



# Gutes Ergebnis und Vertragserneuerungen in der Schweiz. Fortschritte bei der Bereinigung des Auslandportfolios.

## In Kürze

- Anstieg der Verkaufserlöse um 0,6% auf 141,9 Mio. CHF
- Erhöhung des EBITDA um 108,4% auf 33,4 Mio. CHF
- Betriebsergebnis (EBIT) von 25,4 Mio. CHF
- Nettoergebnis von 19,8 Mio. CHF
- Erhöhung des Free Cash flow um 105,3% auf 17,4 Mio. CHF
- Neu Net-Cash-Position von 12,9 Mio. CHF (per 31.12.2010: Nettoverschuldung von 4,1 Mio. CHF)

Kennzahlen	in 1 000 CHF	1. Semester 2011	1. Semester 2010	Veränderung
<b>Verkaufserlös</b>		<b>141 886</b>	141 023	0,6%
– Schweiz		<b>125 280</b>	116 498	7,5%
– International <sup>1</sup>		<b>16 605</b>	24 525	– 32,3%
<b>EBITDA</b>		<b>33 411</b>	16 033	108,4%
– in % des Verkaufserlöses		<b>23,5%</b>	11,4%	
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>		<b>25 368</b>	6 246	306,1%
– in % des Verkaufserlöses		<b>17,9%</b>	4,4%	
<b>Ergebnis der fortgeführten Geschäftstätigkeiten</b>		<b>20 002</b>	945	
– in % des Verkaufserlöses		<b>14,1%</b>	0,7%	
<b>Konzernergebnis</b>		<b>20 002</b>	945	
– in % des Verkaufserlöses		<b>14,1%</b>	0,7%	
<b>Nettoergebnis</b>		<b>19 773</b>	927	
– in % des Verkaufserlöses		<b>13,9%</b>	0,7%	
<b>Cash flow</b>		<b>25 794</b>	13 905	85,5%
<b>Free Cash flow</b>		<b>17 362</b>	8 456	105,3%
<b>Investitionen Sachanlagen</b>		<b>3 994</b>	1 384	188,5%
– Werbeträger		<b>3 270</b>	628	420,7%
– Übrige Anlagen		<b>723</b>	756	– 4,4%
<b>Ergebnis der fortgeführten Geschäftstätigkeiten pro Aktie, in CHF</b>				
<b>Nettoergebnis pro Aktie, in CHF</b>		<b>6,73</b>	0,32	

<sup>1</sup> Griechenland und übriges Ausland

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

EBIT: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

Sehr geehrte Damen und Herren

### **Geschäftsentwicklung**

Nach zwei unbefriedigenden, von Schwierigkeiten in den Auslandaktivitäten geprägten Geschäftsjahren hat das Unternehmen im ersten Halbjahr 2011 wieder ein gutes Resultat erzielen können. Im Heimmarkt Schweiz konnten Umsatz und Nettoergebnis im Rahmen unserer Erwartungen gesteigert werden. Die operativen Aktivitäten in Griechenland haben wir eingestellt und damit die grösste Quelle für den Geldabfluss im Ausland eliminiert. Die Bereinigung der übrigen Auslandmärkte wird konsequent fortgesetzt.

Die gruppenweiten Verkaufserlöse konnten um 0,6% auf 141,9 Mio. CHF gesteigert werden (1. Semester Vorjahr 141,0 Mio. CHF). Der EBITDA ist um 108,4% auf 33,4 Mio. CHF gestiegen (1. Semester Vorjahr 16,0 Mio. CHF), was eine gruppenweite EBITDA-Marge von 23,5% ergibt (1. Semester Vorjahr 11,4%). Das Nettoergebnis beläuft sich auf 19,8 Mio. CHF (1. Semester Vorjahr 0,9 Mio. CHF).

