um Sondereffekte
Verkaufserlös	304 283	317 644	-4.2%	304 283	317 644	-4.2%
– Schweiz	289 056	297 111	-2.7%	289 056	297 111	-2.7%
– International	15 227	20 533	-25.9%	15 227	20 533	-25.9%
Betriebsertrag	310 796	322 624	-3.7%	310 796	322 624	-3.7%
EBITDA	72 696	54 664	33.0%	72 696	75 400	-3.6%
– in % des Betriebsertrages	23.4%	16.9%		23.4%	23.4%	
Betriebsergebnis (EBIT)	61 908	34 755	78.1%	61 908	64 210	-3.6%
– in % des Betriebsertrages	19.9%	10.8%		19.9%	19.9%	
Konzernergebnis	49 463	23 289	112.4%	49 463	48 340	2.3%
– in % des Betriebsertrages	15.9%	7.2%		15.9%	15.0%	
Nettoergebnis	47 705	21 311	123.9%	47 705	46 362	2.9%
– in % des Betriebsertrages	15.3%	6.6%		15.3%	14.4%	
Cash flow	52 335	42 377	23.5%	52 335	58 709	-10.9%
Free Cash flow	60 099	44 249	35.8%	60 099	60 581	-0.8%
Investitionen Sachanlagen	6 705	5 350	25.3%	6 705	5 350	25.3%
– Werbeträger	3 885	3 033	28.1%	3 885	3 033	28.1%
– Übrige Anlagen	2 820	2 317	21.7%	2 820	2 317	21.7%
Nettoergebnis pro Aktie, in CHF	16.19	7.25	123.3%	16.19	15.77	2.7%

¹ Sondereffekte 2013: Keine

² Sondereffekte 2012: Ausserordentliche Kosten im Zusammenhang mit der Pensionskasse (Planumstellung und Sanierung) sowie Abschreibung Goodwill

Inhalt

Entwicklung Konzern

- 3–5** Bericht des Präsidenten des Verwaltungsrates und des CEO
- 6–7** Finanzbericht
- 8** Die wichtigsten Kennzahlen
- 9** Entwicklung der Aktie

Geschäftsentwicklung Schweiz

- 12** APG|SGA
- 12–13** – Partner & Product Management
- 14–15** – Werbemarkt & Segmentgesellschaften Schweiz
- 18–19** – Marketing & Business Development
- 20–21** – Logistik
- 24–25** APG|SGA Airport
- 26–27** APG|SGA Mega Poster
- 28–29** APG|SGA Mountain
- 30–31** APG|SGA Traffic
- 34–35** Impacta APG|SGA, Ecofer APG|SGA

Geschäftsentwicklung International

- 36–37** APG|SGA International

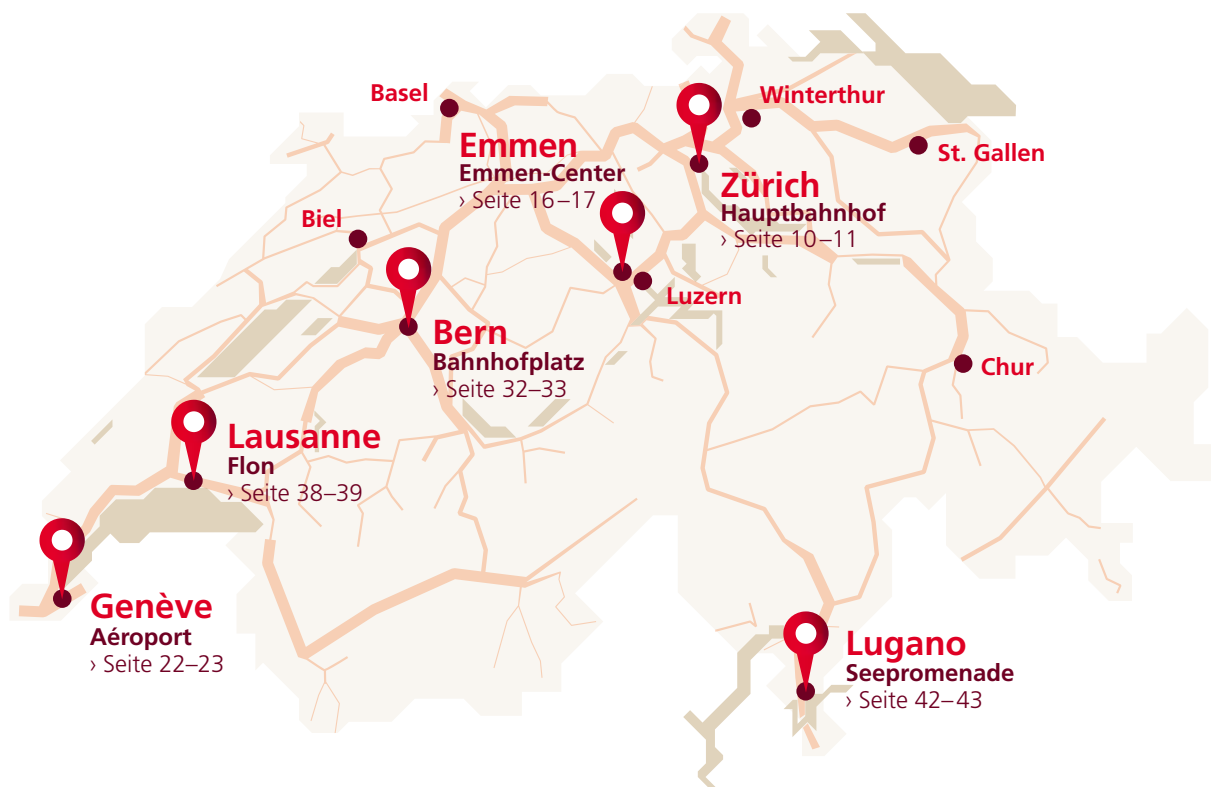
Corporate Governance

- 40–41** Human Resources
- 44–52** Corporate Governance
- 53–57** Auszug aus dem Finanzbericht
- 58** Kontakt

Mittendrin in den Zentren der Mobilität

Mit unseren über 150 000 Werbeflächen sind wir direkt an den zentralen Standorten, in den Verkehrsmitteln und an den Mobilitätsachsen der Schweiz präsent. Wir sind da, wo die Menschen leben, arbeiten, einkaufen und ihre Freizeit genießen.

An diesen Orten bieten wir unseren Kunden eine Vielfalt an digitalen und analogen Out of Home Lösungen, um ihre Zielgruppen zu erreichen. Aus unserem schweizweiten Angebot haben wir für diesen Bericht den Fokus auf sechs Mobilitätszentren mit einer Darstellung der dort vorhandenen APG|SGA Werbeflächen gelegt.



Hauptverkehrsadern der Schweiz

Quelle: Bundesamt für Statistik, 2005



Sehr geehrte Damen und Herren

Allgemeine Geschäftsentwicklung

Die APG|SGA darf wiederum auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken, in welchem die Wettbewerbsfähigkeit sowohl im analogen als auch im digitalen Out of Home Medienmarkt weiter gestärkt werden konnte. Trotz eines in der Schweiz leicht rückläufigen Umsatzvolumens konnte dank nachhaltiger Kosteneinsparungen die EBITDA-Marge auf hohem Niveau gehalten und damit auch die Voraussetzungen für ein sehr gutes Nettoergebnis gelegt werden. Die strukturelle Bereinigung des Auslandportfolios wurde mit den Marktaustritten in Montenegro und Rumänien trotz schwieriger Rahmenbedingungen planmässig abgeschlossen. Die APG|SGA fokussiert somit ihre operative Tätigkeit inskünftig ausschliesslich auf den Heimmarkt Schweiz und auf Serbien. In beiden Märkten ist sie klare Marktführerin.

Der Gruppenumsatz sank insbesondere aufgrund der vollzogenen Marktaustritte in Rumänien und Montenegro sowie des leichten Umsatzrückganges in der Schweiz von CHF 317.6 Mio. auf CHF 304.3 Mio. Dank vielfältiger Prozessoptimierungen und striktem Kostenmanagement konnten die Betriebs- und Verwaltungskosten nochmals um 6.9% reduziert werden. Der EBITDA erreichte im Geschäftsjahr 2013 CHF 72.7 Mio., was einer

EBITDA-Marge von 23.4% entspricht. Im Berichtsjahr wurde ein auf bereinigter Basis gegenüber dem Vorjahr um 2.9% höheres Nettoergebnis von CHF 47.7 Mio. erwirtschaftet.

Im Geschäftsjahr konnte ein Free Cash flow von CHF 60.1 Mio. erwirtschaftet werden. Der Free Cash flow pro Aktie ist auf CHF 20.40 angestiegen (Vorjahr CHF 15.05). Ende 2013 erreichten wir eine Net Cash Position von CHF 119.0 Mio., was die Robustheit der Bilanz hervorhebt. Gleichzeitig haben die übrigen Forderungen stark abgenommen und sind in der Bilanz noch mit CHF 3.7 Mio. enthalten (per 31.12.2012: CHF 13.1 Mio.). Die immateriellen Anlagen betragen lediglich noch 2.7% der Bilanzsumme. Das den Aktionären der APG|SGA AG zurechenbare Eigenkapital erreichte am Bilanzstichtag CHF 123.5 Mio., was einem Eigenfinanzierungsgrad von 47.2% entspricht. Die starke Bilanz der APG|SGA belegt die erfreuliche Entwicklung des Unternehmens.

Markt Schweiz

Die bereits im Halbjahresbericht erwähnte hohe Volatilität der Werbemarktumsätze traf – insbesondere im dritten Quartal 2013 – auch die APG|SGA und führte zu einem kurzfristigen Umsatzrückgang im Schweizer Markt. Trotz einer Erholung im

vierten Quartal konnte das hohe Vorjahresvolumen nicht mehr ganz erreicht werden. Im Segment Schweiz haben die Verkaufserlöse gegenüber dem Vorjahr um 2.7% auf CHF 289.1 Mio. abgenommen. In diesem Segment wurde im Berichtsjahr ein EBITDA von CHF 67.6 Mio. erwirtschaftet.

Auch 2013 ist es den verschiedenen Unternehmenseinheiten in der Schweiz ausgezeichnet gelungen, die bestehenden Partnerschaften mit Städten und Gemeinden, Verkehrsbetrieben, Shoppingcenters, Bergdestinationen und anderen öffentlichen sowie privaten Grundstückseigentümern erfolgreich weiter zu entwickeln. Das Vertragsportfolio zeichnet sich durch hohe Stabilität aus, zudem konnten in allen Segmenten diverse neue Kooperationen abgeschlossen werden. Die Bergbahnen in Arosa und Lenzerheide, der EuroAirport Basel Mulhouse Freiburg, das Globus Parking in Zürich, ENI Tankstellen oder das Ausstellungs- und Kongresszentrum PALEXPO, Genève, sind nur einige Beispiele der zahlreichen Vertragserneuerungen oder Neuakquisitionen, die im Berichtsjahr abgeschlossen wurden.

Unsere Vertragspartner schätzen die überzeugenden Vorteile einer Zusammenarbeit mit unserem Unternehmen, welches ihnen nicht nur attraktive finanzielle Konditionen, sondern auch eine nachhaltige, langfristig orientierte Qualität bei Produkten und Leistungen garantiert. Als Marktführer mit starker internationaler Vernetzung können wir unseren Partnern modernste Produkte und innovative Lösungskonzeptionen anbieten, die in der Schweiz in Umfang und Ausgestaltung unerreicht sind. Von den damit verbundenen Mehrwerten profitieren sowohl unsere Konzessionspartner als auch die Werbeauftraggeber und deren Agenturen.

Die rasch fortschreitende Digitalisierung der Gesellschaft widerspiegelt sich auch in der Aussenwerbung. Städte, Gemeinden, Verkehrsbetriebe, Shoppingcenters und weitere Grundstückseigentümer befassen sich intensiv mit den Vorteilen der digitalen Out of Home Medien. Die APG|SGA überzeugt auch in diesem Bereich als klare Marktführerin mit ihrem umfassenden Know-how und einer einzigartigen Produktpalette. Unser digitales Portfolio umfasst bereits über 100 grosse Full-HD-Screens an bester Passantenlage (Bahnhöfe, Shoppingcenters, Hallenstadion, Bergbahnen) sowie mehr als 200 TrafficMediaScreens in Verkehrsmitteln. Auch im Bereich der digitalen Aussenwerbung bleiben wir unseren Grundsätzen verpflichtet: Gemeinsam mit unseren Partnern erarbeiten wir nachhaltige Gesamtkonzeptionen von höchster Qualität, welche sich durch ansprechendes Design und sorgfältige Integration in den öffentlichen Raum auszeichnen. Als Generalunternehmer übernehmen wir die Investition, den Betrieb, den Unterhalt und die Vermarktung der Werbeträger. Unsere Vertragspartner profitieren von attraktiven Zusatzeinnahmen und den vielfältigen Kommunikationsmöglichkeiten, mit welchen die Bevölkerung via ePanels und eBoards erreicht werden kann.

APG|SGA übernimmt Impacta und Ecofer vollständig

APG|SGA AG erwirbt rückwirkend auf den 01.01.2014 von der Polymedia Holding AG jeweils die restlichen 50% der Gesellschaftsanteile an der Impacta AG und an der Ecofer AG. Durch den Kauf übernimmt APG|SGA die Gesellschaften, an denen sie seit 1970 jeweils eine Beteiligung von 50% hielt, vollständig. Der Kaufpreis wird in APG|SGA Aktien aus Eigenbeständen geleistet. Die entsprechende Anzahl an APG|SGA Aktien hängt vom Eintritt bestimmter kommerzieller Bedingungen ab. Im Übrigen haben die Parteien über den Kaufpreis Stillschweigen vereinbart. Der Verkaufspreis wurde durch ein Gutachten von KPMG im Rahmen einer Fairness Opinion als angemessen bezeichnet.

Impacta AG und Ecofer AG sind Konzessionäre der Schweizerischen Bundesbahnen SBB seit mehr als 40 Jahren, sowie der BLS, weiterer wichtiger Privat- und Bergbahnen und anderer Partner. Beide Firmen wurden von Walter Scheidegger, einem bedeutenden Pionier der Schweizer Aussenwerbsbranche, gegründet und vermarkten ein einzigartiges, reichweitenstarkes Portfolio von Aussenwerbungsformaten in den Schweizer Bahnhöfen. Das Angebot von Impacta umfasst sämtliche klassischen Plakatformate sowie modernste digitale Produkte wie ePanels, eBoards und Rail Beamer. Die Ecofer ihrerseits ist auf Sonderwerbformen wie Leuchtreklamen, MegaPoster, 3D-Darstellungen und weitere Produkte im Non-Poster Segment spezialisiert.

Die APG|SGA dokumentiert durch diese Übernahme ihre führende Rolle in der Vermarktung von qualitativ hochstehenden Werbeflächen in einem Segment, welches aufgrund der stetig wachsenden Personenfrequenzen in den Bahnhöfen über ein überdurchschnittliches Wachstumspotential verfügt. APG|SGA unterstreicht damit ihr überzeugendes Marktangebot für Konzessionspartner und die Werbeindustrie im Bereich der Bahnhofswerbung. Mit ihrer langjährigen Erfahrung, der Innovationskraft sowie dem bewährten Know-how in der Vermarktung und Logistik der analogen und digitalen Aussenwerbung in den Bahnhöfen schafft sie für ihre Marktpartner attraktiven Mehrwert.

Die Brüder Markus und Andreas Scheidegger als Besitzer der Polymedia Holding AG stärken mit dieser Transaktion ihre Position als langjährige, bedeutende Aktionäre der APG|SGA und bauen ihre Beteiligung am Unternehmen im Rahmen des Aktien-tausches entsprechend aus. Markus Scheidegger wird sich zur Wiederwahl als Verwaltungsrat der APG|SGA stellen, zieht sich jedoch von den Funktionen als VR-Delegierter der Impacta AG und Ecofer AG zurück. Damit wird auch im Sinne der konsequenten Corporate Governance eine klare Trennung zwischen dem Verwaltungsrat der Gruppe und den operativen Funktionen der einzelnen Gesellschaften vollzogen.

Internationale Märkte

Auch 2013 wurde die strategische Entscheidung zur Fokussierung auf die Märkte Schweiz und Serbien konsequent umgesetzt. Mit den im Berichtsjahr vollzogenen Marktaustritten aus Montenegro und Rumänien ist die strukturelle Bereinigung des Auslandportfolios trotz schwierigen Rahmenbedingungen planmässig abgeschlossen worden. Der Auslandanteil am gesamten Gruppenumsatz verminderte sich somit weiter und erreichte mit CHF 15.2 Mio. noch 5.0%. Die Abnahme der Verkaufserlöse International betrug 25.9%, wobei diese Reduktion mehrheitlich durch den Marktausstieg aus Rumänien und Montenegro begründet ist.

Trotz anhaltend schwieriger makroökonomischer Rahmenbedingungen in Serbien entwickelte sich unsere dortige Gesellschaft Alma Quattro zufriedenstellend. Während der Werbemarkt in Serbien um weitere 10% zurückging, konnte Alma Quattro – bereinigt um den Sonderfaktor Wahlen im Vorjahr – den Umsatz halten. Zudem wurden zukunftsweisende digitale Innovationen realisiert. An den Werbeträgern im Zentrum der Hauptstadt Belgrad angebrachte WiFi-Antennen ermöglichen den Passanten, dort kostenlos im Internet zu surfen. Im Gegenzug können die Werbeauftraggeber den Konsumenten Push-Nachrichten senden.

Im Segment International wurde im Berichtsjahr ein EBITDA von CHF 1.4 Mio. erwirtschaftet.

Dividende

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung die Ausrichtung einer Dividende von CHF 10 sowie einer Sonderdividende von CHF 2 (Vorjahr: Dividende CHF 7 und Sonderdividende CHF 3). Das ergibt eine Auszahlung von CHF 12 pro Aktie für das Geschäftsjahr 2013. Die Auszahlung einer Dividende von insgesamt CHF 12 entspricht der höchst je ausbezahlten Dividende von APG|SGA AG und ist das Resultat der sehr erfreulichen Entwicklung, die das Unternehmen seit der strategischen Neuausrichtung vollziehen konnte. Mit einer Payout ratio von 75.5% liegt der Vorschlag der diesjährigen Dividendenausschüttung über der letztes Jahr kommunizierten mittelfristigen Ausschüttungsquote von 60% des Unternehmensgewinnes.

