

Aktionärsbrief



Starke Wachstumsdynamik bei den Werbeerträgen in der Schweiz.
 Margenrückgang durch höhere Konzessionsabgaben bei strategischen Verträgen.
 Weiterer Ausbau des digitalen Angebotsportfolio.
 Neue agile Strukturen für Digitalisierung, Data und Innovation.

In Kürze

- Steigerung der Werbeerträge in der Schweiz um 5.4% auf CHF 145.0 Mio.
- Währungsbedingter Rückgang der Werbeerträge in Serbien um –2.8%
- EBITDA-Marge: 19.4% (Vorjahresperiode: 24.1%)
- EBIT-Marge: 16.0% (Vorjahresperiode: 19.5%)
- Abnahme des Konzernergebnisses um 14.8%

Kennzahlen

in 1 000 CHF	1. Semester 2019	1. Semester 2018	Veränderung
Werbeertrag	152 262	145 105	4.9%
– Schweiz	144 994	137 629	5.4%
– International	7 269	7 476	–2.8%
Betriebsertrag	153 127	146 606	4.4%
EBITDA	29 741	35 339	–15.8%
– in % des Betriebsertrages	19.4%	24.1%	
EBIT	24 441	28 609	–14.6%
– in % des Betriebsertrages	16.0%	19.5%	
Konzernergebnis	19 386	22 746	–14.8%
– in % des Betriebsertrages	12.7%	15.5%	
Cash flow¹	24 266	28 293	–14.2%
Free Cash flow²	9 807	1 380	
Investitionen Sachanlagen	2 738	2 159	26.8%
– Werbeträger	2 168	1 333	62.6%
– Übrige Anlagen	570	826	–31.0%
Gewinn pro Aktie, in CHF	6.46	7.59	–14.9%

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

EBIT: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

¹ Operativer Cash flow ohne Veränderungen des Nettoumlaufvermögens (siehe Seite 13 Konsolidierte Geldflussrechnung)

² Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow) CHFt 12 505 (Vorjahr 4 389) abzüglich Geldfluss aus Investitionstätigkeit CHFt 2 698 (Vorjahr 3 009), (siehe Seite 13 Konsolidierte Geldflussrechnung)

Sehr geehrte Damen und Herren

Allgemeine Geschäftsentwicklung

Im ersten Semester 2019 lagen die Werbeerträge auf Gruppenebene mit CHF 152.3 Mio. mit einem Plus von 4.9% deutlich über der Vorjahresperiode. In der Schweiz verzeichnete man ein Wachstum von 5.4%.

Diese erfreuliche Entwicklung basiert auf einer leichten Zunahme der Umsätze auf analogen Werbeträgern, ergänzt durch starkes Wachstum bei den digitalen Werbeangeboten. Alma Quattro, die Tochtergesellschaft in Serbien, verzeichnete in Lokalwährung ein geringes Wachstum, welches jedoch währungsbedingt in einem Umsatzrückgang von 2.8% in CHF resultierte.

Trotz des sehr erfreulichen Wachstums der Werbeerträge auf Gruppenstufe ging das Konzernergebnis um 14.8% auf CHF 19.4 Mio. zurück. Dies ist in erster Linie auf die erhöhten Konzessionsabgaben bei grossen strategischen Verträgen zurückzuführen, welche zwar kurz- und mittelfristig Margenrückgänge verursachen, jedoch entscheidend sind für die längerfristige Wettbewerbsposition der APG|SGA als führendes Unternehmen der Out of Home Werbung in der Schweiz sowohl im analogen als auch im digitalen Markt.

Aufgrund der anhaltenden Attraktivität und guten Perspektiven des Aussenwerbemarktes, hat die Wettbewerbsintensität im Schweizer Markt weiter zugenommen. Umso erfreulicher ist, dass APG|SGA im ersten Halbjahr 2019 weitere wichtige Submissionen gewinnen konnte. Ausserdem gelang es, das umfassende Vertrags- und Produktportfolio – insbesondere im Bereich der digitalen Angebote – noch weiter auszubauen.