### **Markt Schweiz**

Die Gesellschaften in der Schweiz entwickelten sich im Rahmen unserer Erwartungen. Die Verkaufserlöse im ersten Halbjahr 2011 stiegen um 7,5% auf 125,3 Mio. CHF (1. Semester Vorjahr 116,5 Mio. CHF). Der EBITDA steigerte sich um 17,5% auf 29,5 Mio. CHF, was einer EBITDA-Marge von 23,5% entspricht (1. Semester Vorjahr 23,3%). Das insgesamt gute Ergebnis spiegelt die gute Konjunktur und unser konsequentes Kostenmanagement.

Die APG, unsere umsatzmässig grösste Beteiligung, hat im Rahmen eines stufenweisen Submissionsverfahrens von der Stadt Genève den Zuschlag zur Weiterführung der Plakatierung auf öffentlichem Grund für fünf Jahre zugesprochen erhalten. Erneut festigt damit der Marktführer, der mit seinem Flächenangebot sämtliche Bevölkerungszentren des Landes lückenlos abdeckt, seine Stellung als führender Schweizer Städteplakatierer. Zusätzlich zum Standardangebot und zur Profitline bedient die APG mit dem nationalen, ausschliesslich aus Prime-Flächen in den Zentren bestehenden Premium Citystar200L Big5-Netz eine verstärkte Nachfrage auch im Luxussegment und baut ihre Premium Branding-Produkte aufgrund der positiven Erfahrungen für das Budgetjahr 2012 weiter aus. Im ersten Halbjahr 2011 erfreulich ist ebenso der Abschluss von insgesamt sechs neuen Shopping-Center Konzessionsverträgen: Nahe und zur richtigen Zeit beim Verkaufspunkt, entwickeln Plakate die grösste Hebelwirkung zur Steigerung der Verkaufsumsätze und erzielen von allen klassischen Werbemedien den höchsten Return on Investment, wie Studien der jüngsten Vergangenheit wiederholt gezeigt haben. Die neuen APG Digital-Services PosterDirect – ein Online Plakat-Buchungstool – und PosterPlus liefern den Kunden substantiellen Mehrwert und stossen auf gute Resonanz. Die direkte Kommunikation mit bestimmten Zielgruppen stärkt das Plakat als Verkaufsmotor, unterstützt durch die rasante Verbreitung der Smartphones in der Schweiz.

In Zusammenarbeit mit der APG und eAd konnte APGTraffic die wichtige Ausschreibung der Transports publics de la région lausannoise SA gewinnen, welche das gesamte Werbeangebot dieses Verkehrsbetriebes umfasst und die exklusive Vermarktung der Werbeflächen der Métro Lausanne (m1 und m2) einschliesst. Hinzu kommen weitere mehrjährige, neue oder erneuerte Verträge mit verschiedenen Verkehrsunternehmen. Die Partnerin von über 90% aller städtischen und regionalen Verkehrsbetriebe sowie Postautos der Schweiz verzeichnete im ersten Halbjahr ein Umsatzwachstum im zweistelligen Bereich. eAd, der führende Anbieter für elektronische Out-of-home Kommunikation, setzte mit der Inbetriebnahme der neuen ePanels per 20. Juni 2011 in den RailCity-Bahnhöfen Basel, Bern, Lausanne, Luzern und Zürich HB einen neuen Meilenstein. Genève wird aufgrund der aktuellen Bahnhof-Umbauarbeiten etwas später folgen. Die 43 an besten Standorten installierten Screens im Plakat-Hochformat 1,01 x 1,80 Meter liefern bewegte Bilder in Full HD-Qualität und erreichen in den sechs Grossbahnhöfen täglich insgesamt rund 840 000 Menschen.

Der Flughafen-Spezialist Bercher hat sein neu konzipiertes Leucht-Werbeflächen-Angebot im Genève Aéroport weiterentwickelt und erfolgreich vermarktet. Paron verzeichnet im Big Poster-Segment ein solides Wachstum. Die Nummer 1 in der Grossbildkommunikation profitiert von der guten Wirtschaftslage und wird mit dem breitgefächerten Kundenangebot und massgefertigten Individual-Lösungen vermehrt bereits bei längerfristigen Planungen einbezogen. APGMontagne, spezialisiert auf Out-of-home Werbung am Berg, hat unter neuer Geschäftsführung wichtige Konzessionsverträge verlängert und international bekannte Marken als Neukunden gewonnen.