Ausblick

APG|SGA ist es in den vergangenen Jahren gelungen, nicht nur in den traditionellen Geschäftsfeldern ihre Wettbewerbsfähigkeit weiter zu stärken, sondern sehr früh auch in den neuen, digitalen Marktsegmenten ein überzeugendes Leistungsportfolio erfolgreich zu etablieren. Die weitere Entwicklung des Wettbewerbsumfeldes für die APG|SGA wird massgeblich von der Digitalisierung der Medien und Kommunikationsmittel geprägt werden. Hierbei stehen wir erst am Beginn einer Zeitepoche, in welcher technologische Innovationen und verändertes Kom-

munikations- und Mediennutzungsverhalten die bisherigen Strukturen und Prozesse verändern werden. Analoge und digitale Aussenwerbung als reichweitenstarkes, kosteneffizientes Basismedium wird an Bedeutung gewinnen und kann in idealer Weise mit mobilen Endgeräten für die Marketingkommunikation genutzt werden. Die sich daraus ergebenden Marktchancen bedingen jedoch entsprechende Investitionen in Know-how und Technologie sowie die Bereitschaft, sich fortlaufend den neuen Marktbedürfnissen anzupassen. Wir sind davon überzeugt, dass sich hierbei für die Out of Home Medien und insbesondere auch für die APG|SGA vielfältige neue Opportunitäten ergeben werden.

Nach dem Abschluss der umfassenden Restrukturierung im Ausland und der konzeptionellen Neuausrichtung im Schweizer Markt ist die APG|SGA operativ und finanziell wieder in ausgezeichneter Verfassung. Wir sind deshalb für die Zukunft des Unternehmens sehr zuversichtlich, auch wenn wir aufgrund der nach wie vor anspruchsvollen Rahmenbedingungen und der anhaltend ausgeprägten Volatilität des Werbemarktes keine konkrete Guidance für 2014 abgeben wollen.

Die grossen Fortschritte, die erreicht wurden, basieren in erster Linie auf der beeindruckenden Leistung unserer engagierten und kompetenten Mitarbeitenden in allen Niederlassungen und Segmentgesellschaften. Verwaltungsrat und Unternehmensleitung danken hierfür herzlich.

Ihnen, sehr geehrte Damen und Herren Aktionäre, danken wir bestens für die loyale Unterstützung und Ihr Interesse, welche Sie unserem Unternehmen auch im vergangenen Jahr entgegengebracht haben.



Jean-François Decaux
Präsident des Verwaltungsrates

Dr. Daniel Hofer
Chief Executive Officer

Finanzbericht



Beat Hermann
Chief Financial Officer

«Prozessoptimierungen und striktes Kostenmanagement ermöglichen eine Stärkung der Ertragskraft.»

APG|SGA Gruppe

Die APG|SGA kann auf ein positives Geschäftsjahr 2013 zurückblicken. In einem sehr anspruchsvollen Werbeumfeld im Heimmarkt Schweiz konnten wir uns intermedial gut behaupten. Mit schwierigen makroökonomischen Rahmenbedingungen waren wir in unseren Auslandsmärkten konfrontiert. Konsequenz setzten wir die Strategie der Fokussierung auf den Heimmarkt Schweiz fort und haben uns aus den Märkten Rumänien und Montenegro zurückgezogen.

Die Verkaufserlöse auf Gruppenebene sind um 4.2% auf CHF 304.3 Mio. gefallen. Diese Abnahme ist durch eine leichte Reduktion im Markt Schweiz von 2.7% begründet und durch eine starke Abnahme von 25.9% im Bereich International, vor allem infolge des Marktausstiegs aus Rumänien und Montenegro. Der Devestitionseffekt auf die gruppenweiten Verkaufserlöse betrug 1.4%. Die Immobilienerträge sind auf CHF 2.2 Mio. gefallen. Dieser Rückgang von 12.1% ist vor allem auf den Verkauf der Liegenschaft in Neuchâtel und die entsprechend wegfallenden Mietzinseinnahmen zurückzuführen. Die Konzessionen und Kommissionen haben leicht zugenommen und betrugen 44.2% des Betriebsertrages (Vorjahr 43.9%). Dank nachhaltiger Prozessoptimierung und striktem Kostenmanagement konnten die Betriebs- und Verwaltungskosten um 6.9% reduziert werden. Der EBITDA erreichte im Geschäftsjahr 2013 CHF 72.7 Mio., was einer EBITDA-Marge von 23.4% entspricht.

Im Berichtsjahr wurde ein Nettoergebnis von CHF 47.7 Mio. erwirtschaftet, was auf bereinigter Basis zu einem Wachstum von 2.9% führte. Dies entspricht einer Eigenkapitalrendite von 41.6% (Vorjahr 20.4%).

Schweiz

Im Heimmarkt Schweiz haben die Verkaufserlöse gegenüber dem Vorjahr um 2.7% auf CHF 289.1 Mio. abgenommen (Vorjahr CHF 297.1 Mio.). In diesem Segment wurde im Berichtsjahr ein EBITDA von CHF 67.6 Mio. erwirtschaftet, was einer EBITDA-Marge von 23.2% entspricht. Diese beachtliche Marge wurde dank stark reduzierten Prozesskosten und rigidem Kostenmanagement in allen Bereichen des Unternehmens erreicht.

International

Der Auslandanteil am gesamten Gruppenumsatz verminderte sich weiter und erreichte mit CHF 15.2 Mio. noch 5.0%. Die Abnahme der Verkaufserlöse International betrug 25.9%, wobei diese Reduktion mehrheitlich durch den Marktausstieg aus Rumänien und Montenegro begründet ist. Die Währungen in unseren Auslandsmärkten waren stabil und hatten keinen Einfluss auf das Resultat. Im Segment International wurde im Berichtsjahr ein EBITDA von CHF 1.4 Mio. erwirtschaftet.

Cash flow

Im Geschäftsjahr 2013 wurde ein Cash flow von 52.3 Mio. erarbeitet. Der Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit betrug CHF 65.1 Mio. Nach Investitionen von CHF 6.7 Mio. sowie Erlösen aus dem Verkauf von Sachanlagen und Beteiligungen von CHF 1.7 Mio. resultierte ein Free Cash flow von CHF 60.1 Mio. Die Cash flow-Marge beträgt 16.8% (Vorjahr 13.1%). Der Free Cash flow pro Aktie ist im Geschäftsjahr 2013 auf CHF 20.40 angestiegen (Vorjahr CHF 15.05).

Bilanz

Basierend auf der nach Swiss GAAP FER angepassten Bilanz per 31.12.2012 hat sich die Bilanzsumme per 31.12.2013 um 7.8% auf CHF 261.7 Mio. erhöht. Der Hauptgrund für diese Zunahme ist der starke Anstieg der Cash Position um CHF 32.7 Mio. gegenüber dem Bilanzstichtag vom 31.12.2012. Per Ende des Geschäftsjahres 2013 erreichten wir eine Net Cash Position von CHF 119.0 Mio., was die Robustheit der Bilanz hervorhebt. Gleichzeitig haben die übrigen Forderungen stark abgenommen und sind in der Bilanz noch mit CHF 3.7 Mio. enthalten (per 31.12.2012: CHF 13.1 Mio.). Die immateriellen Anlagen betragen lediglich noch 2.7% der Bilanzsumme. Das den Aktionären der APG|SGA AG zurechenbare Eigenkapital erreichte am Bilanzstichtag CHF 123.5 Mio., was einem Eigenfinanzierungsgrad von 47.2% entspricht.

Swiss GAAP FER

Der Verwaltungsrat hat entschieden, den Rechnungslegungsstandard von IFRS auf Swiss GAAP FER umzustellen. Im Hinblick auf die zunehmende Komplexität von IFRS und dessen Ausrichtung auf internationale Konzerne erweist sich Swiss GAAP FER für unser mittelständisches, auf die Schweiz fokussiertes Unternehmen als besser geeigneter Standard.

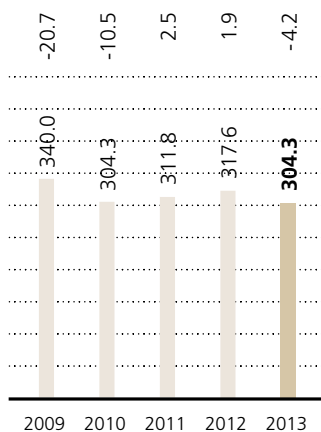
Der Umstellungszeitpunkt auf Swiss GAAP FER war der 01.01.2013, wobei aus Vergleichbarkeitsgründen auch das Vorjahr angepasst wurde. Die bedeutendsten Veränderungen betreffen die Bewertung des Goodwills und die Bewertung von Pensionskassenverbindlichkeiten. Weitere Erläuterungen finden Sie im Anhang zur Konzernrechnung des Financial Report.

Durch die Umstellung von IFRS auf Swiss GAAP FER werden unsere Aktien seit 28.06.2013 nicht mehr am Main Standard sondern am Domestic Standard der SIX gehandelt.

Verkaufserlös

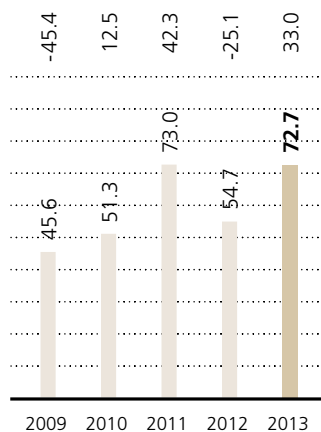
Mio. CHF¹

Veränderung gegenüber Vorjahr in %



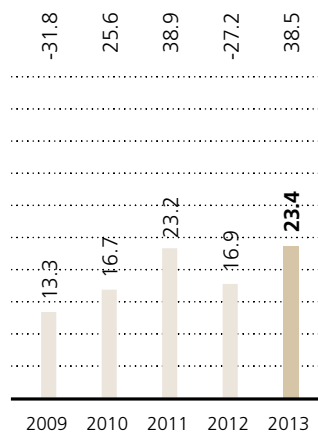
EBITDA

Mio. CHF¹



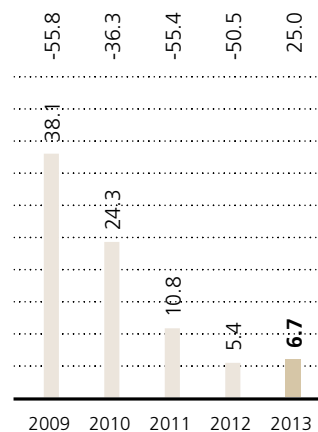
EBITDA-Marge

Prozentanteil am Betriebsertrag¹



Investitionen

Mio. CHF¹



¹ Zahlen 2009–2011 nach IFRS, ab 2012 nach Swiss GAAP FER

Die wichtigsten Kennzahlen

5-Jahresvergleich APG|SGA Gruppe¹

		2013	2012	2011	2010	2009
Bilanz						
Gebäude und Grundstücke	Mio. CHF	45.9	48.4	52.7	57.3	60.1
Werbeträger	Mio. CHF	17.3	18.0	20.3	24.1	38.6
Umlaufvermögen	Mio. CHF	177.7	154.0	142.8	94.4	125.9
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF	29.2	29.3	21.0	29.5	30.9
Nettoverschuldung (+)/Nettoliquidität (-)	Mio. CHF	-119.0	-86.5	-62.9	4.1	34.5
Nettoverschuldung/EBITDA					0.08	0.76
Gearing					4.0%	20.7%
Eigenkapital	Mio. CHF	126.5	109.2	126.5	100.9	167.2
Bilanzsumme	Mio. CHF	261.7	242.7	311.2	275.1	395.1
– Veränderung gegenüber Vorjahr		7.6%	-22.0%	13.1%	-30.4%	-30.3%
Erfolgsrechnung						
Verkaufserlös	Mio. CHF	304.3	317.6	311.8	304.3	340.0
– Schweiz	Mio. CHF	289.1	297.1	280.6	259.0	250.1
– International	Mio. CHF	15.2	20.5	31.2	45.2	89.9
Betriebsertrag (BE)	Mio. CHF	310.8	322.6	314.2	306.6	342.2
Konzessionen und Kommissionen	Mio. CHF	137.4	141.5	139.1	141.4	164.1
	in % BE	44.2%	43.9%	44.3%	46.1%	47.9%
Personalkosten	Mio. CHF	66.0	89.1	66.0	68.3	68.0
	in % BE	21.2%	27.6%	21.0%	22.3%	19.9%
Abschreibungen Sachanlagen	Mio. CHF	9.6	9.7	11.3	14.3	20.6
	in % BE	3.1%	3.0%	3.6%	4.7%	6.0%
Abschreibungen immaterielle Vermögenswerte	Mio. CHF	1.1	9.9	4.8	5.4	7.6
	in % BE	0.4%	3.1%	1.5%	1.8%	2.2%
EBITDA	Mio. CHF	72.7	54.7	73.0	51.3	45.6
Betriebsergebnis (EBIT)	Mio. CHF	61.9	34.8	56.1	-39.1	-65.2
Nettoergebnis	Mio. CHF	47.7	21.3	41.8	-52.3	-59.1
Geldflussrechnung						
Cash flow	Mio. CHF	52.3	42.4	63.9	44.9	35.9
Free Cash flow	Mio. CHF	60.1	44.2	67.4	32.6	18.4
Ertragslage						
EBITDA-Marge	in % BE	23.4%	16.9%	23.2%	16.7%	13.3%
Betriebsergebnis (EBIT-Marge)	in % BE	19.9%	10.8%	17.9%	-12.8%	-19.0%
Nettoergebnis	in % BE	15.3%	6.6%	13.3%	-17.1%	-17.3%
Cash flow	in % BE	16.8%	13.1%	20.3%	14.6%	10.5%
ROIC		409.5%	102.2%	66.4%	-25.5%	-27.7%
ROE		41.6%	20.4%	37.4%	-39.5%	-30.7%
Investitionen						
Werbeträger	Mio. CHF	3.9	3.0	6.4	2.8	10.8
Übrige Sachinvestitionen	Mio. CHF	2.8	2.3	2.8	2.5	2.5
Immaterielle Anlagen und Finanzanlagen	Mio. CHF			1.7	18.9	24.8
Mitarbeitende						
		596	652	661	705	782

¹ Zahlen 2009–2011 nach IFRS, ab 2012 nach Swiss GAAP FER
Begriffserklärungen Finanzen siehe Seite 57

Entwicklung der Aktie

		2013	2012	2011	2010	2009
Kennzahlen pro Titel¹						
Betriebsergebnis (EBIT)	CHF	21.01	11.82	19.11	-13.32	-21.87
Cash flow	CHF	17.76	14.41	21.78	15.29	12.03
Nettoergebnis	CHF	16.19	7.25	14.23	-17.82	-19.84
Eigenkapital Aktionäre APG SGA AG	CHF	41.90	35.93	42.11	33.99	55.45
Ausschüttung	CHF	12.00²	10.00	7.00	0.00	0.00
Payout ratio		75.5%	140.8%	49.2%	0.0%	0.0%
Kursbezogene Daten¹						
Börsenkurs höchst/tiefst ³	CHF	252.5/190.0	200.4/130.6	175.0/121.0	151.0/93.8	149.0/96.5
Börsenkurs am Jahresende	CHF	249.0	200.0	136.0	140.0	108.7
Ausschüttungsrendite ⁴		4.8%	5.0%	5.1%	0.0%	0.0%
Börsenkapitalisierung ⁴	Mio. CHF	747.0	600.0	408.0	420.0	326.1
– im Verhältnis zum Eigenkapital		6.1	5.7	3.2	4.2	2.0
– im Verhältnis zum Betriebsertrag		2.4	1.9	1.3	1.4	1.0
P/E ratio ^{4, 5}		15.4	27.6	9.6	–	–

¹ Zahlen 2009–2011 nach IFRS, ab 2012 nach Swiss GAAP FER

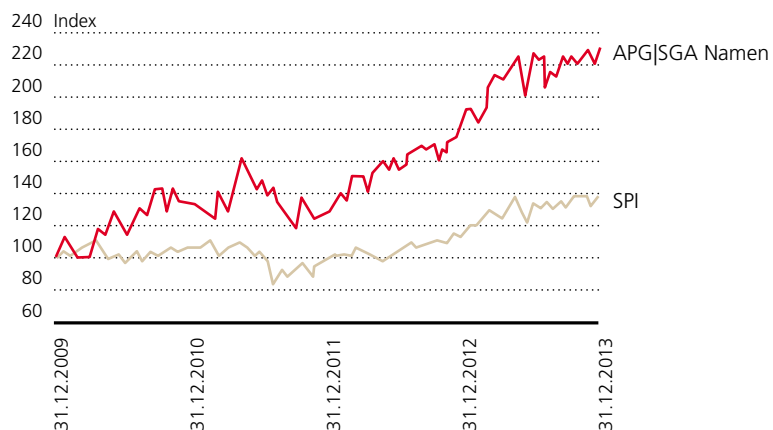
² Antrag an die Generalversammlung

³ Quelle: UBS AG

⁴ Basis Börsenkurs per 31.12.

⁵ Ausschüttung auf eigene Aktien inbegriffen

Kursentwicklung seit dem 31. Dezember 2009



Quelle: UBS AG

Zürich

Hauptbahnhof

Er ist mit täglich rund 3 000 Zugfahrten und einer halben Million Passanten der grösste Verkehrsknotenpunkt der Schweiz. Gleichzeitig bietet er seinen Besuchern an 365 Tagen im Jahr eine Vielzahl von Geschäften, Restaurants und Veranstaltungen.



APG|SGA

Ausbau des digitalen Bereichs, neue und verlängerte Verträge, neue Produkte



Beat Holenstein

Leitung Partner & Product
Management

«Mit den Shopping, Event und Mountain ePanels hat APG|SGA für Digital Out of Home Media neue Massstäbe gesetzt.»