APG|SGA Gruppe

Im ersten Halbjahr 2019 hat die APG|SGA Gruppe einen Werbeertrag von insgesamt CHF 152.3 Mio. erzielt und weist damit ein Umsatzwachstum von 4.9% aus. Die Immobilienerträge von CHF 0.8 Mio. liegen 3.5% über der Vorjahresperiode. Im Berichtshalbjahr konnten unter den übrigen Betriebserträgen lediglich CHF 26'000 ausgewiesen werden – in der Vorjahresperiode waren es CHF 0.7 Mio. Unter dem übrigen Betriebsertrag werden die Veräusserungsgewinne nicht mehr benötigter Sachanlagen ausgewiesen. Dadurch ergibt sich im ersten Halbjahr 2019 ein Betriebsertrag von CHF 153.1 Mio., was einer Zunahme von 4.4% entspricht.

Der Aufwand für Konzessionen und Kommissionen im Verhältnis zum Betriebsertrag liegt im ersten Halbjahr 2019 bei 50.9% und somit deutlich über dem Niveau der Vorjahresperiode von 45.7%. Diese Zunahme ist durch die verschärfte Wettbewerbssituation auf dem Beschaffungsmarkt zu begründen. Der Personalaufwand war in der Grössenordnung der Vorjahresperiode. In der Berichtsperiode nahm der Betriebs- und Verwaltungsaufwand um 8.7% zu. Dieser Anstieg ist durch Aufbaukosten von digitalen Buchungs- und Abwicklungs-Plattformen sowie zusätzlichen Kosten im Bereich der Digitalisierung und des digitalen Leistungsausbaus entstanden. Die operativen Margen nahmen gegenüber der Vorjahresperiode wegen höherem Aufwand für Konzessionen ab und erreichten auf Stufe EBITDA 19.4% (Vorjahr 24.1%) und auf Stufe EBIT 16.0% (Vorjahr 19.5%).

Das Konzernergebnis für das erste Halbjahr 2019 beläuft sich auf CHF 19.4 Mio. Dies ist eine Abnahme gegenüber der Vorjahresperiode von 14.8%.

Cash flow

Im ersten Halbjahr 2019 konnte ein Cash Flow von CHF 24.3 Mio. erzielt werden (Vorjahresperiode CHF 28.3 Mio.). Der Geldfluss aus betrieblicher Tätigkeit (operativer Cash Flow) beträgt CHF 12.5 Mio. (Vorjahresperiode CHF 4.4 Mio.). Der Geldfluss aus betrieblicher Tätigkeit unterliegt saisonalen Schwankungen und ist jeweils im ersten Halbjahr tiefer als im zweiten Halbjahr. Nach Investitionen in Sachanlagen von CHF 2.7 Mio. resultiert ein Free Cash Flow von CHF 9.8 Mio.

Bilanz

Die Bilanzsumme nahm im ersten Halbjahr 2019 um CHF 44.9 Mio. auf CHF 156.8 Mio. ab.

Das Anlagevermögen reduzierte sich wegen geringeren Investitionen um CHF 2.9 Mio. auf CHF 89.2 Mio. Die immateriellen Anlagen belaufen sich auf CHF 22.1 Mio., was 14.1% der Bilanzsumme entspricht.

Das Umlaufvermögen sank vor allem durch die Dividendenausschüttung um CHF 42.0 Mio. Per 30.06.2019 betragen die Flüssigen Mittel CHF 10.3 Mio.

Das Eigenkapital beträgt CHF 55.7 Mio., was einem Eigenfinanzierungsgrad von 35.6% entspricht.

Markt Schweiz

Die Werbeerträge im ersten Halbjahr 2019 in der Schweiz lagen mit CHF 145 Mio. um 5.4% über dem Vorjahr. Damit schlägt die von APG|SGA erzielte Umsatzentwicklung für das erste Semester die entsprechenden Kennzahlen für den Gesamtwerbemarkt der klassischen Medien deutlich. Insbesondere positiv entwickelt haben sich die Werbeerträge bei den digitalen Werbeträgern.

Der Schwerpunkt der Aktivitäten lag im ersten Halbjahr 2019 beim Ausbau des digitalen Inventars. So wird das Angebot auf den Arealen der SBB sukzessive erweitert. Im weiteren wurden zudem in den Städten Zürich, Lugano und Chur im Februar an allerbesten Lagen neue ePanel in Betrieb genommen. Damit verfügt die APG|SGA über ein einzigartiges, nationales digitales Out of Home-Netz mit weit über 500 grossflächigen Screens, welches laufend ergänzt wird.

Das Mobile Advertising Angebot «aymo» ist das präziseste Mobile Targeting der Schweiz und stützt sich auf eine direkte Datenanbindung zu hochwertigen und reichweitenstarken Mobile Apps. Das aymo-Portfolio, welches im April um eine zusätzliche Replay-Target-Lösung erweitert wurde, ergänzt für lokale, nationale und internationale Kunden das ganzheitliche, alle Kommunikationsräume übergreifende APG|SGA Angebot von analoger und digitaler Aussenwerbung, inklusive den Promotionsplätzen, auf optimale Weise.