### **Auslandmärkte**

Die im Frühjahr kommunizierte strategische Neuausrichtung und Fokussierung auf den Heimmarkt Schweiz hat zur Folge, dass für die bisherigen Auslandaktivitäten in Rumänien, Ungarn, Bulgarien, Bosnien-Herzegowina und Südtirol kurz- bis mittelfristig neue Besitzstrukturen gesucht werden und wir uns aus diesen Märkten zurückziehen werden. Entsprechende Optionen werden derzeit intensiv geprüft, und es finden Verhandlungen mit diversen Interessenten statt. Einzelne Verkäufe konnten bereits realisiert werden. Die stark verlustbringenden operativen Aktivitäten in Griechenland wurden beendet. Aufgrund der starken Marktstellung und der positiven mittelfristigen Perspektiven werden wir unsere Gesellschaften in Serbien und Montenegro in unserem Portfolio behalten und deren Geschäftstätigkeit weiterentwickeln.

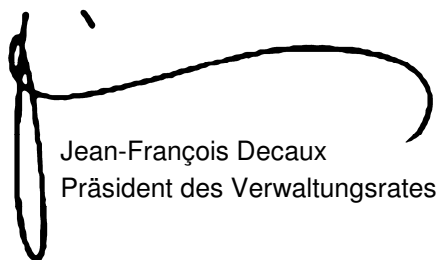
In Griechenland, wo der Negativtrend im ersten Quartal ungebrochen angehalten hat, konnten wir unsere Aktiven anfangs April veräussern. Nun sind wir daran, die bisherigen Strukturen raschmöglichst aufzulösen. In der Zwischenzeit ist es zudem gelungen, die aus einer Bankgarantie stammende Zahlung von 2,5 Mio. EUR, die der Verkäufer der griechischen Anteile auf juristischem Weg zu blockieren versucht hatte, auf Entscheid eines zypriotischen Gerichts sicherzustellen. Sämtliche übrigen, von uns eingeleiteten zivil- und strafrechtlichen Verfahren werden weiterverfolgt.

In Serbien kam es im ersten Quartal aufgrund der mit den 2010 gewonnenen, zehnjährigen Verträgen mit der Stadt Belgrad zusammenhängenden, notwendigen Umbau- und Aufrüstungsarbeiten der Werbeträger temporär zu einer Verzögerung beim Verkauf der entsprechenden Werbeflächen und damit zu Umsatzrückgängen. Die getätigten Investitionen in die neuen Werbeträger haben die Umsätze bereits im zweiten Quartal positiv beeinflusst und trotz anhaltender Wirtschaftskrise per Jahresmitte in Lokalwährung zu einem leichten Wachstum geführt. Wir verfügen nun insbesondere in Belgrad über ein qualitativ hochstehendes Netz von Aussenwerbungsangeboten und über eine sehr starke Position als Marktführer.

In Rumänien lief das operative Geschäft aufgrund der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auch im ersten Halbjahr schleppend. Erschwerend kommt dazu, dass wir uns mit dem Minderheitsaktionär und Geschäftsführer nach wie vor in einem offenen Verfahren betreffend die Bewertung einer Put-Option befinden. In Bulgarien haben wir die 65%-Anteile an Europlakat Bulgaria OOD an den bisherigen Partner und Geschäftsführer verkauft, womit der operative Ausstieg vollzogen ist. In Ungarn haben wir die Beteiligung VBM Kft. an den bisherigen Partner Wall AG veräussert.