Partner Management

2013 konnte APG|SGA verschiedene Verträge im digitalen Bereich gewinnen, u.a. in der Shopping Arena St. Gallen und im EKZ Ladendorf, Langendorf, wo sie anspruchsvolle Submissionen für sich entschied. Im Rahmen eines mehrstufigen Verfahrens gewonnen wurde sodann die Ausschreibung des Energiekonzerns Eni (99 neue Werbeflächen). Damit kann per 01.01.2014 das Segment Tankstellenwerbung ausgebaut werden. Hinzu kommen zahlreiche weitere neue oder verlängerte Verträge, darunter das Globus Parking Bahnhofstrasse mit 21 Prestige-Werbeflächen an zentralster Lage in Zürich. Der APG|SGA zugesprochen wurden ebenso die Submission des Ausstellungs- und Kongresszentrums Palexpo, Genève, welche die Rechte für die Vermarktung sämtlicher Plakatflächen und MegaPoster auf dem Messegelände beinhaltet, sowie die internationale Ausschreibung des EuroAirport Basel Mulhouse Freiburg mit über 50 Plakatflächen und MegaPoster im öffentlichen Sektor Schweiz. APG|SGA Mountain hat mit den Destinationen Arosa und Lenzerheide zur Eröffnung der Verbindungsbahn eine langjährige Partnerschaft eingehen können. Diese umfasst analoge und neu auch digitale Werbeformate sowie moderne PanoramaBoards, die im Verbund mit der Web-Applikation Infosnow.ch aktuellste Touristen-Information übermitteln.

Product Management

DoubleWide F24 (zwei aneinander gereihte F24) belegt als neues Produkt beste Standorte in den drei grössten Deutschschweizer Städten. Das Startower-Angebot – um die eigene Achse sich drehende, hinterleuchtete Säulen – wurde nach Chur mit neuen Top-Standorten in Zürich und Basel ausgebaut. Andere Städte werden folgen. Für das Eidgenössische Schwingfest 2013 in Burgdorf wurden erfolgreich integrale Angebotspakete geschnürt. Mit Blick auf die Leichtathletik EM Zürich 2014 haben wir wiederum verschiedene Packages bereitgestellt: attraktive Kombis mit analogen Plakaten, digitalen ePanels und eBoards, MegaPoster, Hängekartons und Fenstertransparenten.

Digital Competence Center

Das digitale Angebot wurde 2013 nachhaltig ausgebaut und umfasst heute neben den grossen Schweizer Bahnhöfen (Rail eBoards, ePanels und neu Rail Beamer) ebenfalls Einkaufszentren (Shopping Arena St. Gallen, EKZ City West Chur und EKZ Ladedorf, Langendorf) sowie Bergdestinationen (Arosa und Lenzerheide). Im Zürcher Hallenstadion, der ersten Schweizer Adresse für Top-Events aus Musik, Sport und Wirtschaft, ziehen seit Anfang 2013 ebenfalls zwei Event ePanels die Blicke der Besucher auf sich. Mit dem erfolgreichen Pilotprojekt eines ersten City ePanels (Zürich, Bellevue) konnte Marktleader APG|SGA seine digitale Kompetenz erstmals auch im öffentlichen Raum unter Beweis stellen. Unser digitales Portfolio umfasst heute insgesamt weit über 100 grosse Full-HD-Screens an besten Passanten-Frequenzlagen. Hinzu kommen über 200 TrafficMediaScreens, die in den Bussen öffentlicher Verkehrsbetriebe (Luzern und Uri) den Fahrgästen mit willkommenem Infotainment die Zeit verkürzen.



Oben: Pilot City ePanel Zürich, Bellevue.
Eine Umfrage unter 313 zufällig ausgewählten Passanten, Pendlern und Touristen hat gezeigt, dass die digitalen Werbetafeln einer grossen Mehrheit gut bis sehr gut gefallen und durch ihr helles Leuchten die Plätze in der Nacht sicherer werden lassen.

Unten: Unmittelbar am Verkaufspunkt.
Shopping ePanels werben dort, wo Kaufentscheide gefällt werden und steigern so den Absatz.

APG|SGA

Aussenwerbung und Serviceleistungen nach Mass



Daniel Strobel

Leitung Werbemarkt & Segment-
gesellschaften Schweiz

«Das ausgebaute CRM-Tool hilft, unsere Kunden noch individueller zu beraten.»



Ulrich Ritschard

Leitung Digital Sales

«Das digitale APG|SGA Out of Home Media Angebot wird immer attraktiver.»

Zielgruppengenaues Massenmedium mit nachhaltiger Wirkung

Noch vor wenigen Jahren fand die Zielgruppen-Definition in der Aussenwerbung lediglich über geografische Parameter statt. Heute stehen dem Werbeauftraggeber zahlreiche weitere Selektionskriterien zur Verfügung. Ausgehend von den unterschiedlichen Kommunikationszielen unterbreiten unsere Mitarbeitenden im Aussen- und Innendienst jedem Kunden massgeschneiderte Angebote aus einer umfassenden Out of Home-Palette: mit Top-Standorten auf den Strassen, in den Bergen, am Flughafen, in den Bahnhöfen und im öffentlichen Nahverkehr. Zusätzlich zu den analogen Formaten ist APG|SGA als grösstes Aussenwerbeunternehmen der Schweiz auch in der digitalen Sparte führend, mit bis zu 60 Quadratmeter grossen Werbeflächen. Persönliche Beratung, individueller Service und Nähe zum Markt sind unsere wesentlichen Erfolgsfaktoren. Das ausgebaute, neu installierte Customer Relationship Management-Tool verhilft uns zu einer ganzheitlichen Kundensicht und erlaubt eine konsolidierte Beurteilung unserer Marktaktivitäten. Mit dem neu lancierten, über das iPad abrufbaren Planungstool APG|SGA Posterbox verfügen unsere Verkaufsmitarbeiter sodann über das notwendige Instrument zur ganzheitlichen Beratung. Begleitend schenken wir der inter- und intramedialen Ausbildung unsere besondere Aufmerksamkeit.

Vom Plakatierer zum Out of Home Media Generalunternehmen

APG|SGA steht heute – zusätzlich zum Plakat – für Kompetenz in allen Bereichen der Aussenwerbung. Die Kunden nehmen uns verstärkt als Generalunternehmen wahr und gelangen mit ausgefallensten Wünschen an uns. Ob für 3D-Umsetzungen, zur Lancierung einer Computer-Spielkonsole oder für Auto-Markenwerbung, für Brandingaktionen in Luftseilbahn-Stationen, für HD-Bildanimationen in S-Bahnhöfen oder für verblüffende Bodenwerbung in ÖV-Fahrzeugen: Unsere Fachleute freuen sich, wenn sie Know-how und Leidenschaft für aussergewöhnliche Out of Home Media Umsetzungen unter Beweis stellen dürfen – fokussiert auf messbaren Return on investment. Im alljährlich durchgeführten «Media Trend Award» belegte APG|SGA 2013 erneut einen Podestplatz und hat dabei vor allem in den relevanten Beurteilungskriterien der Beratungskompetenz und Serviceleistung gepunktet. Die Auszeichnung bestätigt unsere Anstrengungen und spornt uns an, den eingeschlagenen Weg konsequent weiter zu verfolgen.

Neu: Rail Beamer im Hauptbahnhof Zürich – vier 12 Quadratmeter grosse HD-Projektionsflächen, die im Wartebereich der Perrons höchste Aufmerksamkeit geniessen.

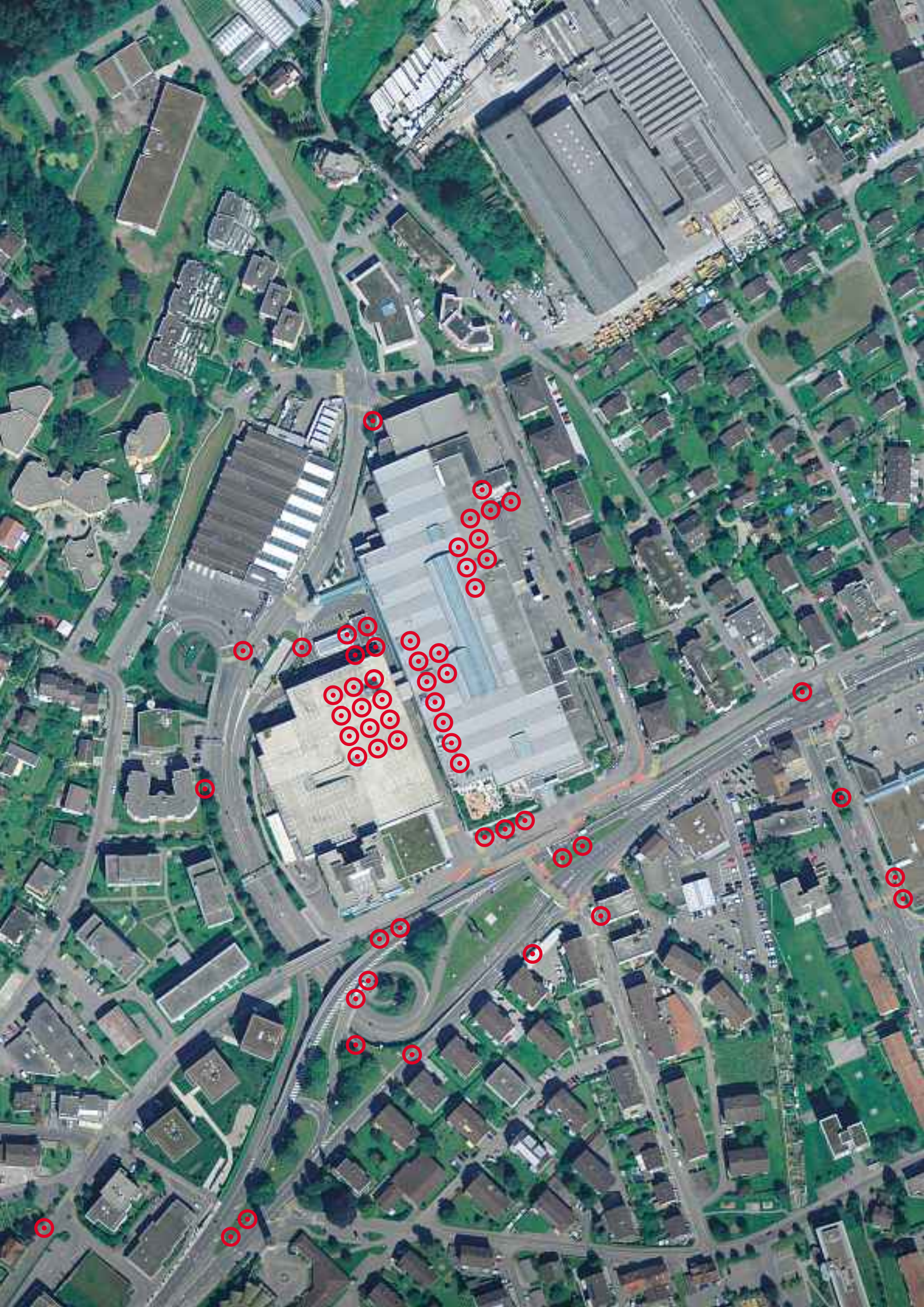


Kommunikationsraum Strassen und Plätze: Flächendeckend in allen grossen Schweizer Städten bietet APG|SGA beste Out of Home Werbebelegenheiten – für breit angelegte Markenkampagnen oder als Verstärker des Abverkaufs in der Nähe von Verkaufspunkten.

Emmen

Emmen-Center

Im grössten Einkaufszentrum der Zentralschweiz, nur 10 Minuten mit dem öffentlichen Verkehr oder Auto vom Luzerner Zentrum entfernt, profitieren jährlich über 5 Millionen Besucher von dem vielfältigen Angebot der über 80 Geschäfte, Restaurants und anderen Dienstleistern.



APG|SGA

Immer integraler, flexibler, gezielter, schneller, einfacher

**Markus Ehrle**

Leitung Marketing & Business
Development

«Plakatkampagnen mit APG|SGA erzielen bezüglich Werbewirkung und Absatz-erfolg hervorragende Werte.»

Branding und Kommunikation

Die Implementierung der neuen Unternehmensmarke APG|SGA wurde im Berichtsjahr abgeschlossen. Seit Anfang September 2013 treten nun auch die beiden Gesellschaften Impacta AG und Ecofer AG mit einheitlichem Corporate Design unter dem APG|SGA Markendach auf. Im Rahmen der fertiggestellten Guidelines wurden unter anderem einheitliche Kennzeichnungs- und Pictogrammwelten geschaffen, welche Identifikation und Orientierung erleichtern. Das umfassende Angebot der APG|SGA und ihrer Segmentmarken übersichtlich darzustellen und einfach zugänglich zu machen, ist uns ein Grundanliegen. So wurde der Taschenplaner, der alle wichtigen Produkte und Dienstleistungen zusammenfasst, wiederum optimiert und neu aufgelegt. Das praktische Büchlein ist bei den Kunden sowohl in gedruckter als auch in digitaler Form sehr beliebt. Mit grossem Erfolg neu aufleben lassen haben wir Vernissagen und Plakatausstellungen in einigen grösseren Städten der Deutschschweiz. Diese bringen die Siegerarbeiten des durch APG|SGA organisierten Kreativ-Wettbewerbs Swiss Poster Award direkt auf die belebtesten Plätze und in die Herzen der Bevölkerung. Besonders schnell zum Publikum gelangen die Plakatsbotschaften unserer Werbekunden mit dem neuen Angebot Expressline, welches eine landesweite Abdeckung gewährleistet und ab 1 000 bis maximal 3 000 Plakate buchbar ist. Mit Expressline setzt sich die Aussenwerbung punkto Realisations-, Reaktions- und Schlusszeiten heute auf die gleiche Stufe wie die Presse- oder TV-Werbung.

Markt- und Mediaforschung

Mit dem APG|SGA Poster Performance Index PPI wurden wiederum über 100 Kampagnen getestet. Die Werte haben einmal mehr die hohe Werbewirkung des Plakats bestätigt. Zusätzlich zu Erinnerung, Markenzuordnung und Gefallen wurde eine Kampagne auch auf Absatzwirkung und Marktanteilsentwicklung des beworbenen Produkts untersucht – mit hervorragenden Ergebnissen. Sie sind unter dem Titel «Plakatkampagne Echinaforce» in der neuen «Best Practice»-Publikationsreihe dokumentiert.

Webtools und E-Communications

Die im letzten Jahr unter PosterPlus lancierte, sehr beliebte Smartphone- und Tablet-Applikation wurde in PosterFinder umbenannt und mit zusätzlichen Informationen sowie den Jahresstellen-Angeboten erweitert. Ebenfalls erweitert wurde die Palette der eKalkulatoren, welche unsere digitalen Angebote einfach berechnen lassen. Ein grosses Augenmerk galt der Entwicklung interner Tools, welche die Beratung und Abwicklung integraler, das ganze APG|SGA Portfolio umfassender Angebote erleichtern. Unsere Website haben wir kontinuierlich weiterentwickelt und mit einem Social Media Auftritt auf Facebook ergänzt.



«Tierische Richter», Siegerplakate im Swiss Poster Award 2013. Auftraggeber: Stiftung für das Tier im Recht, Zürich. Agentur: Ruf Lanz Werbeagentur AG, Zürich

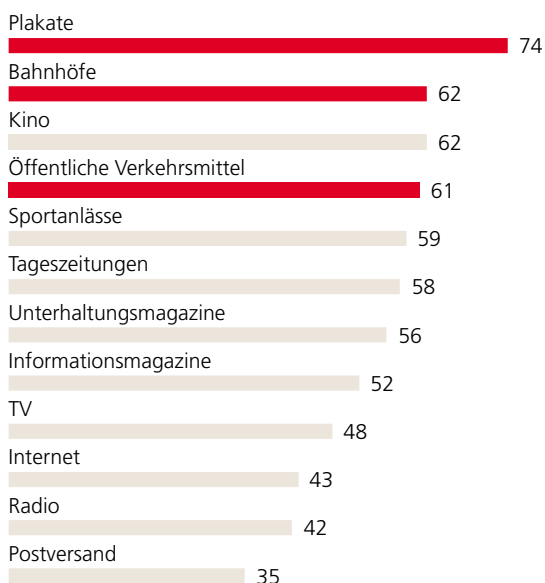


Mit einem Augenzwinkern in der Fach- und Wirtschaftspresse beworben: Expressline – ein neues APG|SGA Angebot, welches eine Plakatkampagne innerhalb von nur fünf Arbeitstagen schweizweit veröffentlicht.

Hohe Sympathiewerte für Out of Home Media

Anteil der Top 2-Nennungen, in % der Befragten
(Basis = 500 Personen)

Fragestellung: «Empfinden Sie Werbung in den genannten Medien sehr sympathisch, sympathisch, weniger sympathisch oder unsympathisch?»
(Skala von 4 = sehr sympathisch bis 1 = unsympathisch)



Quelle: INNOFACT AG, Zürich, 2013

Grosse Resonanz: Die neu lancierte Wanderausstellung «Schweizer Plakate des Jahres» gastierte 2013 mit dem Plakat-Jahrgang 2012 in Basel, Luzern, St. Gallen und Chur. 2014 folgten Städte auch in den übrigen Sprachregionen.



Out of Home Targeting: Dank gezielter Standortwahl und Zielgruppenansprache hat Bioforce AG mit einer prägnanten Plakatkampagne für das Produkt Echinaforce eine herausragende Absatz- und Werbewirkung erzielt. Die Umsätze legten während der Erkältungssaison im Kampagnenzeitraum um 48 Prozent zu.

APG|SGA

Optimierte Durchlaufzeiten, gesteigerte Aushangqualität, Nachhaltigkeit



Christian Gotter
Leitung Logistik

«Mit dem neuen Produkt Expressline haben wir für das Plakat bezüglich Flexibilität und Kurzfristigkeit ein Ausrufezeichen gesetzt.»