Die APG|SGA konnte im ersten Halbjahr 2019 im Rahmen von verschiedenen Ausschreibeverfahren ihr Vertragsportfolio weiter optimieren und gute Voraussetzungen für weiteres Wachstum schaffen.

Ein ganz wichtiger Meilenstein und äusserst erfreulich ist dabei der Gewinn der Ausschreibung der Flughafen Zürich AG, wo sich die APG|SGA aufgrund qualitativer und quantitativer Kriterien gegen mehrere Mitbewerber durchsetzen konnte. Die APG|SGA wird ab 1. Januar 2020 neu exklusive Vermarktungspartnerin für sämtliche analogen und digitalen Werbeflächen im Flughafen Zürich mit allen Brandingzonen und Spezialformaten sowie auch für die Megaposter an den Parkhäusern. Sie wird mit ihrer Partnerin JCDecaux das attraktive Angebot qualitativ hochstehend und innovativ weiterentwickeln.

Ebenfalls konnte unter anderem die Ausschreibung der Sihltal Zürich Uetliberg Bahn SZU – welche attraktive Möglichkeiten der Digitalisierung umfasst – sowie verschiedene Lose gewonnen werden, welche vom Kanton Zürich ausgeschrieben wurden.

Im Rahmen einer Ausschreibung der Stadt Bern betreffend analoger Plakatkonzession, ging der Zuschlag aufgrund finanzieller Kriterien an zwei Mitbewerber. Mit ihren Angeboten auf Privatgrund bietet APG|SGA aber auch ab dem 1. Januar 2020 nach wie vor das grösste Angebot an Strassenflächen vor Ort. Mit unserem ergänzenden analogen, aber auch digitalen Angeboten im Bahnhof sowie an und in den Fahrzeugen von BernMobil, bleibt APG|SGA mit Abstand die Nummer 1 in der Bundeshauptstadt sowie auch in der ganzen Agglomeration.

Die Kernstärke der APG|SGA ist das breite Leistungsportfolio, welches sowohl bezüglich der Produktvielfalt als auch der nationalen Abdeckung dem Werbemarkt eine umfassende Komplettlösung sowie auch entsprechende Service- und Softwarelösungen bietet. So lancierte APG|SGA mit «myapg» im Februar 2019 erfolgreich ein umfassendes digitales Kundenportal, auf welchem Werbekunden jederzeit auf alle ihre Daten zugreifen und ihre Kampagnen verfolgen können.

Internationale Märkte

Die APG|SGA ist im Ausland in Serbien operativ tätig, wo 4.8% des Gruppenumsatzes erzielt werden.

Nach mehreren Jahren des starken wirtschaftlichen Aufschwungs, verlangsamte sich das Wirtschaftswachstum in Serbien im 1. Halbjahr 2019. Dies war auch bei der lokalen Gesellschaft Alma Quattro d.o.o. zu spüren.

Die Werbeerträge in Lokalwährung nahmen gegenüber dem Vorjahr leicht um 0.5% zu. Wegen der Abschwächung des serbischen Dinars resultierte in CHF jedoch eine Abnahme von 2.8% gegenüber der ausserordentlich starken Vorjahresperiode. Der leichte Umsatzrückgang wurde vor allem in der Hauptstadt Belgrad verzeichnet. In der zweitgrössten Stadt des Landes, Novi Sad, mit der wir im letzten Jahr einen langfristigen Vertrag unterzeichneten, konnte in der Berichtsperiode ein sehr erfreuliches Umsatzwachstum erzielt werden.

Das erste Halbjahr 2019 war vom Markteintritt in das digitale Grossflächenformat geprägt. Sieben neue digitale 12m² grosse Billboards der neusten Generation wurden an besten Standorten in der Stadt Belgrad installiert. Die Resonanz auf diese neu installierten digitalen Werbeträger war äusserst gut.

Organisation

Anlässlich der Generalversammlung vom 16. Mai 2019 wurden alle Mitglieder des Verwaltungsrates wiedergewählt. Das Gremium setzt sich somit weiterhin zusammen aus Dr. Daniel Hofer (Präsident), Robert Schmidli (Vizepräsident), Xavier Le Clef, Stéphane Prigent und Markus Scheidegger.