#### **Ausblick**

Die bislang stabile Konjunkturlage und die anstehenden National- und Ständeratswahlen versprechen im Heimmarkt Schweiz auch für das zweite Semester einen positiven Geschäftsverlauf. Im Ausland werden wir die Massnahmen zur Optimierung unseres Portfolios konsequent weiterführen. Prognosen zur Umsatz- und Ergebnisentwicklung in den von uns bearbeiteten Märkten sind aufgrund schwer einschätzbarer exogener und endogener Faktoren schwierig. Die sich abzeichnende positive Entwicklung von Ergebnis und Cash flow wird uns nach heutigem Kenntnisstand ermöglichen, für das Geschäftsjahr 2011 wieder zur traditionell aktionärsfreundlichen Dividendenpolitik zurückzukehren.



Jean-François Decaux  
Präsident des Verwaltungsrates



Dr. Daniel Hofer  
Chief Executive Officer

# Verdichtete konsolidierte Bilanz

Aktiven	in 1 000 CHF	30.06.2011	31.12.2010
Sachanlagen		82 952	87 907
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen		309	333
Übrige Finanzanlagen		2 848	2 043
Immaterielle Anlagen		72 719	75 263
Latente Steuern		12 222	15 195
<b>Anlagevermögen</b>		<b>171 050</b>	<b>180 741</b>
Vorräte		3 129	3 424
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		41 879	44 366
Übrige Forderungen		17 283	11 692
Rechnungsabgrenzung Aktiven		10 474	8 210
Wertschriften		422	430
Flüssige Mittel und Festgeldanlagen		28 703	26 253
<b>Umlaufvermögen</b>		<b>101 890</b>	<b>94 375</b>
<b>Total</b>		<b>272 940</b>	<b>275 116</b>
<b>Passiven</b>			
Aktienkapital		7 800	7 800
Konzernreserven		84 110	144 268
Nettoergebnis		19 773	– 52 306
<b>Eigenkapital Aktionäre Affichage Holding SA</b>		<b>111 683</b>	<b>99 762</b>
Minderheitsanteile		797	1 163
<b>Eigenkapital</b>		<b>112 480</b>	<b>100 925</b>
Rückstellungen		40 449	31 130
Latente Steuern		7 614	7 588
Langfristige Verbindlichkeiten		696	15 732
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>		<b>48 759</b>	<b>54 450</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		9 686	18 336
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten		16 200	15 770
Geschuldete Steuern		1 134	3 036
Übrige Verbindlichkeiten		29 853	28 753
Rechnungsabgrenzung Passiven		54 828	53 846
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>		<b>111 701</b>	<b>119 741</b>
<b>Fremdkapital</b>		<b>160 460</b>	<b>174 191</b>
<b>Total</b>		<b>272 940</b>	<b>275 116</b>

# Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1 000 CHF	1. Semester 2011	1. Semester 2010	Veränderung
Werbeeinnahmen	141 886	141 023	0,6%
Immobilienertag	1 216	1 112	9,4%
<b>Betriebsertrag</b>	<b>143 102</b>	<b>142 135</b>	<b>0,7%</b>
Konzessionen und Kommissionen	– 62 091	– 69 283	– 10,4%
Personalkosten	– 32 155	– 33 516	– 4,1%
Betriebs- und Verwaltungskosten	– 22 242	– 23 303	– 4,6%
Sonstiger Ertrag	6 797		
<b>EBITDA</b>	<b>33 411</b>	<b>16 033</b>	<b>108,4%</b>
Abschreibungen	– 5 627	– 7 353	– 23,5%
Abschreibungen immaterielle Werte	– 2 416	– 2 433	– 0,7%
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>25 368</b>	<b>6 247</b>	<b>306,1%</b>
Finanzertrag	125	485	
Finanzaufwand	– 486	– 4 406	
Anteil Gesellschaften nach Equity-Methode	26	36	
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>25 033</b>	<b>2 362</b>	<b>959,8%</b>
Ertragssteuern	– 5 031	– 1 417	
<b>Ergebnis der fortgeführten Geschäftstätigkeiten</b>	<b>20 002</b>	<b>945</b>	
Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen			
<b>Konzernergebnis</b>	<b>20 002</b>	<b>945</b>	
– davon Minderheiten	229	18	
– davon Aktionäre Affichage Holding SA (Nettoergebnis)	19 773	927	
<b>Basis- und verwässerter Gewinn pro Aktie, in CHF</b>	<b>6,73</b>	<b>0,32</b>	