Organisatorische Anpassungen, Expressline und neue Kunden

Als interne Organisation ist die Logistik der zentrale Dienstleister für den APG|SGA Verkauf, die Akquisition und alle Segmentgesellschaften. 250 Mitarbeitende (Basis FTE) haben im Berichtsjahr rund 2.3 Mio Plakate, umgerechnet auf 1 Quadratmeter-Weltformat, verarbeitet und in den Aushang gebracht. Mitte November hat der Betrieb Neuchâtel einen neuen Standort bezogen. Den Standort Biel haben wir Ende 2013 aufgrund seiner unrentablen Grösse aufgelöst und die Mitarbeiter in den benachbarten Standorten Aarau und Bern integriert. Mit der neuen APG|SGA Expressline konnten wir die Gesamtdurchlaufzeit ab Kundenbuchung bis zum erfolgtem Aushang halbieren und für das Plakat bezüglich Flexibilität und Kurzfristigkeit am Markt einen Meilenstein setzen. In Submissionen haben wir einen renommierten Tankstellenbetreiber und ALDI als neue Kunden gewonnen, für welche wir die Klebung von Eigenwerbung auf deren Firmenstellen übernehmen.

Steigerung der Plakatdruckqualität und weitere Projekte

In Zusammenarbeit mit den grössten Schweizer Plakatdruckereien haben wir unseren Leitfaden «APG|SGA Plakatproduktion – Wichtig zu wissen» überarbeitet und als Publikation neu gestaltet. Dies hatte eine spürbar verbesserte Druck- und Anlieferqualität zur Folge. Das Leuchtformat F12L wird neu einteilig gedruckt, was ebenfalls zu einer markanten Qualitätsverbesserung geführt hat. Als wichtigstes Projekt 2013 wurde die elektronische Aushangliste programmiert, die im Herbst während vier Wochen im Echtbetrieb getestet worden ist. Aufgrund der rundum positiven Resultate wird dieses Tool im ersten Halbjahr 2014 eingeführt.

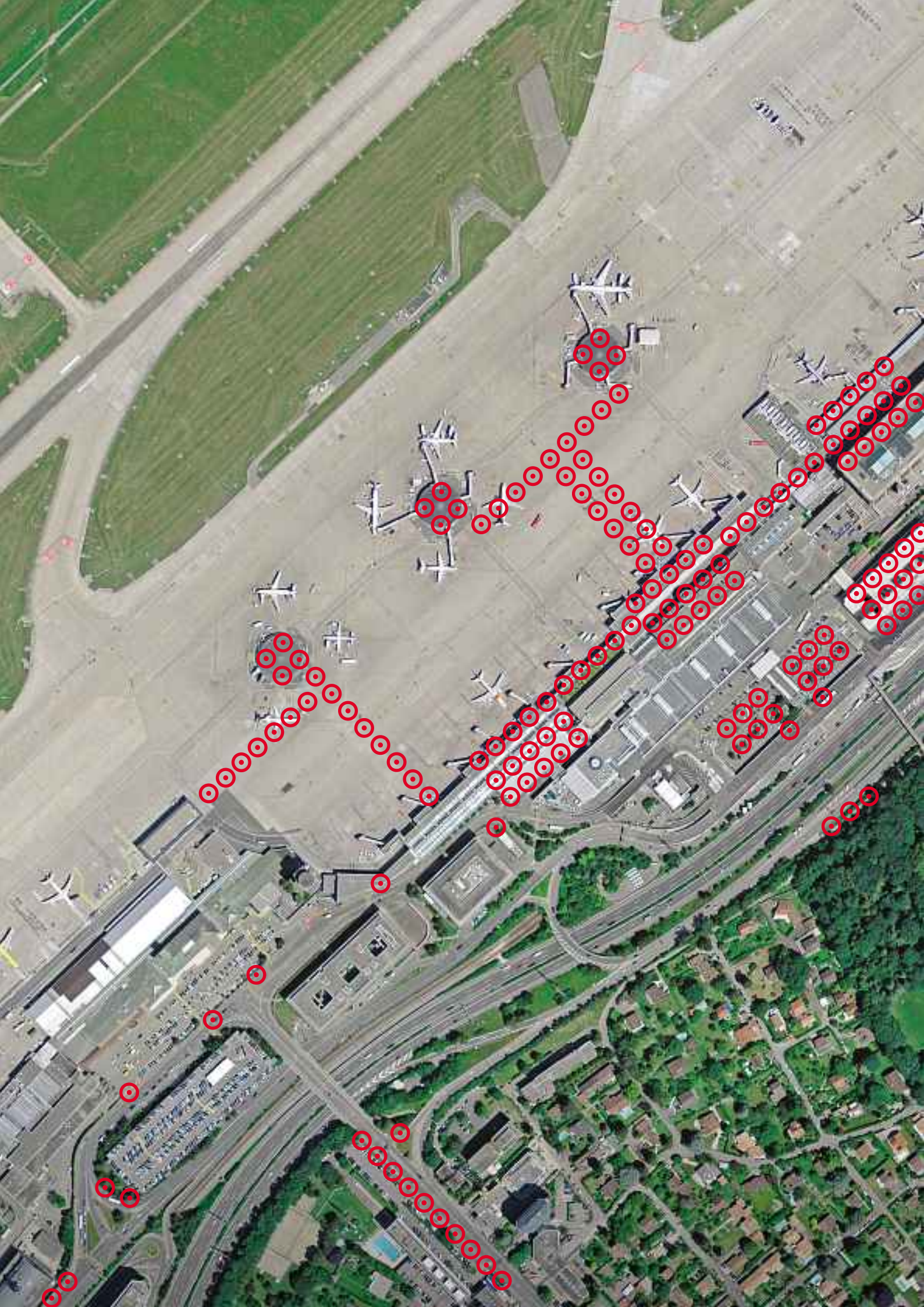
100% «naturemade star»-zertifizierter Strom für Leucht-Werbeträger

Der Energiebedarf unserer Leucht-Werbeträger wird zu 100% mit «naturemade star»-zertifiziertem Strom gedeckt. Wie der separat publizierte Umweltbericht 2013 dokumentiert, konnten wir die ökologische Belastung im Zeitraum 2008–2012 um insgesamt rund 25% reduzieren. Durch den konsequenten Einkauf von Energie aus erneuerbaren Quellen leistet der Strom mit rund 50% anteilmässig den grössten Reduktionsbeitrag. Der Beitrag des Verkehrs beträgt einen Drittel und ist zurückzuführen auf die Beschaffung und Nutzung von Erdgas- und Hybridfahrzeugen und eine energiesparende Fahrweise. Der Verbrauch von Heizenergie ist mit rund 10% und die Entsorgung sowie der Materialverbrauch mit je rund 5% an der Reduktion beteiligt. Die Umweltbelastung pro Plakat konnte im Zeitraum 2008–2012 um knapp 20% reduziert werden.





Mit insgesamt über 160 Gas- und 10 Hybrid-Fahrzeugen (Stand 31. Dezember 2013) verfügt APG|SGA über eine der grössten Eco-Flotten der Schweiz. Um den Treibstoffverbrauch weiter zu reduzieren, streben wir eine noch genauere Datenerfassung an, welche detaillierte Analysen und weitere Optimierungen erlaubt.





Genève

Aéroport

54 Fluggesellschaften fliegen von hier zu zahlreichen Destinationen im In- und Ausland. Jährlich passieren über 14 Millionen Reisende den Westschweizer Hub, der über einen eigenen Bahnhof verfügt und direkt mit dem Messegelände Palexpo verbunden ist.

APG|SGA Airport

Prestigewerbung für Prestigemarken



Pierre-Alain Mettraux

Leitung APG|SGA Airport

Bercher SA Publicité Générale

«Im Genève Aéroport begegnen Prestigemarken einer internationalen Kundschaft – exklusiv präsentiert von APG|SGA Airport.»

Kundenportefeuille weiter gestärkt

APG|SGA Airport konnte das Kundenportefeuille sowohl in die Tiefe als auch in die Breite ausbauen. Zusätzlich zur Uhren-, Automobil-, Finanz- und Immobilienbranche wurden die Bereiche Luftfahrt sowie Schulen/Universitäten mit Erfolg weiterentwickelt. Der alljährlich im Frühling stattfindende Internationale Automobilsalon, Genève, hat sich einmal mehr als starker Umsatztreiber erwiesen. Die neuen LED-Werbeflächen sind vom Markt ausgezeichnet aufgenommen worden und haben ebenso zur guten Entwicklung beigetragen. Sie entsprechen im nationalen und internationalen Vergleich absoluter Spitzenqualität, da sie absolut spiegelfrei sind und die gezeigten Sujets hervorragend zur Geltung kommen lassen.

Weniger Werbeflächen – höhere Sichtbarkeit, bessere Wahrnehmung

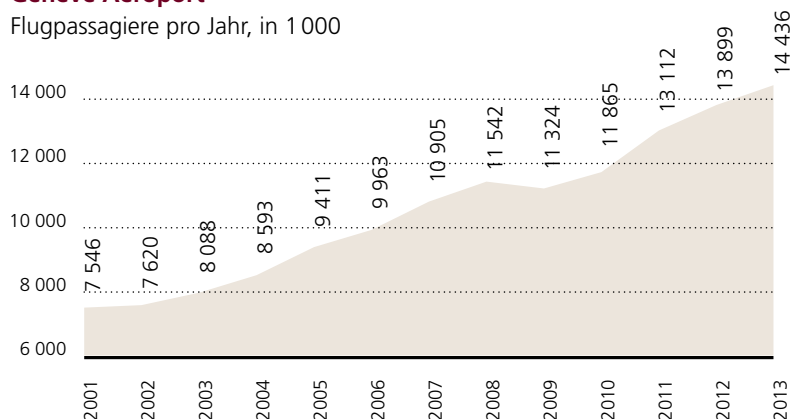
Im Genève Aéroport, unserem langjährigen, umsatzmässig wichtigsten Partner, haben wir das Angebot – gemeinsam mit den verantwortlichen Instanzen – auf Basis des Konzessionsvertrages weiter entwickelt. APG|SGA Airport Werbeflächen sind auf den umgebenden Raum individuell abgestimmt und fügen sich passend ins Flughafen-Ambiente ein. Damit erfüllen sie die hohen ästhetischen Ansprüche unserer Partner und erzielen gleichzeitig die vom Markt gewünschte Exklusivität. Weniger einzelne Standorte, dafür grössere, optimal ausgeleuchtete Formate: Dies erhöht die Werbeakzeptanz und ist in der Folge das Erfolgsrezept für eine kommerziell optimierte Wertschöpfung. Die im Markt stark nachgefragten Leucht-Displays überzeugen dank der LED-Technologie mit ihrem niedrigen Stromverbrauch ebenfalls aus ökologischer Sicht.

Airport: Prestigewerbung «at its best»

Am Flughafen begegnen sich Menschen unterschiedlichster Kulturen, verschiedenster Berufe, Jung und Alt. Das internationale Umfeld fasziniert und inspiriert. Werbung mit APG|SGA Airport erreicht kaufkräftige Zielpublika in geschäftiger Dynamik oder touristischer Musse. Der sachlich-funktionale Rahmen eines Airports ermöglicht den Kunden, Marken kontrastreich und wirkungsvoll zu inszenieren. So entfaltet Kommunikation im Point-of-Sale Bereich höchste Wirkung – als Marken-Reminder oder unmittelbare Sales Promotion.

Genève Aéroport

Flugpassagiere pro Jahr, in 1000



Quelle: Genève Aéroport, www.gva.ch



Grossflächige, qualitativ hochstehende Formate, in die Gebäudearchitektur eingepasst, erhöhen die Exklusivität der Werbeträger – und damit deren Wertschöpfung.

APG|SGA Mega Poster

Grossbildkommunikation als exklusives, mehrdimensionales Spektakel



Ernst Fuhrer

Leitung APG|SGA Mega Poster
Paron AG

«APG|SGA Mega Poster macht Kunden und deren Produkte anhand grossartiger Blickfänge zum Stadtgespräch.»

Grossflächen – auch für eigenständige, nationale Kampagnen

Als Marktführerin im Bereich der mehrdimensionalen Grossbildkommunikation setzte APG|SGA Mega Poster die erfreuliche Entwicklung der Vorjahre auch 2013 fort. Kerngeschäft der kleinsten Segmentgesellschaft bildet die Bewirtschaftung von Grossflächen an fixen und temporären Standorten. Mit schweizweit über 135 Adressen an hochfrequentierten Lagen bieten wir für jede Kommunikationsstrategie die passenden Grossflächen: als punktuelle Verstärkung einzelner Zielgebiete oder für eigenständige, nationale Kampagnen mit einer mehrmonatigen Belegung der grössten Schweizer Städte.

Innovative Promotionen

Nach der neuartigen, fotorealistischen Verhüllung und erfolgreichen Vermarktung des Burgerspittels in Bern konnte mit dem Zürcher Landesmuseum mitten im Zentrum der Stadt Zürich ein weiteres, prestigeträchtiges Objekt akquiriert werden. Ein weiteres Highlight setzte APG|SGA Mega Poster 2013 mit Sony Computer Entertainment für den Launch der neuen Sony Playstation 4. Nach einem dreitägigen Countdown, angezeigt auf einem LED-Screen, wurde Punkt Mitternacht auf den 29. November 2013 in der Schalterhalle des Hauptbahnhofs Basel mit eindrucksvollen Licht- und Toneffekten die grösste Playstation 4 Gamestation enthüllt, welche die Schweiz bisher gesehen hatte. Federführend in der Organisation und der Gesamtumsetzung war APG|SGA Mega Poster auch bei der Roadshow der überdimensionalen Matchbox für Skoda, AMAG Automobil- & Motoren AG, mit sieben Standorten in der ganzen Schweiz. APG|SGA Mega Poster ist der einzige nationale Anbieter, der Projekte dieser Art professionell und zeitgerecht abwickeln kann. Die Kunden erhalten alles aus einer Hand: von der eigens entwickelten Idee, über die Grobkostenplanung inklusive ersten Visualisierungen, Standort-Evaluation, Projektplanung und Produktion bis hin zum Debriefing.

Vom Begleit- zum Hauptmedium

Mit Apple, Sympany, PKZ/Feldpausch und anderen namhaften Marken wurde das Kundenportefeuille weiter gefestigt. Dank dem flächendeckenden Angebot, dem eigens entwickelten Qualifikationssystem zur inter- und intramedialen Vergleichbarkeit und dem ganzheitlichen Beratungs- und Service-Dienstleistungspaket werden MegaPoster vermehrt nicht mehr nur als Begleit-, sondern zunehmend auch als Hauptmedium für nationale Kampagnen eingesetzt. Grossflächen sind in Zeiten knapper Werbebudgets eine hochwertige, impactstarke Alternative für mehrwöchige Kampagnen und damit für die Mediaplanung besonders interessant.



APG|SGA Mega Poster macht's möglich:
Drei Tage lang konnten die Passanten
im Hauptbahnhof Basel eine sieben Meter hohe
Spezialausgabe der neuen Sony Playstation 4
Gamekonsole anspielen (oben).
Und in sieben Schweizer Städten zog eine
überdimensionale Matchbox für Skoda die
Blicke auf sich (links).

APG|SGA Mountain

Innovative und kreative Inszenierungen am Berg



Markus Bien
Leitung APG|SGA Mountain

«Mit innovativen Geschäftsmodellen, starken Partnerschaften sowie überarbeiteten Produkten und Dienstleistungen haben wir unsere Marktposition in der Schweiz gefestigt.»

Neupositionierung und strategische Partnerschaft mit dem Weltmarktführer

APG|SGA Mountain, Spezialistin und Marktführerin für Aussenwerbung und Orientierungssysteme am Berg, hat sich 2013 mit innovativen Geschäftsmodellen und Partnerschaften sowie überarbeiteten Produkten und Dienstleistungen weiter etabliert und die Marktposition in der Schweiz gefestigt. Durch einen neuen, langfristigen Kooperationsvertrag mit Sitour steht der Werbebranche das attraktivste und gleichzeitig größte, grenzüberschreitende Werbenetz in den Alpen zur Verfügung. Sitour ist Weltmarktführer im Bereich Werbeflächen und Pistenmarkierungen und als Nummer 1 Vertragspartner aller österreichischen Top-Wintersportorte. Neben den europäischen Niederlassungen in Deutschland, Italien, der Tschechischen Republik und der Slowakei ist das Unternehmen auch in den USA, in Japan und Kanada tätig.

Innovationen: Mountain ePanels, Leuchtformate, mobile Flächen

Mit der Inbetriebnahme der Verbindungsbahn Arosa–Lenzerheide wurden in den beiden Skigebieten erstmalig Mountain ePanels eingesetzt. Die hochwertigen 70 Zoll LCD Full-HD-Screens sorgen mit gestochen scharfen Bildern für beste Werbewirkung und willkommene Unterhaltung der wartenden Gäste der Rothorn- und der Weisshornbahn. Bei den Neu-Installationen im umgestalteten Sunnegga-Tunnel in Zermatt haben wir nach erfolgreichen Tests ein neues Leuchtplakat-System eingesetzt: eingespannte Blachen, die mit LED Lampen hinterleuchtet werden und sich perfekt in das neue Erscheinungsbild der Zermatt Bergbahnen einfügen. Eine Kooperation mit dem lokalen Unternehmen ermöglicht neu ebenfalls mobile Werbeflächen an den am Fuss des Matterhorns verkehrenden Taxi-Elektrofahrzeugen. In Verbier, Station Les Ruinettes, steht seit der Saison 2013/2014 die in einem Skigebiet wohl grösste Leucht-Werbefläche der Welt. Sie misst 30 Quadratmeter und konnte bereits für die kommenden drei Jahre verkauft werden. In den Gebieten Crans-Montana, Verbier, Arosa, Lenzerheide sowie Belalp wurden insgesamt 26 PanoramaBoards der neuesten Generation in Betrieb genommen.

Umfassende Gäste-Information als Basis effizienter Werbekommunikation

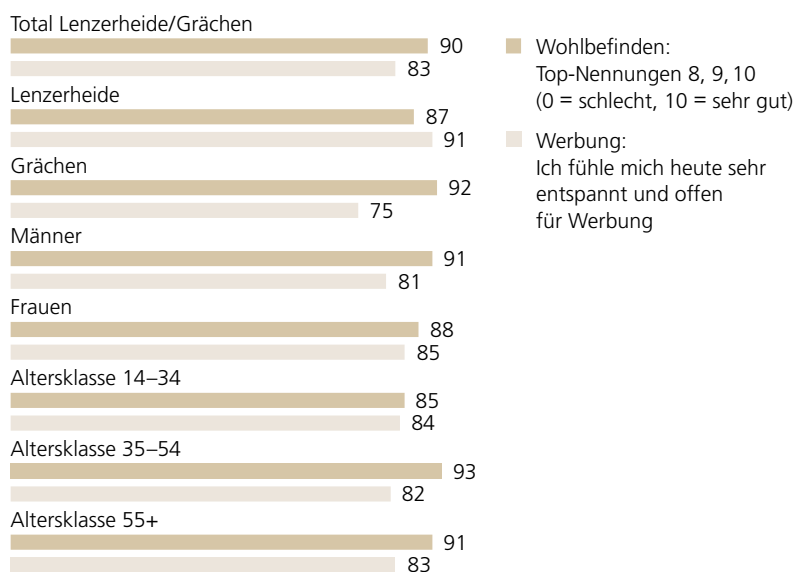
Damit sich Touristen und Feriengäste schnell und zuverlässig orientieren können, stellen wir unseren Partnern, zumeist Bergbahnen, verschiedenste Services und Tools zur Verfügung. Als grosser Erfolg erweist sich der Ausbau von infosnow.ch, einer Web-Applikation zur Erfassung und Pflege von Daten, die an Panorama- und Infotafeln, Websites und elektronische Endgeräte wie Smartphones ausgegeben werden. APG|SGA Mountain bietet den Werbetreibenden Raum für attraktive Markeninszenierungen, welche ihre Zielgruppe am Berg zu beinahe 100% im Freizeitbereich erreichen: in bester Laune, entspannter Atmosphäre, offen für Werbung, mit entsprechend hoher Wirkung. Dies belegen die Zahlen der periodisch durchgeführten Marktforschung von Isopublic (siehe Grafik). Die guten Werte wurden erstmals durch eine zusätzliche Online-Umfrage untermauert, welche nachträglich mit der gleichen Zielgruppe im Alltag durchgeführt wurde.

«All-in-One» – Ganzgestaltungen, gebrandete Skiracks, PanoramaBoards und Sampling-Aktionen: Nach den positiven Rückmeldungen der Pistenbefragung weitet Toblerone in der Saison 2013/2014 sein Erfolgsmodell nach Arosa, Grächen und Haute-Nendaz auf die Destinationen Flumserberg sowie Zermatt aus.



Out of Home in den Bergen: Wohlbefinden und Offenheit bezüglich Werbung

Anteile in % der Befragten (Basis = 520 Personen)



Quelle: Isopublic, Repräsentativ-Umfragen
Lenzerheide und Grächen, Februar 2013,
im Auftrag von APGISGA Mountain

Mountain ePanels: Hochwertige 70 Zoll LCD Full-HD-Screens an Top-Standorten in Arosa und Lenzerheide sorgen mit gestochen scharfen Bildern für beste Werbewirkung und Unterhaltung der wartenden Gäste

APG|SGA Traffic

Gefestigte Position im Kampf um Marktanteile



Daniel Flück

Leitung APG|SGA Traffic AG

«Mit dem vollständig erneuerten TrafficMediaScreen haben wir im digitalen Bereich einen Meilenstein gesetzt.»

Erfolgsformat Hängekarton

Als Marktführer der ÖV-Werbung blickt APG|SGA Traffic auf ein herausforderndes Jahr zurück, das erfolgreich abgeschlossen werden konnte. Erfreulich präsentiert sich die Entwicklung namentlich bei den Innenformaten. Dort setzt sich die Erfolgsgeschichte des Hängekartons auch im digitalen Zeitalter fort. Die Vorteile dieses Formats sind mannigfaltig. Hängekartons in den Trams und Bussen sind immer sichtbar und erzielen ihre Wirkung aus der Kraft des ruhenden Bildes in einer bewegten Umgebung. Als Einheitsformat können sie für jeden Verkehrsbetrieb der Schweiz gebucht werden – zu sehr vorteilhaften Kosten, schnell und unkompliziert.

Bewährte Schnittstelle zwischen Verkehrsbetrieben, Kunden, Agenturen, Schriftenmalern und Produzenten

APG|SGA Traffic ist Partner von über 90% aller städtischen und regionalen Verkehrsbetriebe der Schweiz, der Postauto Schweiz und der BLS (S-Bahn Bern). Wir vermarkten über 4 200 ÖV-Fahrzeuge und fungieren als wichtige Drehscheibe zwischen Verkehrsbetrieben, Kunden, Agenturen, Schriftenmalern und Produzenten. National, regional und lokal vernetzt nutzen wir die Nähe zu unseren Partnern und bieten ihnen umfassende Dienstleistungen und handliche Tools – entscheidende Erfolgsfaktoren im hart umkämpften Markt. Vor diesem Hintergrund haben wir im administrativen Bereich 2013 unsere Strukturen und Prozesse überprüft, sie überarbeitet und angepasst. Dabei haben wir verschiedene neue Marketing-Tools eingeführt, welche die Effizienz im Verkauf auf Front- und Backoffice-Seite erhöhen.

TrafficMediaScreen: Meilenstein im digitalen Bereich

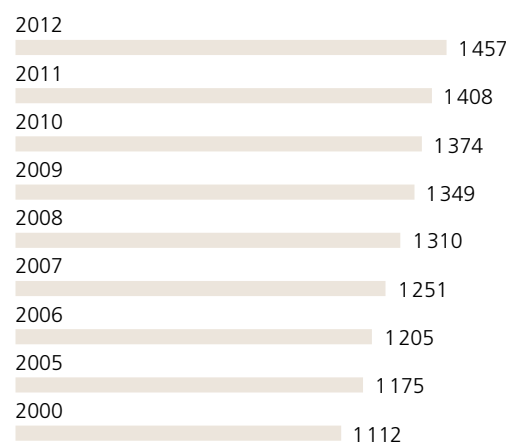
Mit der vollständigen Erneuerung des Content-Managements von TrafficMediaScreen haben wir im digitalen Bereich einen Meilenstein gesetzt. Das aus zwei unmittelbar benachbarten Bildschirmen bestehende Format im Fahrzeug-Innenraum zeigt zum einen Fahrstrecke, Haltestellen und Umsteigemöglichkeiten, zum anderen bietet es ein abwechslungsreiches, unterhaltsames Newsprogramm mit Werbefenstern. TrafficMediaScreen ist ein auf die Bedürfnisse von Verkehrsbetrieben zugeschnittenes, topmodernes, effizientes und flexibles Tool, welches höchsten Ansprüchen genügt. Unsere Vorwärtsstrategie im digitalen Bereich setzen wir weiter fort, ohne dabei die umsatzstarken Aussen- und Innenformate zu vernachlässigen.



ÖV-Werbung ist beliebt und stark beachtet. Dies nutzen APG|SGA Traffic Kunden ebenso wie das vorteilhafte Preis/Leistungsverhältnis. In Form von Konzessionsabgaben profitieren davon auch unsere städtischen und regionalen Partner-Verkehrsbetriebe.

Beförderte Personen öffentlicher Strassenverkehr

Tram, Trolley- und Autobusse,
pro Jahr in Mio.



Quelle: BFS, Bundesamt für Statistik,
www.bfs.admin.ch (Dezember 2013)



An aerial photograph of Bern, Switzerland, showing the city's layout, including the Aare river, the Old Town, and the modern Berner Hauptbahnhof. Red circles are overlaid on the image to indicate potential advertising locations. These circles are concentrated in the city center, particularly around the main train station and the surrounding urban areas. The circles are of varying sizes, suggesting different levels of visibility or reach for advertising.

Bern

Bahnhofplatz

Der zweitgrösste Bahnhof der Schweiz liegt im Herzen der Bundeshauptstadt und dient als Drehscheibe für den öffentlichen Verkehr. Auf dem Bahnhofplatz davor bewegen sich wöchentlich über eine halbe Million Pendler, Shopper und Touristen.

Impacta APG|SGA, Ecofer APG|SGA

Out of Home Media in den Bahnhöfen – ein Erfolgsmodell



Markus Scheidegger

Delegierter des Verwaltungsrates der
Impacta AG und der Ecofer AG

«Zusammen mit den SBB und weiteren Partnern entwickeln wir Out of Home Media in den Bahnhöfen kontinuierlich weiter.»

Analoge und digitale Formate

Impacta APG|SGA, Impacta AG, ist Konzessionärin der Schweizerischen Bundesbahnen SBB, der BLS AG, der Matterhorn Gotthard Bahn und weiterer wichtiger Schweizer Privat-, Touristik- und Bergbahnen. Das Angebot der Schweizer Spezialistin für Bahnhofswerbung umfasst neben analogen zunehmend auch digitale Out of Home Media Formate. Das im Jahr 2011 eingeführte ePanel hat in den zwei Jahren seinen festen Platz in der Schweizer Medienplanung gefunden und ist im modernen und stark belebten Umfeld der Schweizer Grossbahnhöfe nicht mehr wegzudenken. Mit Rail Beamer ist der Digitalbereich um ein weiteres attraktives Format erweitert worden: leistungsstarke Projektoren, welche 12 Quadratmeter grosse Flächen mit Information und Werbespots bespielen können. Vier dieser Installationen befinden sich zur Zeit im Hauptbahnhof Zürich, weitere werden angesichts der erfolgreichen Einführung folgen. Zum intensiven Projektjahr 2013 gehörten unter anderem die Konzeption des Aussenwerbeangebots für die DML¹, ein Jahrhundertprojekt der SBB, Grossprojekte im Rahmen der Einführung neuer Produkte in 10 Schweizer Bahnhöfen sowie umfassende Basiskonzepte für die Werbung in den Bahnhöfen. 2014 wird ein Jahr der Umsetzungen sein.

Kommunikationskanal Bahn/Bahnhof Non-Poster

Ecofer APG|SGA, Ecofer AG, ist in den Schweizer Grossbahnhöfen auf die Vermarktung von zumeist langfristiger Werbung im Non-Poster-Segment spezialisiert: qualitativ hochwertige Leuchtreklamen, Grossdarstellungen, Gestaltungen und weitere Spezialwerbeformen. Dazu gehören bis zu 320 Quadratmeter messende MegaPoster, Fahrtreppenwerbung (Stair Poster) sowie die im Markt immer beliebteren 3D-Spezialumsetzungen. Ecofer Konzessionspartner sind ebenfalls die Schweizerischen Bundesbahnen SBB, BLS AG und weitere Bahnunternehmungen, auch im Bergbahn- und Touristikbereich.

Kontinuierliche Optimierung und Weiterentwicklung

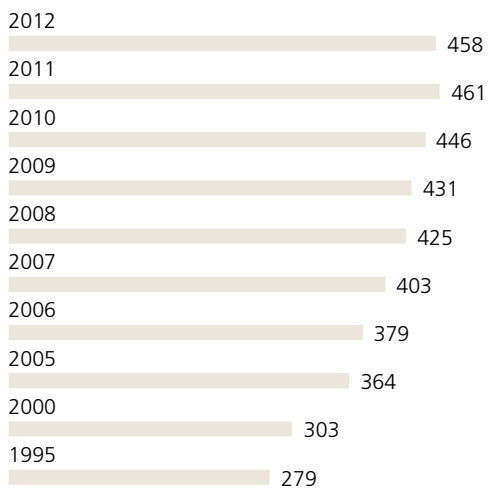
Die Wachstumsprognosen für den öffentlichen Verkehr zeigen stetig und unverändert nach oben. Diese Tatsache stellt sowohl unsere Partner als auch uns selbst vor vielfältige Herausforderungen. Um als Werbe-Produktgestalter und Vermarkter erfolgreich zu sein, gilt es, neue, innovative Wege zu beschreiten. Dass die bestehenden Räume immer intensiver genutzt werden, hat wesentlichen Einfluss auf unsere Produktpalette und liefert Impulse für Neues. Dank der auf allen Ebenen bewährten, intensiven und konstruktiven Zusammenarbeit mit unseren Partnern eröffnen die Out of Home Medien im Segment Bahnhof, in den Knotenpunkten der Mobilität, vielversprechende Perspektiven.

¹ Die Durchmesserlinie (DML) verbindet die Bahnhöfe Altstetten, Zürich Hauptbahnhof und Oerlikon und bringt für den Zürich Hauptbahnhof die nötige Entlastung und weitere Fahrplanstabilität in der ganzen Schweiz. Sie wird am 15. Juni 2014 in Betrieb genommen.



Steigende Eisenbahn-Personen-frequenzen

Fahrgäste SBB und konzessionierte Transportunternehmen, pro Jahr in Mio.



Quelle: BFS, Bundesamt für Statistik,
www.bfs.admin.ch (Dezember 2013)

Bahnhöfe als Verkaufspunkte und Marken-Erlebniswelt: Die verschiedenen analogen und digitalen Out of Home Media Formate bieten den Werbekunden ideale Möglichkeiten, ihre Zielgruppen zu erreichen – insbesondere Pendler und junge, besonders mobile Zielgruppen.

APG|SGA International

Auslandportfolio bereinigt



Thomas Rainer
Leitung International Markets

«Die angestrebte
Neuausrichtung der
Auslandstrategie
ist abgeschlossen.»

Abschluss der Neuausrichtung der Auslandstrategie

Nachdem Verwaltungsrat und Unternehmensleitung Ende 2010 beschlossen hatten, die Auslandsbeteiligungen mit Ausnahme der Beteiligung in Serbien zu bereinigen und zu verkaufen, ist dieser Entscheid in der Folge zielstrebig umgesetzt worden. 2013 wurden mit Rumänien und Montenegro die letzten der fraglichen Beteiligungen veräußert.

Montenegro

Der Ausstieg in Montenegro, der aufgrund der anhaltenden Wirtschaftskrise und des im kleinsten aller Balkanländer geringen Entwicklungspotentials beschlossen worden war, wurde im Februar 2013 vollzogen mit dem Verkauf der Gesellschaft Montepano d.o.o. (80% Beteiligung) an den lokalen Minderheitsgesellschafter.

Rumänien

Mit der Übernahme der Kontrolle über die rumänischen Gesellschaften und der Neu-besetzung der Schlüsselfunktionen im Jahr 2012 war das Terrain für einen Verkauf geebnet worden. Nachdem die wirtschaftliche Entwicklung des Landes weiter hinter den Erwartungen zurücklag und die Regierung ein sehr restriktives Aussenwerbe-gesetz verabschiedete hatte, welches eine deutliche Reduktion der Werbeflächen vorsah, wurde mit dem lokalen Geschäftsführer und mit ihm verbundenen Mitinvestoren eine Vereinbarung unterzeichnet, die den kompletten Ausstieg aus Rumänien regelte. APG|SGA folgte damit dem Beispiel der meisten anderen grossen Aussenwerbe-gesellschaften, die Rumänien im letzten Jahr verlassen haben.

Griechenland

Die Gesellschaften in Griechenland wurden nach dem Verkauf aller Vermögenswerte im Jahr 2011 wie geplant anfangs Januar 2013 in einem strukturierten Ablauf der Liquidation zugeführt.

Serbien

Aufgrund der soliden Marktposition und der langjährigen Verträge hat APG|SGA beschlossen, dieses Land im Portfolio zu behalten. Trotz anhaltend schwieriger wirtschaftlicher und politischer Rahmenbedingungen entwickelte sich die 100%-Beteiligung Alma Quattro zufriedenstellend. Während der Werbemarkt in Serbien 2013 um rund 10% geschrumpft ist, konnte die Gesellschaft – bereinigt um den Sonderfaktor Wahlen im Vorjahr – den Umsatz halten. Zudem wurden zukunftsweisende, digitale Innovationen realisiert. An den Werbeträgern im Zentrum der Hauptstadt Belgrad angebrachte WiFi-Antennen erlauben es den Passanten neu, dort kostenlos im Internet zu surfen, was wiederum den Werbeauftraggebern ermöglicht, den Konsumenten Push-Nachrichten zu senden. Als weitere neue Dienstleistung werden die ausgehängten Plakate unmittelbar nach dem Anbringen von den Afficheuren mit Smartphones fotografiert, die Aufnahmen real-time an die Logistikzentrale und gleich anschliessend als Fotodokumentation an den Kunden weitergeleitet.



Alma Quattro, unsere Beteiligung in Serbien, ist klarer Out of Home Marktführer des Landes. Die Gesellschaft ist ausgezeichnet positioniert, verfügt über langfristige Verträge mit den wichtigsten Städten und hat 2013 zukunftsweisende Innovationen realisiert.

Lausanne

Flon

Hier pulsiert das Leben – 24 Stunden am Tag. Das Quartier du Flon bietet ein modernes Angebot für Einkauf und Freizeit. Es ist hervorragend an den öffentlichen Verkehr angebunden. So auch an die Métro Lausanne, der einzigen U-Bahn der Schweiz, die jährlich über 30 Millionen Passagiere befördert.



Human Resources

Konsolidierung und neues Funktionsstufen-Modell



Marcel Seiler
Leitung Human Resources

«Die erfreulichen Ergebnisse der Mitarbeitenden-Umfrage zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind.»

Mitarbeitenden-Umfrage

Das Jahr 2013 stand, zusätzlich zum Tagesgeschäft, im Zeichen der Festigung und Konsolidierung der verschiedenen Prozesse in der Personal-Akquisition, Betreuung, Honorierung und Förderung. Professionalität und Effizienz wurden weiter erhöht. Die stufenweise Einführung eines Personalinformationssystems mit automatisierten Prozessen ist weitgehend abgeschlossen. Das erklärte Ziel, die Linienfunktionen operativ, bedürfnisgerecht zu unterstützen, haben wir zudem erreicht. Die Ergebnisse der Umfrage, zu der wir alle Mitarbeitenden eingeladen hatten, waren sehr erfreulich. Die Rücklaufquote betrug 76 Prozent. Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden mit ihrer Arbeitsstelle ist sehr hoch. Dies gilt auch bezüglich Strategie, Führung und Organisation der Unternehmensleitung.