## Segmentinformationen

1. Semester, in Mio. CHF	Werbeeinnahmen	EBITDA	Nettoergebnis
Schweiz	2011 125,3	29,5	19,6
	2010 116,5	27,2	17,4 <sup>1</sup>
Griechenland	2011 1,2	4,0	3,1
	2010 7,1	– 10,6	– 10,0 <sup>1</sup>
Übriges Ausland	2011 15,4	2,4	– 0,6
	2010 17,4	2,8	– 3,5
Holding	2011 0,1	– 3,9	5,9
	2010 0,1	– 4,6	4,4
Überleitung zur konsolidierten Erfolgsrechnung	2011 – 0,1	1,2	– 8,2
	2010 – 0,1	1,2	– 7,4
Total	2011 141,9	33,4	19,8
	2010 141,0	16,0	0,9

<sup>1</sup> Umklassierung von 2,1 Mio. CHF Steuerertrag vom Segment Schweiz ins Segment Griechenland

# Konsolidierte Gesamtergebnisrechnung

in 1 000 CHF	1. Semester	Brutto	Ertrag- steuer- effekt	2011 Netto	Brutto	Ertrag- steuer- effekt	2010 Netto
Konzernergebnis				<b>20 002</b>			945
Nicht realisierte Gewinne/Verluste auf Wertschriften		– 11	2	<b>– 9</b>	4	– 1	3
Währungsumrechnungsdifferenzen		115	– 276	<b>– 161</b>	– 6 536	– 755	– 7 291
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen		– 10 683	2 671	<b>– 8 012</b>	– 27 055	6 764	– 20 291
Gesamtergebnis				<b>11 820</b>			– 26 634
– davon Minderheiten				<b>276</b>			– 11
– davon Aktionäre Affichage Holding SA				<b>11 544</b>			– 26 623



# Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in 1 000 CHF	Anteil Aktionäre Affichage Holding SA								Total	
	Aktien- kapital	Kapital- reserven Agio	Eigene Aktien	Umrech- nungs- differenzen	Nicht- realisierte Gewinne/ Verluste	Neube- wertungs- reserve	Gewinn- vortrag und andere Reserven	Total	Minder- heits- anteile	Eigen- kapital
per 01.01.2010	7 800	5 632	- 6 979	- 13 327	311	46 221	125 590	<b>165 248</b>	1 926	<b>167 174</b>
Gesamtergebnis				- 7 261	3		- 19 365	<b>- 26 623</b>	- 11	<b>- 26 634</b>
Veränderung Konsolidierungskreis										
Erwerb von Minderheiten (Non-controlling interests)										
Dividenden									- 401	<b>- 401</b>
Kauf/Verkauf eigene Aktien			- 680				776	<b>96</b>		<b>96</b>
per 30.06.2010	7 800	5 632	- 7 659	- 20 588	314	46 221	107 001	<b>138 721</b>	1 514	<b>140 235</b>
per 01.01.2011	7 800	5 632	- 9 539	- 19 927	187	46 059	69 550	<b>99 762</b>	1 163	<b>100 925</b>
Gesamtergebnis				- 208	- 9		11 761	<b>11 544</b>	276	<b>11 820</b>
Erwerb von Minderheiten (Non-controlling interests)							21	<b>21</b>	- 21	
Dividenden/Kapitalherabsetzung									- 621	<b>- 621</b>
Kauf/Verkauf eigene Aktien			332				24	<b>356</b>		<b>356</b>
per 30.06.2011	7 800	5 632	- 9 207	- 20 135	178	46 059	81 356	<b>111 683</b>	797	<b>112 480</b>