Personalentwicklung

Neu haben wir ein toolbasiertes Leistungs- und Verhaltensbeurteilungssystem (MbO) eingeführt. APG|SGA investiert gezielt in die berufliche Entwicklung und Förderung der Mitarbeitenden. Für ihre Weiterbildung stehen ihnen vielfältige On-the-job und Off-the-job Angebote sowie interne Workshops und Trainings zur Verfügung. Das Lernendenkonzept wurde neu überarbeitet. Es soll in Bezug auf die Grundsätze und die Rahmenbedingungen ein einheitliches Vorgehen in der Berufsausbildung garantieren. Ziel ist es, die Attraktivität der APG|SGA als Ausbildungsbetrieb auf dem Markt zu steigern.

Neues Funktionsstufen-Modell

Das bisherige Funktionsstufen-Modell wurde durch ein neues, vier Stufen umfassendes Modell abgelöst, das für alle Mitarbeitenden und Vorgesetzten transparenter und verständlicher ist. Es dient als Basisinstrument für ein zukünftiges Entlohnungs- und Anreizsystem. Alle Funktionen wurden nach einem Kompetenzmodell neu eingestuft und sämtliche Reglemente angepasst.

Arbeitssicherheit und betriebliches Gesundheitsmanagement

Das betriebliche Gesundheitsmanagement ist eine wichtige Aufgabe für ein Unternehmen. 2013 wurden der IST-Zustand im Rahmen der Mitarbeitendenumfrage analysiert, Schulungen organisiert und Anpassungen im Bereich der Kommunikation vorgenommen. Im ersten Quartal 2014 stehen dann die detaillierte Auswertung der durch die Spezialisten bemängelten Arbeitssicherheitspunkte und die Definition weiterer Massnahmen im Vordergrund.

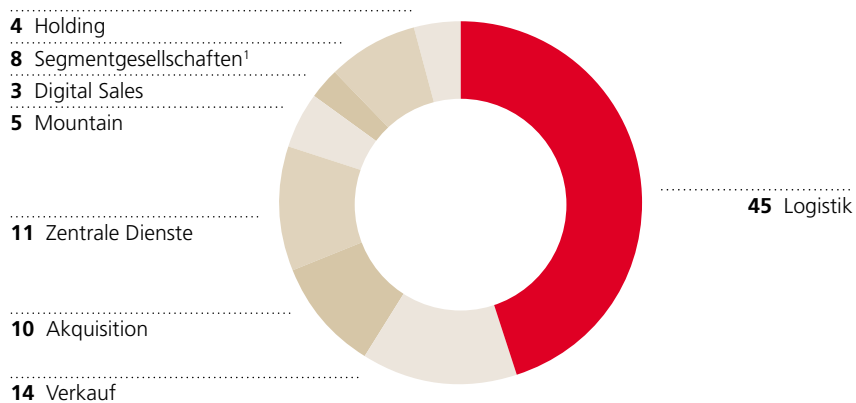
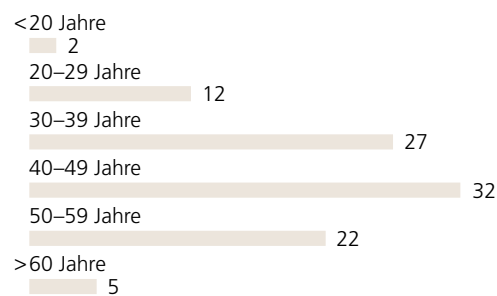
Pensionskasse APG|SGA

Das Anlagejahr 2013 entwickelte sich, rückblickend betrachtet, überraschend gut. Die Pensionskasse APG|SGA erzielte mit 7.2 Prozent eine erfreuliche Rendite. Dadurch und dank des ausserordentlichen Sanierungsbeitrages des Arbeitgebers in der Höhe von CHF 20.4 Millionen betrug der Deckungsgrad Ende Jahr 105 Prozent. Die Geschäftsführung wurde an einen externen Anbieter vergeben (Avadis Vorsorge AG).

APG|SGA Beschäftigte

Stand 31.12.

	2013	2012
Total¹	596	652
Nach Ländern		
Schweiz	538	537
Serbien	57	57
Übrige	1	58
Nach Merkmalen		
Anteil Männer, in %	74	74
Anteil Frauen, in %	26	26
Anteil Vollzeitstellen (90–100%), in %	81	81
Anteil Teilzeitstellen (<90%), in %	19	19
Lernende ²	10	15

¹ Basis Vollzeitäquivalent 100%, Prozentwerte gerundet, ohne Lernende² Schweiz, APG|SGA: kaufmännisch 7, Logistik 2, Informatik 1**APG|SGA Beschäftigte Schweiz, nach Bereichen**
in Prozent¹ Ohne Impacta/Ecofer**Altersstruktur**
in Prozent





Lugano

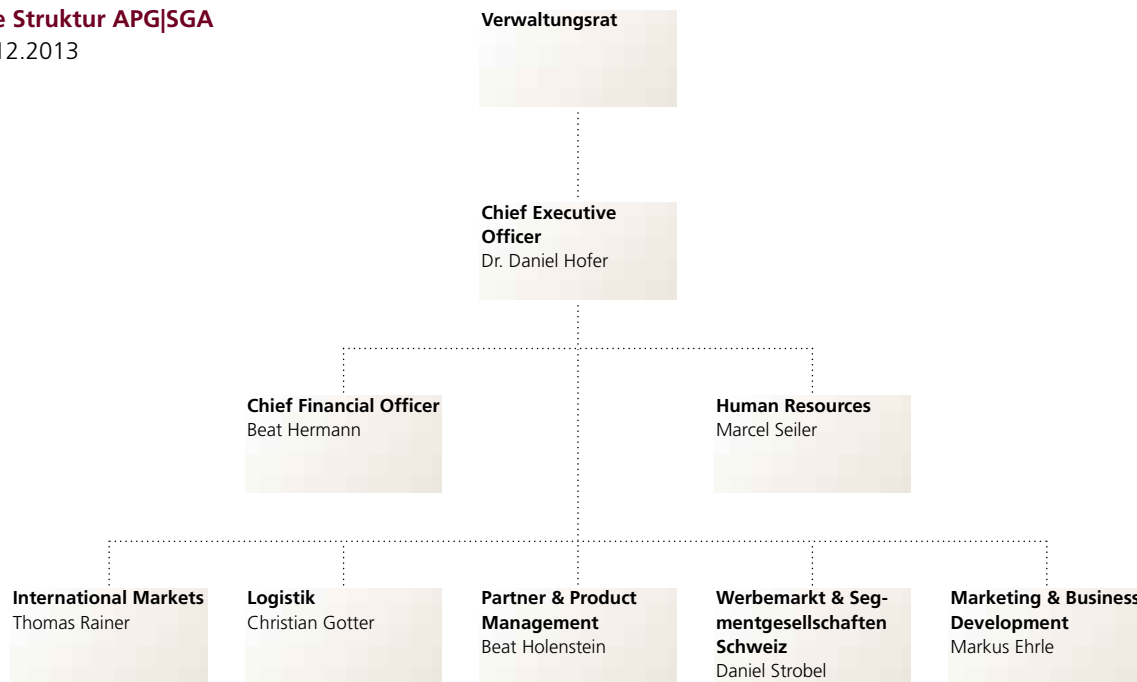
Seepromenade

Mit über 55 000 Einwohnern ist Lugano die grösste Stadt der italienischen Schweiz. An der Seepromenade des Lago di Lugano flanieren in der Hochsaison täglich über 40 000 Touristen und Einwohner, welche die Aussicht auf den San Salvatore geniessen.

Corporate Governance

Operative Struktur APG|SGA

Stand 31.12.2013



Konzernstruktur und Aktionariat

Einleitung

Die Prinzipien und Regeln zur Führung und Kontrolle der APG|SGA Gruppe sind festgehalten in den Statuten, im Organisationsreglement des Verwaltungsrates und in den Reglementen der Verwaltungsratsausschüsse. Der Verwaltungsrat prüft diese Dokumente regelmässig und passt sie gegebenenfalls neuen Umständen an. Die Statuten der APG|SGA AG können unter www.apgsa.ch/statuten eingesehen werden. Die hier veröffentlichten Informationen entsprechen den Anforderungen der Richtlinie betreffend Informationen zur Corporate Governance der SIX Swiss Exchange.

Kotierte Gesellschaft

Firma, Hauptsitz: APG|SGA AG, Genève
 Börsenkapitalisierung per 31.12.2013: CHF 747 Mio.
 Ort der Kotierung: SIX Swiss Exchange
 Valorennummer: 1 910 702
 ISIN: CH0019107025
 Ticker: APGN

Beteiligungsgesellschaften

Die Übersicht über die Beteiligungsgesellschaften befindet sich auf Seite 25 des Financial Report.

Kreuzbeteiligungen

Zwischen der APG|SGA Gruppe und anderen Gesellschaften bestehen keine kapital- oder stimmenmässigen Kreuzbeteiligungen.

Kapitalstruktur

Ordentliches, genehmigtes und bedingtes Kapital

Das Aktienkapital der APG|SGA AG per 31.12.2013 beträgt CHF 7 800 000, ist voll liberiert und eingeteilt in 3 000 000 Namenaktien mit einem Nennwert von je CHF 2.60. Per 31.12.2013 verfügt die APG|SGA AG weder über genehmigtes noch bedingtes Kapital.

Per 31.12.2013 betrug das Eigenkapital vor Minderheitsanteilen CHF 123.5 Mio. (Vorjahr CHF 105.6 Mio.). Details zu den Veränderungen des Eigenkapitals sind den jeweiligen Geschäftsberichten zu entnehmen: für die Jahre 2013/2012 auf Seite 55 dieses Berichts, für die Jahre 2012/2011 auf Seite 54 des Berichts 2012.

Bedeutende Aktionäre¹

	Aktien gestützt auf Meldungen per 31.12.2013	in %	Aktien gestützt auf Meldungen per 31.12.2012	in %
JCDecaux SA, Neuilly-sur-Seine (F) ²	900 000	30.00 ^{3,5}	900 000	30.00 ^{3,5}
Albert Frère, Gerpennes (B), Compagnie Nationale à Portefeuille, Loverval (B)	758 888	25.30 ^{4,5}	758 888	25.30 ^{4,5}
Béatrice und Paul-Henry Binz, Grisobi Holding SA, Bulle (CH)	201 204	6.71 ⁵	201 104	6.70 ⁵
International Value Advisers LLC, New York (USA)	105 195	3.51 ^{5,6}	104 306	3.48 ^{5,6}
Pictet Funds SA, Genève (CH)	99 736	3.32 ^{5,7}	–	–
APG SGA SA, Genève (CH) (Aktien)	51 890	1.73 ^{5,8}	55 740	1.86 ^{5,8}
APG SGA SA, Genève (CH) (bedingte Kaufoption)	147 000	4.90 ^{3,8}	147 000	4.90 ^{3,8}

¹ Beteiligung von 3% oder mehr, in Form von Aktien oder Erwerbs- oder Veräusserungsrechten bezüglich Aktien. Die Angaben stützen sich auf die von den Aktionären in Anwendung von Art. 20 BEHG per 31.12.2013 gemachten Meldungen, unter Vorbehalt abweichender Angaben. Unter http://www.six-exchange-regulation.com/publications/published_notifications/major_shareholders_de.html befinden sich sämtliche veröffentlichten Meldungen.

² JCDecaux SA, rue Soyer 17, 92200 Neuilly-sur-Seine (F), wird kontrolliert von JCDecaux Holding SA, rue Soyer 17, 92200 Neuilly-sur-Seine (F). Deren Aktionäre sind

- Mitglieder der Familie Decaux: Jean-Claude Decaux (Neuilly-sur-Seine/F), Jean-François Decaux (London/GB), Jean-Charles Decaux (Neuilly-sur-Seine/F), Jean-Sébastien Decaux (Bruxelles/B), Jean-Pierre Decaux (Paris/F) und Danielle Decaux (Neuilly-sur-Seine/F)
- JFD Investissements (Luxembourg/L) und JFD Participations (Luxembourg/L), direkt von Jean-François Decaux kontrollierte Gesellschaften
- Open 3 Investimenti (Uccle/B), direkt von Jean-Sébastien Decaux kontrollierte Gesellschaft

³ Am 29.02.2008 hat JCDecaux mitgeteilt, der APG|SGA AG ein Erwerbsrecht auf Aktien eingeräumt zu haben. Dieses berechtigt zum Erwerb von maximal 147 000 Aktien der APG|SGA AG, welche maximal 4.9% der Stimmrechte der Gesellschaft entsprechen (siehe Kontrollwechselklauseln, Seite 51).

⁴ Detaillierte Angaben über das Verhältnis zwischen Albert Frère, Compagnie Nationale à Portefeuille und Pargesa Asset Management (Netherlands) N.V. siehe: http://www.apgsa.ch/media/filer_private/2012/09/04/pargesa_management_organigramme.pdf

⁵ Anzahl Aktien gemäss Aktienregister per 31.12.2013 bzw. 31.12.2012

⁶ Die International Value Advisers LLC ist, gestützt auf Verwaltungsverträge, ermächtigt zur Ausübung der Stimmrechte von 13 unterschiedlichen Investoren und 5 Fonds, die Aktien der APG|SGA AG halten. Die betroffenen Fonds sind: IVA Global Master Fund L.P., IVA Overseas Master Fund L.P., IVA International Fund, IVA Worldwide Fund und IVA Global SICAV Fund.

⁷ Am 30.09.2013 hat die Pictet Funds SA, Genève (CH), mitgeteilt, die 3% Schwelle überschritten zu haben. Die Beteiligung der Pictet Funds SA sieht wie folgt aus:

- Pictet (CH) Swiss Mid Small Cap (1.99%)
- Pictet (CH) Enhanced Swiss Equities 130/30 (0.63%)
- Pictet (CH) Swiss Equities (0.55%)
- Pictet Institutional Swiss Equities Tracker (0.06%)
- Pictet Swiss Market Tracker (0.05%)
- Ethos (0.04%)
- Pictet (CH) Equities Pool

⁸ Ohne Stimmrecht eingetragen

Aktien, Partizipations- und Genussscheine

Die Aktien der APG|SGA AG sind Namenaktien mit einem Nennwert von CHF 2.60 pro Titel. Jede Aktie hat eine Stimme. Es bestehen keine unterschiedlichen Dividendenberechtigungen mit Ausnahme derjenigen, dass eigene Aktien nicht dividendenberechtigt sind. Es gibt keine Vorzugsrechte für einzelne Aktionäre.

Die APG|SGA AG hat weder Partizipations- noch Genussscheine ausgegeben.

Aktienbuch

Jede im Aktienbuch mit Stimmrecht eingetragene Aktie berechtigt zu einer Stimme.

Die Eintragung mit Stimmrecht kann verweigert werden falls

- ein Erwerber trotz Verlangen der Gesellschaft nicht ausdrücklich erklärt, dass er die Aktien in eigenem Namen und für eigene Rechnung erworben hat oder hält,
- die Anerkennung des Erwerbers die Gesellschaft daran hindern könnte, den von der Bundesgesetzgebung über den Erwerb von Grundstücken durch Personen im Ausland geforderten Nachweis zu erbringen.

Wandelanleihen und Optionen

Wandelanleihen sind keine ausgegeben worden. Optionspläne für Mitarbeitende oder Verwaltungsräte existieren nicht.



Jean-François Decaux



Paul-Henry Binz



Gilles Samyn



Markus Scheidegger



Robert Schmidli

Verwaltungsrat

Mitglieder, Tätigkeiten und Interessenbindungen

Der Verwaltungsrat der APG|SGA AG zählt fünf Mitglieder.

Name	Mitglied seit	Mandatsablauf
Jean-François Decaux , Präsident	2002	2014
Paul-Henry Binz , Vizepräsident	1993	2014
Gilles Samyn	2008	2014
Markus Scheidegger	2000	2015
Robert Schmidli	2011	2014

Generalsekretariat

Mélanie Giger

Ausserhalb ihres Verantwortungsbereichs für die APG|SGA AG und – gegebenenfalls – andere Gesellschaften der Gruppe, üben die Mitglieder des Verwaltungsrates weitere Funktionen aus, über welche sie die APG|SGA AG informierten. Es handelt sich um Tätigkeiten im Rahmen von wichtigen Körperschaften, Stiftungen oder Einrichtungen in der Schweiz und im Ausland sowie offizielle Ämter und politische Mandate.

Jean-François Decaux (1959)

Präsident, nicht-exekutives Mitglied.

Französischer Staatsbürger, lic. oec. an der Université de Lausanne (Hautes Etudes Commerciales HEC), Eintritt in das Familienunternehmen Grisoni-Zaugg SA 1970 als Geschäftsführer, seit 1995 Verwaltungsratspräsident der Grisoni-Zaugg SA und der Grisobi Holding SA, Bulle, Mitglied der Caisse interprofessionnelle AVS der Fédération des Entreprises Romandes, Genève.

Paul-Henry Binz (1941)

Vizepräsident, nicht-exekutives Mitglied.

Schweizer Staatsbürger, lic. oec. an der Université de Lausanne (Hautes Etudes Commerciales HEC), Eintritt in das Familienunternehmen Grisoni-Zaugg SA 1970 als Geschäftsführer, seit 1995 Verwaltungsratspräsident der Grisoni-Zaugg SA und der Grisobi Holding SA, Bulle, Mitglied der Caisse interprofessionnelle AVS der Fédération des Entreprises Romandes, Genève.

Gilles Samyn (1950)

Nicht-exekutives Mitglied.

Belgischer Staatsbürger, Vertriebsingenieur der Université Libre de Bruxelles (Solvay Brussels School of Economics and Management), Vizepräsident und Delegierter des Verwaltungsrates der Compagnie Nationale à Portefeuille, Gerpennes (B), Präsident bzw. Mitglied und Mitglied des Ausschusses des Verwaltungsrates oder des Aufsichtsrates verschiedener Beteiligungsfirmen der Compagnie Nationale à Portefeuille in Belgien und im Ausland, Lehrbeauftragter in der Solvay Brussels School of Economics and Management (ULB).

Markus Scheidegger (1965)

Nicht-exekutives Mitglied.

Übernimmt exekutive Tätigkeiten in den Tochtergesellschaften Impacta AG und Ecofer AG.

Schweizer Staatsbürger, Fürsprecher, selbständiger Anwalt, Delegierter des Verwaltungsrates der Impacta AG und der Ecofer AG, Bern, zwei Beteiligungen der APG|SGA AG, Delegierter des Verwaltungsrates der Interplakat AG, Bern, Mitglied des Verwaltungsrates der Polymedia Holding AG, Bern, Präsident des Verwaltungsrates der Maxomedia AG, Bern, Präsident des Verwaltungsrates der Serigraphie Uldry AG, Hinterkappelen, Mitglied des Verwaltungsrates verschiedener schweizerischer KMU, Mitglied des Grossen Burgerrates der Burgergemeinde Bern.

Robert Schmidli (1950)

Nicht-exekutives Mitglied.

Schweizer Staatsbürger, eidgenössisch diplomierter Unternehmensökonom mit weiteren Ausbildungen in Verkauf, Marketing, Management und Unternehmensführung. Profunder Kenner des Schweizer Medien- und Werbemarktes. Erfolgreiche Tätigkeiten in Direktionsfunktionen bei Xerox, Bertelsmann sowie der PubliGroupe AG. Mitglied des Familienbeirates der Unternehmerfamilie Oschmann (Müller Medien, Nürnberg/D), Mitglied des Verwaltungsrates der search.ch AG und Mitglied des Verwaltungsrates der Aertzeverlag medinfo AG, Erlenbach.

Wahl und Amtszeit

Der Verwaltungsrat besteht gemäss Statuten aus drei bis fünf Mitgliedern, die aus dem Kreis der Aktionäre ernannt werden und Eigentümer von mindestens 100 Aktien sein müssen. Die Mitglieder werden von der Generalversammlung einzeln und jeweils für eine Amtsdauer von maximal drei Jahren gewählt. Nach Ablauf der Amtsdauer sind sie unbeschränkt wieder wählbar. Die Mitglieder des Verwaltungsrates treten in der Regel an der Generalversammlung, welche auf ihren 71. Geburtstag folgt, zurück. Eine weitere Mandatsverlängerung ist möglich, wenn sie der zufriedenstellenden Kontinuität der Tätigkeit des Verwaltungsrates dient.

Interne Organisation

Der Verwaltungsrat ist laut Gesetz und Statuten das oberste Führungsorgan im Konzern. Er ist befugt, in allen Angelegenheiten Beschluss zu fassen, die nicht durch Gesetz und Statuten der Generalversammlung vorbehalten sind oder die er nicht durch Reglemente oder Beschlüsse an andere Organe übertragen hat. Mittels Mehrheitsbeschluss legt er die strategischen, organisatorischen, finanziellen sowie buchhalterischen Richtlinien fest, die von der APG|SGA Gruppe zu befolgen sind. Bei Stimmengleichheit steht dem Präsidenten kein Stichentscheid zu. Der Verwaltungsrat wählt jeweils für ein Jahr den Präsidenten, den Vizepräsidenten und die Mitglieder der Ausschüsse.

Der Verwaltungsrat trifft sich zu Sitzungen, so oft es die Geschäfte erfordern, mindestens aber einmal pro Quartal. Jedes Verwaltungsratsmitglied kann den Präsidenten ersuchen, eine Sitzung einzuberufen. Im Geschäftsjahr 2013 hat der Verwaltungsrat 4 ordentliche Sitzungen abgehalten, an denen auch regelmässig Mitglieder der Unternehmensleitung teilnahmen. Die durchschnittliche Dauer der einzelnen Sitzungen beträgt einen halben oder ganzen Tag. An den Sitzungen hat der Verwaltungsrat in der Regel vollzählig teilgenommen.

Der Verwaltungsrat hat zu seiner Unterstützung zwei permanente Ausschüsse gebildet, einen Kontrollausschuss sowie einen Nominations- und Entschädigungsausschuss. Die Aufgaben und Kompetenzen sind in den Reglementen der Verwaltungsratsausschüsse geregelt. Den Gremien kommen in erster Linie beurteilende, beratende und überwachende Funktionen zu. In bestimmten, vom Verwaltungsrat delegierten Einzelfällen verfügen sie auch über Entscheidungskompetenzen. Die Ausschüsse bereiten in den ihnen zugewiesenen Arbeitsgebieten die Geschäfte des Verwaltungsrates vor und informieren ihn direkt über alle wichtigen Angelegenheiten.

Der Kontrollausschuss setzt sich zusammen aus den Verwaltungsräten Binz (Präsident) und Schmidli. Ihm sind folgende Aufgaben übertragen:

- Überprüfung der Unabhängigkeit und Effizienz der externen Revision
- Überprüfung des Risikomanagements im finanziellen und operationellen Bereich
- Überprüfung der Organisation und Effizienz der internen Revision, Analyse der Berichte und anschliessende Weiterleitung an den Verwaltungsrat
- Festlegung der Anlagestrategie und der Immobilienpolitik
- Analyse der konsolidierten Zwischen- und Jahresabschlüsse und anschliessende Weiterleitung an den Verwaltungsrat

Im Berichtsjahr hat der Kontrollausschuss 3 ordentliche Sitzungen abgehalten (im Februar, Juli und November), an denen auch der CEO und der CFO teilnahmen. An einer Sitzung war die externe Revisionsstelle anwesend.

Der Nominations- und Entschädigungsausschuss setzt sich zusammen aus den Verwaltungsräten Schmidli (Präsident) und Binz. Dieser Ausschuss überprüft

- die Gehaltspolitik
- die Selektionskriterien für die Mitglieder der Unternehmensleitung
- deren wesentliche Anstellungsbedingungen
- die Anträge für deren Entschädigung und Beteiligung
- Managemententwicklung und Nachfolgeplanung

Im Berichtsjahr hat der Nominationsausschuss 2 Sitzungen abgehalten (im Februar und November), an welchen auch der CEO, der Leiter Human Resources und der CFO teilnahmen.

Um eine stetige Verbesserung seiner Tätigkeit sicherzustellen, nimmt der Verwaltungsrat eine jährliche Selbstevaluation vor.

Kompetenzregelung zwischen Verwaltungsrat und Unternehmensleitung

Der Verwaltungsrat beschliesst über alle Geschäfte, welche ihm Gesetz, Statuten und das Organisationsreglement zuweisen. In Ausführung und Ergänzung von Art. 716a OR und Art. 27 der Statuten fallen in die ausschliessliche Kompetenz des Verwaltungsrates insbesondere:

- Festlegung der geschäftspolitischen und finanziellen Strategien
- Genehmigung von Verkaufs-, Kosten- und Investitionsbudgets der APG|SGA Gruppe
- Gründung, Kauf, Verkauf, Auflösung oder Fusion von Tochtergesellschaften
- Ausüben des Stimmrechts an den Generalversammlungen der Tochtergesellschaften und Erarbeitung der Empfehlungen an natürliche Personen, welche die Gesellschaft im Verwaltungsrat oder in einem anderen Organ einer Tochtergesellschaft vertreten
- Abschluss von Darlehensverträgen (sei es als Darlehensgeber oder -nehmer), Bürgschaftsverträgen oder jeder anderen Form von Garantieverträgen (ausgenommen Konzessionsverträge), welche die Gesellschaft gegenüber Dritten mit mehr als CHF 2 Mio. verpflichten
- Abschluss von Verträgen für nicht budgetierte Gegenstände, deren Betrag CHF 1 Mio. übersteigt

Der Verwaltungsrat hat die Führung des laufenden Geschäfts der Unternehmensleitung unter dem Vorsitz des CEO übertragen. Die Unternehmensleitung ist für alle Geschäfte verantwortlich, die nicht gemäss Gesetz, Statuten oder Organisationsreglement des Verwaltungsrates einem anderen Gesellschaftsorgan zustehen.

Informations- und Kontrollinstrumente gegenüber der Unternehmensleitung

Neben den Aufgaben, die dem Kontrollausschuss sowie dem Nominations- und Entschädigungsausschuss zugewiesen sind, werden dem Verwaltungsrat an jeder Sitzung die führungs-, umsatz- und ergebnisrelevanten Informationen für jede Beteiligungsgesellschaft mitgeteilt. Er wird über jede Beteiligungsgesellschaft und konsolidiert für den Konzern schriftlich und mündlich informiert mit folgenden finanziellen Daten:

- Quartals-, Halbjahres- und Jahresabschlüsse (Bilanz, Erfolgsrechnung, Mittelflussrechnung)
- Jährliche Budgetzahlen, regelmässige Soll-Ist-Vergleiche und Prognosen
- Dreijährige Mittelfristpläne
- Besondere Ereignisse

Zusätzlich steht der Verwaltungsratspräsident in regelmässigem Kontakt mit dem CEO. Ausserordentliche Vorfälle sind von den Mitgliedern der Unternehmensleitung dem CEO zu melden, welcher unverzüglich den Verwaltungsratspräsidenten informiert. Sofern erforderlich nimmt der Verwaltungsratspräsident an Sitzungen der Unternehmensleitung teil. Jedes Mitglied des Verwaltungsrates kann mit Zustimmung des Präsidenten vom Management Auskunft über den Geschäftsgang oder Einsicht in Bücher und Akten verlangen. Der Verwaltungsrat bezeichnet die Mitarbeiter, die zeichnungsberechtigt sind. Grundsätzlich gilt die Kollektivunterschrift zu zweien.

Management

Unternehmensleitung		seit
Daniel Hofer (1963), Schweizer Staatsbürger, Dr. MBA/DBA	Chief Executive Officer	2010
Beat Hermann (1969), Schweizer Staatsbürger	Chief Financial Officer	2012
Thomas Rainer (1971), Italienischer Staatsbürger, Dott. econ. az.	International Markets	2010
Daniel Strobel (1962), Schweizer Staatsbürger	Werbemarkt & Segmentgesellschaften Schweiz	2011
Beat Holenstein (1968), Schweizer Staatsbürger	Partner & Product Management	2007
Markus Ehrle (1965), Schweizer Staatsbürger	Marketing & Business Development	2011
Christian Gotter (1970), Schweizer Staatsbürger	Logistik	2012
Marcel Seiler (1963), Schweizer Staatsbürger	Human Resources	2011

Daniel Hofer übernahm am 1. Oktober 2010 als Chief Executive Officer die Leitung der APG|SGA. Von 2006 bis 2010 war er für die NZZ Mediengruppe als Mitglied der Unternehmensleitung und Verlagsdirektor der NZZ AG tätig gewesen. Davor lag eine langjährige Karriere bei der Publigroupe SA, wo er verschiedene Unternehmenseinheiten in der Schweiz leitete, bevor er von 2002 bis 2005 als Mitglied der Konzernleitung und CEO die internationale Division mit zahlreichen Verkaufsniederlassungen in Europa, Asien und den USA führte. Er ist Mitglied des Vorstandes SW Schweizer Werbung, Vorstandsmitglied des internationalen Branchenverbandes der Aussenwerbung FEPE International und Präsident des Verbandes AWS Aussenwerbung Schweiz. Von 2008 bis 2012 war er Präsident der IAA International Advertising Association, Swiss Chapter. Er verfügt über die Abschlüsse als Master of Business Administration (University of Rochester, NY) und Doctorate of Business Administration (UniSA, Adelaide).

Beat Hermann ist seit 01.04.2012 als CFO der APG|SGA verantwortlich für die Bereiche Finanzen, Informatik und Infrastruktur. Seine berufliche Karriere begann er bei der Volcafe/ED&F Man Gruppe in der Schweiz und in Lateinamerika, wo er als Internal Auditor und später als Controller tätig war. Ab 2000 war er Director Finance & Administration bei Sony Music Entertainment Schweiz. Bei der Lindt & Sprüngli Gruppe übernahm er im Jahr 2005 zuerst die Funktion als Senior Corporate Controller und wirkte 2006–2011 als CFO der Ghirardelli Chocolate Company (Lindt & Sprüngli Gruppe) in San Francisco (USA). Er ist Mitglied des Verwaltungsrates der Alpropria H Immobilien AG, Bubikon. Sein Studium in Betriebswirtschaftslehre absolvierte er an der Universität Zürich (lic. oec. publ.).

Thomas Rainer war vor seinem Eintritt in die APG|SGA Gruppe im Jahr 2010 während knapp 2 Jahren Leiter International Business beim Aussenwerbe-Unternehmen Wall AG, Berlin (D). Zuvor hatte er während 6 Jahren bereits für die ehemalige Affichage Holding SA die Europlakat International Werbegesellschaft m.b.H., Wien (A), geleitet und für das Auslandsgeschäft der Gruppe in Zentraleuropa verantwortlich gezeichnet. Dazu war er mehrjähriger Vizepräsident der FEPE International, Föderation für Aussenwerbung. Er hat sein Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Leopold Franzens Universität (Mag. rer. soc. oec.), Innsbruck (A), und an der Università Cà Foscari (Dott. Econ. Az.), Venezia (I), absolviert.

Daniel Strobel kam von der NZZ Mediengruppe, wo er zuletzt den Bereich Zeitschriften & Specials leitete. Er blickt auf eine langjährige Karriere bei der Publigroupe SA zurück, wo er verschiedene Direktionsfunktionen ausübte. Von 2002 bis 2008 führte er als CEO die Publimedia AG, das damalige nationale Key Account-Unternehmen der Publicitas mit über 100 Mitarbeitenden. Er verfügt über die eidgenössischen Diplome als Medienmanager und Kommunikationsleiter.

Beat Holenstein war bei der Zürcher Kantonalbank tätig, bevor er 1996 in die APG|SGA eintrat. Innerhalb des Unternehmens übte er nacheinander die Funktionen als Agenturleiter, Realisationsleiter und Filialleiter Zürich mit Verantwortung für das nationale Key Account Management aus. 2009 wurde er Leiter Marketing/Akquisition. Seit 2011 ist er als Mitglied der Unternehmensleitung verantwortlich für das Partner- und Product Management. Er ist Mitglied des Vorstandes des Verbandes AWS Aussenwerbung Schweiz und verfügt über die eidg. Diplomabschlüsse als Organisator, Marketingplaner und Verkaufsleiter.

Markus Ehrle blickt auf eine langjährige Karriere bei der Publigroupe SA zurück, u.a. als Account Director, Marketing Director und stv. CEO der Publimedia AG sowie in VR-Funktionen bei verschiedenen Tochtergesellschaften (u.a. im Bereich Online). Zuletzt war er bei der NZZ Mediengruppe tätig und verantwortete dort den Bereich Werbemarkt & Business Development. Er ist eidg. dipl. Kommunikationsleiter, eidg. dipl. Marketingleiter und Mitglied des Vorstandes des Verbandes AWS Aussenwerbung Schweiz sowie der IAA International Advertising Association, Swiss Chapter.

Christian Gotter ist seit 01.03.2012 verantwortlich für die APG|SGA Logistik. In seinen vorherigen Funktionen konnte er sich ein breites Fachwissen in der Logistik, im Supply Chain Management und im Vertrieb aneignen. Zu seinen früheren Arbeitgebern zählten ABB Turbo Systems, ABX Logistics, Central Station, Planzer Transport und Tobler Haustechnik, wo er seit 2009 als Leiter Logistik und Transport die Führungsverantwortung für 200 Mitarbeitende hatte. Er verfügt über eine kaufmännische Ausbildung, ist dipl. Speditionsfachmann und hat den CAS Kaderkurs KMU an der HSG St.Gallen absolviert.

Marcel Seiler absolvierte ein Studium als Betriebsökonom FH. Das Nachdiplomstudium schloss er mit dem Master in Personalmanagement ab. Ausserdem absolvierte er den VSKP (schweiz. Kurs für HRM Executives) sowie ein internationales Executive Programm am INSEAD Fontainebleau/Singapore. Er war u.a. rund acht Jahre bei der Migros Gruppe, neun Jahre bei ABB und zuletzt bei der SIX Group in umfassenden Führungsfunktionen im Bereich Human Resources tätig. Seit dem 1. Juli 2011 ist Marcel Seiler für die Leitung Human Resources der gesamten APG|SGA Gruppe zuständig.

Managementverträge

Die APG|SGA AG und ihre Tochtergesellschaften haben mit Dritten keine Managementverträge abgeschlossen.

Entschädigungen, Beteiligungen und Darlehen

Inhalt und Festsetzungsverfahren der Entschädigungen

Der Nominations- und Entschädigungsausschuss unterbreitet dem Verwaltungsrat jährlich Vorschläge zur Genehmigung der Vergütungspolitik und der Entschädigungen der Verwaltungsratsmitglieder. Die Mitglieder des APG|SGA Verwaltungsrates erhalten für ihre Tätigkeit eine fixe Entschädigung.

Alle Mitarbeitenden ausser der Unternehmensleitung der APG|SGA Gruppe erhalten einen fixen Lohn sowie eine freiwillige, vom Ergebnis abhängige Leistungsprämie.

Die Entlohnung der Unternehmensleitung wird durch den Verwaltungsrat auf Antrag des Nominations- und Entschädigungsausschusses jährlich überprüft und festgelegt. Das Vergütungssystem wurde durch externe Experten erstellt. Die Vergütung setzt sich zusammen aus einem fixen Salär sowie einer variablen Komponente (Short Term Incentive), welche abhängig vom operativen Betriebsergebnis und dem Nettoresultat ist. Sowohl das fixe Salär als auch der Short Term Incentive werden bar ausbezahlt. In Ergänzung hierzu wurde ein Long Term Incentive Programm auf Basis eines Bonus-/Malus-Systems ausgearbeitet. Basierend auf den Zielwerten operatives Betriebsergebnis und Nettoresultat sowie vier qualitativen Zielen wird jährlich ein Drittel des Zielbonus ausbezahlt, wobei wiederum ein Drittel davon in bar, zwei Drittel in gesperrten Aktien. Zwei Drittel des Zielbonus werden rückgestellt und in den folgenden Jahren jeweils wiederum zu einem Drittel ausbezahlt. Werden die Ziele nicht erreicht, werden die Werte entsprechend von den Rückstellungen abgezogen. Die APG|SGA Aktien werden zum Durchschnittskurs des Monats Dezember ausbezahlt.