# Verdichtete konsolidierte Mittelflussrechnung

in 1 000 CHF	1. Semester 2011	1. Semester 2010
Ergebnis der fortgeführten Geschäftstätigkeiten	20 002	945
Abschreibungen/Impairment	8 043	9 786
Nicht-realisierte Gewinne/Verluste auf Wertschriften	– 9	3
Veränderung der Rückstellungen, Steuern und Zinsen	1 912	3 182
Gewinn/Verlust aus Veräusserung von Anlagevermögen	– 4 128	25
Anteil Gesellschaften nach Equity-Methode	– 26	– 36
<b>Cash flow</b>	<b>25 794</b>	<b>13 905</b>
Veränderung der Vorräte	281	– 237
Veränderung Forderungen	– 1 562	15 576
Veränderung Wertschriften	8	– 7
Veränderung Verbindlichkeiten	– 7 288	– 20 529
Veränderung Rechnungsabgrenzungsposten	– 407	1 546
<b>Mittelfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit</b>	<b>16 826</b>	<b>10 254</b>
Erwerb von Anlagen	– 3 994	– 1 808
Veräusserungserlös Anlagen	4 530	10
<b>Mittelfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>536</b>	<b>– 1 798</b>
Kauf/Verkauf eigene Aktien	357	96
Veränderung kurzfristige Bankverbindlichkeiten	– 14 570	– 11 004
Veränderung langfristige Finanzschulden		4 909
Dividenden an Aktionäre Affichage Holding SA		
Dividenden/Kapitalrückzahlungen an Minderheiten	– 621	– 401
<b>Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>– 14 834</b>	<b>– 6 400</b>
Geldfluss aus aufgegebenen Geschäftsbereichen		
Flüssige Mittel der zur Veräusserung gehaltenen Geschäftstätigkeiten per 30. Juni		
Fremdwährungseinflüsse auf flüssigen Mitteln	– 78	– 1 504
<b>Veränderung der flüssigen Mittel</b>	<b>2 450</b>	<b>552</b>
Bestand flüssige Mittel per 1. Januar	26 253	20 901
Bestand flüssige Mittel per 30. Juni	28 703	21 453

# Kommentar zum Ergebnis

## Allgemeine Lage

Die von der Affichage Gruppe bearbeiteten Aussenwerbemärkte entwickelten sich im 1. Halbjahr 2011 unterschiedlich. Während sich das Geschäft in der Schweiz weiter belebte, hält im Ausland die rezessions- und währungsbedingte Baisse unvermindert an. Dank der Stärke im Heimmarkt Schweiz, dem Entscheid, die verlustreichen Aktivitäten in Griechenland zu beenden und deutlich verbessertem Finanzergebnis infolge geringerer Fremdwährungsverluste im übrigen Ausland konnte die Gruppe wieder ein respektables Ergebnis erwirtschaften.

## Affichage Gruppe

Die gruppenweiten Verkaufserlöse sind um 0,6% auf 141,9 Mio. CHF gestiegen (1. Semester Vorjahr 141,0 Mio. CHF). Das organische Wachstum in Lokalwährungen betrug 2,3%. Bedingt durch den starken Schweizer Franken haben Währungsumrechnungen die Entwicklung mit –0,6% beeinflusst. Die Immobilienerträge erhöhten sich um 9,4% auf 1,2 Mio. CHF. Positive Wirkung gezeigt haben die strategische Neuorientierung und Kostensenkungsmassnahmen. Der EBITDA ist um 108,4% auf 33,4 Mio. CHF gestiegen (1. Semester Vorjahr 16,0 Mio. CHF), was einer gruppenweiten EBITDA-Marge von 23,5% entspricht (1. Semester Vorjahr 11,4%).

Das Nettoergebnis beläuft sich auf 19,8 Mio. CHF (1. Semester Vorjahr 0,9 Mio. CHF). Es ist massgeblich von operativen Verbesserungen geprägt. Dazu zählen das Umsatzwachstum in der Schweiz, der Verlustabbau und Sondererträge im Umfang von 6,8 Mio. CHF (Inkasso Bankgarantie, Verkauf Aktiven) aus dem Griechenland-Engagement sowie stark reduzierte Verluste bei den übrigen ausländischen Aktivitäten. Für das erste Quartal 2011 ergab sich ein Nettoergebnis von 1,6 Mio. CHF. Das den Affichage Aktionären zurechenbare Gesamtergebnis (Comprehensive income) beträgt 11,5 Mio. CHF (1. Semester Vorjahr –26,6 Mio. CHF).