Die Offenlegung der Vergütungen sowie des Aktienbesitzes der Mitglieder des Verwaltungsrates und der Unternehmensleitung erfolgt auf den Seiten 34–35 des Financial Report.

Mitwirkungsrechte der Aktionäre

Stimmrecht

An der Generalversammlung der APG|SGA AG berechtigt jede Aktie zu einer Stimme. Das Stimmrecht kann nur ausgeübt werden, wenn der Aktionär mit Stimmrecht im Aktienregister eingetragen und dadurch zur Teilnahme an der Generalversammlung berechtigt ist. Aktionäre können sich an der Generalversammlung durch einen Dritten, der sich durch eine schriftliche Vollmacht ausweist, vertreten lassen. Die Aktien sind unteilbar, und die Gesellschaft anerkennt nur einen einzigen Vertreter für jede Aktie.

Statutarische Quoren

Für folgende Beschlüsse ist die Zustimmung von mindestens zwei Dritteln der vertretenen Stimmen und die absolute Mehrheit des Nennwerts der vertretenen Aktien erforderlich:

- Änderung des Gesellschaftszwecks
- Einführung von Stimmrechtsaktien
- Genehmigung oder bedingte Kapitalerhöhung
- Kapitalerhöhung aus Eigenkapital, durch Sacheinlage oder Sachübernahme und die Gewährung von besonderen Vorteilen
- Einschränkung oder Aufhebung des Bezugsrechts
- Verlegung des Domizils der Gesellschaft
- Auflösung der Gesellschaft ohne Liquidation

Einberufung der Generalversammlung

Die ordentliche Generalversammlung findet jedes Jahr innerhalb von sechs Monaten nach Abschluss des Geschäftsjahres statt. Ausserordentliche Generalversammlungen werden einberufen, so oft es notwendig ist, insbesondere in den vom Gesetz vorgesehenen Fällen. Aktionäre mit einem Aktien-Nennwert von mindestens 10 Prozent können unter Einhaltung einer Frist von 50 Tagen die Einberufung einer ausserordentlichen Generalversammlung verlangen. Die Einberufung der Generalversammlung durch den Verwaltungsrat erfolgt mindestens 20 Tage vor der Versammlung und unter Angabe der Traktanden und der Anträge des Verwaltungsrates und der Aktionäre.

Traktandierung

Aktionäre, die einen Aktien-Nennwert von CHF 225 000 vertreten, können die Aufnahme eines Traktandengegenstandes verlangen. Für die Traktandierung ist eine Frist von 50 Tagen zu beachten.

Eintragungen im Aktienbuch

Zwischen dem Zeitpunkt des Versandes der Einberufung und der Beendigung einer Generalversammlung werden keine Eintragungen vorgenommen.

Kontrollwechsel und Abwehrmassnahmen

Angebotspflicht

Es bestehen keine statutarischen Regelungen betreffend Opting-out bzw. Opting-up.

Kontrollwechselklauseln

Sollte bei der APG|SGA AG ein Kontrollwechsel als Folge eines Übernahmeangebotes eintreten, das vom Verwaltungsrat nicht unterstützt wurde, wäre die Polymedia Holding AG, Bern (Polymedia), die gegenwärtig über 50% des Aktienkapitals der Impacta AG und der Ecofer AG verfügt, berechtigt, der APG|SGA AG ein zusätzliches Prozent (1%) des Aktienkapitals dieser Firmen abzukaufen. Bei einem Kontrollwechsel über Polymedia besteht für die APG|SGA AG ein analoges Kaufrecht. Markus Scheidegger ist Mitglied des Verwaltungsrates der Firmen Polymedia (in den Händen der Familie Scheidegger) und APG|SGA AG. Am 25. Februar 2014 hat die APG|SGA AG die restlichen 50% der Gesellschaftsanteile der Impacta AG und der Ecofer AG übernommen. In diesem Zusammenhang entfällt auch die Kontrollwechselklausel mit der Polymedia Holding AG.

Gewista Werbegesellschaft mbH (A) (Gewista) und JCDecaux SA (F) (JCDecaux) einerseits, und APG|SGA AG andererseits haben den Joint Venture-Vertrag aufgelöst, der ihre gegenseitigen Verhältnisse im Zusammenhang mit der Europlakat International Werbegesellschaft mbH (A) (EPI) regelte, an deren Aktienkapital Gewista und APG|SGA AG zu je 50% beteiligt waren. Der am 26. Oktober 2007 abgeschlossene Vertrag gewährt beiden Parteien wechselseitige Vorkaufsrechte sowie durch einen Kontrollwechsel bedingte Kaufrechte an den Beteiligungen, die im Rahmen der Auflösung des Joint Ventures aufgeteilt wurden. Ferner gewährt der Vertrag JCDecaux SA Vorkaufsrechte und durch einen Kontrollwechsel bei APG|SGA AG bedingte Kaufrechte an gewissen ausländischen Tochtergesellschaften der APG|SGA AG.

In diesem Zusammenhang hat sich JCDecaux verpflichtet, die aktuelle Beteiligung an der APG|SGA AG (30%) nicht zu erweitern. Die APG|SGA AG verfügt über ein Erwerbsrecht auf maximal 4.9% des eigenen Aktienkapitals im Falle der Verletzung der vorgenannten Verpflichtung durch JCDecaux. Der Ausübungspreis des Erwerbsrechts ist der durchschnittliche Schlusskurs der Aktien der APG|SGA AG der letzten dreissig Tage vor Ausübung.

Es bestehen keine gesonderten arbeitsrechtlichen Verpflichtungen mehr bei einem Kontrollwechsel.

Revisionsstelle

Dauer des Mandats und Amtsdauer des leitenden Revisors

PricewaterhouseCoopers AG ist seit 2013 Revisionsstelle der APG|SGA AG und Konzernrechnungsprüfer ihrer Schweizer Beteiligungsgesellschaften. Der verantwortliche Mandatsleiter, Patrick Balkanyi, ist seit 2013 in dieser Funktion tätig. Der Kontrollausschuss stellt sicher, dass der verantwortliche Prüfer jeweils nach spätestens 7 Jahren abgelöst wird.

Honorar der Revisoren und zusätzliche Honorare

Die Honorare von PricewaterhouseCoopers AG für das Geschäftsjahr 2013 im Zusammenhang mit der Prüfung der Jahresrechnungen belaufen sich auf insgesamt CHF 147 000. Für zusätzliche Dienstleistungen stellte PricewaterhouseCoopers AG weitere CHF 22 816 in Rechnung.

Informationsinstrumente der externen Revision

Im Auftrag des Verwaltungsrates beurteilt der Kontrollausschuss jährlich die Unabhängigkeit, die Qualifikation, die Leistungen sowie die Honorare der Revisionsstelle. Er erarbeitet zuhanden des Verwaltungsrates einen Vorschlag zur Wahl der Revisionsstelle, den dieser anschliessend der Generalversammlung unterbreitet. Der Verwaltungsrat prüft jährlich den Umfang der externen Revision, die Revisionspläne, die relevanten Abläufe und bespricht die Revisionsergebnisse mit den externen Prüfern. Mindestens einmal im Jahr berichtet die Revisionsstelle über die geleistete Revisionsarbeit und die wesentlichen Ergebnisse in einer gemeinsamen Sitzung an den Kontrollausschuss des Verwaltungsrates. Zwischen der Revisionsstelle und dem CFO findet ein regelmässiger Informationsaustausch statt.

Informationspolitik

Die APG|SGA Gruppe pflegt gegenüber dem Finanzmarkt und der Öffentlichkeit eine offene Informationspolitik. Die Aktionäre werden in halbjährlichen Aktionärsbriefen über den Geschäftsverlauf der Gruppe informiert.

Unter www.apgsga.ch sind der Geschäftsbericht, der ausführliche Financial Report, die Aktionärsbriefe, der Aktienkurs sowie Medienmitteilungen abrufbar. Bilanz Medien- und Analystenkonferenzen finden mindestens einmal jährlich statt. Die Bekanntgabe kursrelevanter Tatsachen erfolgt gemäss den Ad-hoc-Publizitätsvorschriften der SIX Swiss Exchange. Unter folgendem Link können Sie sich für die Abonnieerung von Medienmitteilungen einschreiben: www.apgsga.ch/de/account/register

Wichtigste Termine

- Abschluss des Geschäftsjahres: 31. Dezember
- Bekanntgabe des Jahresergebnisses: 27. Februar 2014
- Bilanz Medien- und Analystenkonferenz: 27. Februar 2014
- Veröffentlichung des Geschäftsberichtes: 23. April 2014
- Generalversammlung: 21. Mai 2014
- Halbjahresabschluss: 30. Juni
- Bekanntgabe des Halbjahresabschlusses: 31. Juli 2014

Verdichtete konsolidierte Bilanz

Aktiven	in 1000 CHF	31.12.2013	31.12.2012¹
Sachanlagen		68 706	72 026
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen		343	311
Übrige Finanzanlagen		6 443	6 763
Immaterielle Anlagen		7 002	8 051
Latente Steuern		1 426	1 536
Anlagevermögen		83 920	88 687
Vorräte		1 976	2 362
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		44 950	43 913
Übrige Forderungen		3 697	13 132
Rechnungsabgrenzung Aktiven		8 155	8 109
Wertschriften		286	501
Flüssige Mittel und Festgeldanlagen		118 672	85 976
Umlaufvermögen		177 736	153 993
Total		261 656	242 680

Passiven	in 1000 CHF	31.12.2013	31.12.2012¹
Aktienkapital		7 800	7 800
Eigene Aktien		-7 637	-8 204
Konzernreserven		75 584	84 738
Nettoergebnis		47 705	21 311
Eigenkapital Aktionäre APG SGA AG		123 452	105 645
Minderheitsanteile		3 032	3 543
Eigenkapital		126 484	109 188
Rückstellungen		14 072	15 618
Latente Steuern		7 376	7 698
Langfristige Verbindlichkeiten			26
Langfristiges Fremdkapital		21 448	23 342
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		17 729	20 465
Geschuldete Steuern		5 753	1 138
Übrige Verbindlichkeiten		33 122	30 102
Rechnungsabgrenzung Passiven		55 000	55 019
Rückstellungen		2 120	3 426
Kurzfristiges Fremdkapital		113 724	110 150
Fremdkapital		135 172	133 492
Total		261 656	242 680

¹ Angepasst von IFRS auf Swiss GAAP FER

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1000 CHF	2013	2012 ¹	Veränderung
Werbeertrag	304 283	317 644	-4.2%
Immobilienertag	2 158	2 456	-12.1%
Übriger Betriebsertrag	4 355	2 524	72.5%
Betriebsertrag	310 796	322 624	-3.7%
Konzessionen und Kommissionen	-137 433	-141 535	-2.9%
Personalaufwand	-65 969	-89 136	-26.0%
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	-34 698	-37 289	-6.9%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	72 696	54 664	33.3%
Abschreibungen Sachanlagen	-9 643	-9 729	-0.9%
Abschreibungen immaterielle Werte	-1 145	-9 854	-88.4%
Impairment		-326	
Betriebsergebnis (EBIT)	61 908	34 755	78.1%
Finanzergebnis	311	-359	
Anteil Gesellschaften nach Equity-Methode	58	26	
Ordentliches Ergebnis vor Ertragsteuern	62 277	34 422	80.9%
Ertragssteuern	-12 814	-11 133	15.1%
Konzernergebnis	49 463	23 289	112.4%
– davon Minderheiten	1 758	1 978	-11.1%
– davon Aktionäre APG SGA AG (Nettoergebnis)	47 705	21 311	123.9%
Basis- und verwässerter Gewinn pro Aktie, in CHF	16.19	7.25	123.3%

¹ Angepasst von IFRS auf Swiss GAAP FER

Segment-informationen

in Mio. CHF		Werbeertrag	EBITDA
Schweiz	2013	289.1	67.6
	2012 ¹	297.1	49.7
International	2013	15.2	1.4
	2012 ¹	20.5	4.0
Überleitung zur konsolidierten Erfolgsrechnung	2013		3.7
	2012 ¹		
Total	2013	304.3	72.7
	2012 ¹	317.6	53.7

¹ Angepasst von IFRS auf Swiss GAAP FER

Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

Eigenkapitalnachweis						Anteil Aktionäre APG SGA AG			Total	
in 1000 CHF	Aktienkapital	Kapital- reserven Agio	Eigene Aktien	Umrech- nungs- differenzen	Nicht- realisierte Gewinne/ Verluste auf Wert- schriften	Neubewer- tungs- reserve	Gewinn- vortrag	Total	Minder- heits- anteile	Eigen- kapital
per 31.12.2011 IFRS	7 800	5 632	-9 207	-16 967	163	46 059	90 204	123 684	2 825	126 509
Anpassung Swiss GAAP FER				16 967	-163	-46 059	9 203	-20 052		-20 052
per 01.01.2012 angepasst	7 800	5 632	-9 207				99 407	103 632	2 825	106 457
Konzernergebnis							21 311	21 311	1 978	23 289
Umrechnungsdifferenzen				193				193	-9	184
Ausschüttungen							-20 589	-20 589	-1 251	-21 840
Verkauf eigene Aktien		95	1 003					1 098		1 098
per 31.12.2012	7 800	5 727	-8 204	193			100 129	105 645	3 543	109 188
Konzernergebnis							47 705	47 705	1 758	49 463
Veränderung Konsolidierungskreis									-274	-274
Umrechnungsdifferenzen				-1 264				-1 264	5	-1 259
Ausschüttungen							-29 469	-29 469	-2 000	-31 469
Verkauf eigene Aktien		268	567					835		835
per 31.12.2013	7 800	5 995	-7 637	-1 071			118 365	123 452	3 032	126 484

Verdichtete konsolidierte Geldflussrechnung

in 1000 CHF	2013	2012 ¹
Konzernergebnis	49 463	23 289
Abschreibungen und Impairment	10 788	20 567
Nicht-realisierte Gewinne/Verluste auf Wertschriften	172	-25
Veränderung der Rückstellungen, latente Steuern sowie nicht liquiditätswirksames Finanzergebnis	-3 461	1 418
Gewinn/Verlust aus Veräusserung von Anlagevermögen	-4 569	-2 846
Anteil Gesellschaften nach Equity-Methode	-58	-26
Cash flow	52 335	42 377
Veränderung der Vorräte	358	345
Veränderung Forderungen	7 264	-6 201
Veränderung Wertschriften	43	-93
Veränderung Verbindlichkeiten	4 375	8 900
Veränderung Rechnungsabgrenzungsposten	737	-324
Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)	65 112	45 004
Erwerb von Anlagen	-6 705	-5 366
Veräusserungserlös Anlagen	1 692	4 611
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-5 013	-755
Verkauf eigene Aktien	835	1 098
Rückzahlung kurzfristige Bankverbindlichkeiten		-15 001
Rückzahlung langfristige Finanzverbindlichkeiten	-26	-2
Erhöhung kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	3 250	
Dividenden an Aktionäre APG SGA AG	-29 469	-20 589
Dividenden an Minderheiten	-2 000	-1 251
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-27 410	-35 745
Fremdwährungseinflüsse auf flüssigen Mitteln	7	-62
Veränderung der flüssigen Mittel	32 696	8 442
Bestand flüssige Mittel per 1. Januar	85 976	77 534
Bestand flüssige Mittel per 31. Dezember	118 672	85 976

¹ Angepasst von IFRS auf Swiss GAAP FER

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) Verzinssliches 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 unverzinssliches Fremdkapital

Der ausführliche Finanzbericht wurde in englischer Sprache verfasst. Er kann kostenlos als pdf-File heruntergeladen oder als gedruckte Broschüre bestellt werden:

www.apgsga.ch/geschaeftsbericht



APG|SGA AG
Carrefour de Rive 1
CH-1207 Genève
T +41 58 220 70 00
F +41 58 220 70 97
investors@apgsga.ch
www.apgsga.ch

Digitale und analoge Plakatangebote auf Strassen, Plätzen, in Bahnhöfen, an Points of Sale und Points of Interest:
www.apgsga.ch

Aussen- und Innenwerbeflächen an Fahrzeugen des öffentlichen Verkehrs:
www.apgsga.ch/traffic

Werbung an Flughäfen:
www.apgsga.ch/airport

Fixe und temporäre Big Poster-Werbe-
flächen:
www.apgsga.ch/megaposter

Werbung und Orientierungssysteme
in den Bergen:
www.apgsga.ch/mountain

Bahnhof Plakatwerbung:
www.impacta.ch

Bahnhof Non-Poster:
www.ecofer.ch

International
Serbien:
www.almaquattro.rs

Engagements

AWS Aussenwerbung Schweiz
D/A/CH Erfahrungsaustausch-Gruppe
Deutschland/Österreich/Schweiz
FEPE Internationale Föderation
für Aussenwerbung
IFER Internationale Föderation
der Eisenbahn-Reklame-Gesellschaften

Luftaufnahmen

Quelle: Bundesamt für Landestopografie swisstopo

Impressum

Herausgeber: APG|SGA AG
Konzeption und Gestaltung:
Wirz Corporate AG, Zürich
Layout: Rolf Stocker, Luzern
Lithos und Druck: UD Medien AG, Luzern

Der vorliegende Bericht ist in französischer, deutscher und englischer Sprache erhältlich. Der ausführliche Finanzbericht wurde in Englisch verfasst.

Beide Dokumente können kostenlos als pdf-Files heruntergeladen oder als gedruckte Broschüren bestellt werden:
www.apgsa.ch/geschaeftsbericht

2014 © APG|SGA AG
Alle Rechte vorbehalten



Gedruckt in der Schweiz
April 2014