## Segment Schweiz

Im Heimmarkt Schweiz sind die Verkaufserlöse um 7,5% auf 125,3 Mio. CHF gestiegen (1. Semester Vorjahr 116,5 Mio. CHF). Zu diesem Wachstum haben alle Geschäftsbereiche beigetragen. Der EBITDA hat sich um 8,5% auf 29,5 Mio. CHF erhöht (1. Semester Vorjahr 27,2 Mio. CHF), was einer EBITDA-Marge von 23,5% (Vorjahr 23,3%) entspricht. Die operative Marge profitiert von umsatzbedingten Skaleneffekten und Kostensenkungsmassnahmen. Das Nettoergebnis ist um 12,6% auf 19,6 Mio. CHF gestiegen. (1. Semester Vorjahr 17,4 Mio. CHF).

## **Segmente International – Griechenland und übriges Ausland**

Der Bereich International ist gemäss Rechnungslegungsstandard IFRS 8 (Segmentberichterstattung) in die Segmente Griechenland und übriges Ausland unterteilt. Der gesamte Auslandanteil am Gruppenumsatz verminderte sich von 17,4% auf 11,7% und erreicht 16,6 Mio. CHF (1. Semester Vorjahr 24,5 Mio. CHF). Der Rückgang beläuft sich auf 32,3%, wovon 9,9% negativ beeinflusst durch Währungseffekte. Insgesamt erwirtschaftete der Bereich International ein EBITDA von 3,5 Mio. CHF (1. Semester Vorjahr –7,8 Mio. CHF).

Beeinflusst durch die schlechte Konjunktur und unseren Marktausstieg verzeichnete Griechenland einen Rückgang der Verkaufserlöse um 83,2% auf 1,2 Mio. CHF (1. Semester Vorjahr 7,1 Mio. CHF), davon 2,2% währungsbedingt. Der EBITDA von 4,0 Mio. CHF (1. Semester Vorjahr –10,6 Mio. CHF) ist weitgehend beeinflusst von Kosten für den geordneten Rückzug, Erträgen aus dem Verkauf einzelner Aktiven an einen lokalen Partner und dem Inkasso einer aus einer Bankgarantie resultierenden Forderung gegenüber dem ehemaligen Verkäufer des Griechenland-Geschäftes. Das Nettoergebnis beträgt 3,1 Mio. CHF (1. Semester Vorjahr –10,0 Mio. CHF).

Die Verkaufserlöse im übrigen Ausland reduzierten sich um 11,4% auf 15,4 Mio. CHF (1. Semester Vorjahr 17,4 Mio. CHF), wobei 13,1% auf Währungseinflüsse zurückzuführen ist. Gemessen in Lokalwährung ist die Umsatzentwicklung sehr uneinheitlich, mit einer Bandbreite zwischen 34% Wachstum in Südtirol, 3% Wachstum in Serbien und 18% Rückgang in Rumänien. Der Rückgang der Wechselkurse liegt zwischen 11,5% und 13,6%, was die Umsätze in CHF gerechnet zwischen 18,2% Wachstum und 28,6% Rückgang streuen lässt. Der EBITDA hat sich leicht auf 2,4 Mio. CHF reduziert (1. Semester Vorjahr 2,8 Mio. CHF), was einer EBITDA-Marge von 15,6% entspricht (Vorjahr 16,0%). Der Rückgang der Abschreibungen und ein verbessertes Finanzergebnis infolge geringerer Fremdwährungsverluste bewirken ein deutlich reduziertes Negativ-Nettoergebnis von –0,6 Mio. CHF (1. Semester Vorjahr –3,5 Mio. CHF).

## **Cash flow**

Der Cash flow beläuft sich auf 25,8 Mio. CHF (1. Semester Vorjahr 13,9 Mio. CHF). Der Mittelfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit, d.h. der cashwirksame Erfolg unter Berücksichtigung der Veränderungen im Nettoumlaufvermögen beträgt 16,8 Mio. CHF (1. Semester Vorjahr 10,3 Mio. CHF). Nach dem Mittelfluss aus Investitionstätigkeit von 0,5 Mio. CHF (1. Semester Vorjahr –1,8 Mio. CHF) erreicht der Free Cash flow 17,4 Mio. CHF (1. Semester Vorjahr 8,5 Mio. CHF).

## **Bilanz**

Die Bilanzsumme hat sich um 0,8% auf 272,9 Mio. CHF reduziert, hauptsächlich verursacht durch die geringere Kapitalbindung im Ausland und den Verkauf einer Liegenschaft. Die immateriellen Anlagen belaufen sich auf 26,6% der Bilanzsumme (Vorjahr 27,4%) bzw. 65,1% des Eigenkapitals (1. Semester Vorjahr 75,4%). Das Nettoumlaufvermögen beträgt 24,9% der Verkaufserlöse (1. Semester Vorjahr 26,4%). Die Forderungsbestände reduzierten sich auf 41,9 Mio. CHF (Vorjahr 44,4 Mio. CHF). Die Nettoverschuldung des Vorjahres von 4,1 Mio. CHF hat sich in eine Net-Cash-Position von 12,9 Mio. CHF umgewandelt. Das Eigenkapital beträgt 111,7 Mio. CHF (Vorjahr 99,8 Mio. CHF), was einem Eigenfinanzierungsgrad von 40,9% entspricht (Vorjahr 36,3%). Belastet haben das Eigenkapital IFRS-bedingte versicherungsmathematische Verluste aus leistungsorientierten Vorsorgeplänen im Umfang von 10,7 Mio. CHF (Vorjahr 6,6 Mio. CHF).

# Anhang zur Konzernrechnung

## **Grundsätze zur Rechnungslegung der Affichage Gruppe**

Die Kurzfassung des ungeprüften, konsolidierten Halbjahresabschlusses per 30. Juni 2011 wurde in Übereinstimmung mit dem International Accounting Standard IAS 34 – Interim Financial Reporting – erstellt. Die angewandten Rechnungslegungs- und Bewertungsgrundsätze stimmen unverändert überein mit denjenigen, die im Geschäftsbericht 2010 publiziert wurden.

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

## **Veränderungen des Konsolidierungskreises**

Der Konsolidierungskreis ist im ersten Semester 2011 unverändert geblieben.

## **Veränderung des Eigenkapitals**

Am 26. Mai 2011 hat die Generalversammlung beschlossen, auf die Ausschüttung einer Dividende zu verzichten.

## **Ereignisse nach dem Bilanzstichtag**

Keine

# Termine

## **Pressekonferenz und Analysten-Meeting**

29. Februar 2012, Zürich

## **Veröffentlichung des Geschäftsberichtes**

24. April 2012

## **Generalversammlung**

23. Mai 2012, Genève

## **Auskünfte**

Dr. Daniel Hofer, Chief Executive Officer

T +41 58 220 7166

Dr. Ulrich von Bassewitz, Chief Financial Officer

T +41 58 220 7747

Affichage Holding SA

23, rue des Vollandes

Case postale 6195

CH-1211 Genève 6

[investors@affichage.com](mailto:investors@affichage.com)

[www.affichage.com](http://www.affichage.com)

## Impressum

Massgebend ist der deutsche Text.

### Titelseite

Mit der neuen APG PosterPlus App  
eröffnet Out-of-home den direkten Dialog  
mit den Konsumenten und  
Konsumentinnen – interaktiv, verbunden  
mit unmittelbarem, praktischem  
Produktnutzen.

Konzeption und Text  
Jürg Sager, Luzern

Druck  
UD Print AG, Luzern