Im Hinblick auf die sich weiter signifikant verändernden Anforderungen an das Unternehmen, welche sich aus der umfassenden Digitalisierung des Marktumfeldes ergeben, hat APG|SGA ihre Unternehmensstruktur per 1. Juni 2019 angepasst.

Die Mitarbeitenden und Tätigkeiten der APG|SGA-Segmentmarken wurden hierbei im Rahmen der Umsetzung der «One Brand»-Strategie in das Kerngeschäft integriert. Gleichzeitig werden verschiedene organisatorische und personelle Massnahmen getroffen, um in den Bereichen Digitalisierung, Innovationen und Data im Markt neue Massstäbe zu setzen.

Daniel Strobel, bisher in der Unternehmensleitung verantwortlich für den «Werbemarkt», hat ab 1. April 2019 die Gesamtverantwortung für die umfassende Digitalisierung und die innovative Weiterentwicklung der Werbeangebote in den Schweizer Bahnhöfen übernommen. Er fokussiert sich vollständig auf diese strategische Aufgabe und ist aus der Unternehmensleitung ausgeschieden. Seine Nachfolge als Leiter des Bereiches «Advertising Market» und Mitglied der Unternehmensleitung hat Andy Bürki angetreten, der am 1. April 2019 neu zur APG|SGA gestossen ist.

In den neuen Strukturen, in welchen schnelle Entscheidungswege sowie die Kundenzentrierung und -nähe an weiterhin insgesamt 17 Standorten im Vordergrund stehen, wurde mit «Marketing & Innovation» ein neuer Unternehmensbereich geschaffen. Dieser wird den digitalen Transformationsprozess vorantreiben und eine Drehscheibe innerhalb der APG|SGA sein, welche die Angebotsgestaltung, Mediaresearch und das Produkt Management verantwortet, E-Commerce- und programmatische Plattformen aufbaut sowie Innovationen und New Business systematisch verfolgt. In diesem Bereich wird ebenso das Geschäftsfeld Mobile Advertising vorangetrieben. Die Leitung des Unternehmensbereiches «Marketing & Innovation» hat seit dem 1. Juni 2019 Beat Holenstein übernommen, der vorher für den Unternehmensbereich «Partner und Produkt Management» verantwortlich zeichnete.

Christian Gotter ist seit dem 1. Juni 2019 zuständig für den erweiterten Unternehmensbereich «Partner & Operations». Dieser umfasst künftig die integrale Betreuung des Partnermarktes (Städte, Verkehrsbetriebe, Airport, Bergdestinationen, Shoppingcenter, Private Grundeigentümer usw.) sowie alle Bereiche der Logistik und von Operations. Beat Hermann, CFO der Gruppe, leitet weiterhin den Unternehmensbereich Finance, zu dem auch die IT, Infrastruktur, die Beteiligungen, das internationale Geschäft sowie neu Data Analytics gehören. Der Bereich Human Resources unter der Leitung von Marcel Seiler ist seit dem 1. Juni 2019 nicht mehr in der Unternehmensleitung vertreten und ist direkt dem CEO unterstellt.

Ausblick

Die Digitalisierung in allen ihren Facetten prägt auch unsere Branche und unser Unternehmen weiterhin stark. Die Aussenwerbung kann dabei jetzt schon als eine Gewinnerin dieser Entwicklung betrachtet werden, denn die Medien fragmentieren und werden kleinteiliger. Out of Home Media jedoch stärkt ihre Rolle als verbleibendes Massenmedium weiter. Aussenwerbung erzielt Visibilität sowie Aufmerksamkeit und kann weder weggezappt noch durch Werblocker umgangen werden. Die Urbanisierung und Mobilität unserer Gesellschaft schafft zudem neue Reichweitenpotenziale.

Deshalb wird APG|SGA – wie bereits im Geschäftsbericht 2018 detailliert beschrieben – im Zusammenhang mit der per 1. Juni erfolgten Umstrukturierung und der zunehmenden Digitalisierung beträchtliche Ressourcen und finanzielle Mittel in den Ausbau und die Entwicklung von Innovationen, Technologie, Datenerhebung und Analytics sowie auch in entsprechende Spezialisten und Talente investieren.

Dieser Ausbau sowie die Digitalisierung des Angebotsportfolios bieten für die APG|SGA trotz anhaltendem Margendruck attraktive Opportunitäten und interessante Zukunftsperspektiven. Eines der zentralen Projekte bleibt hierbei die laufende Umsetzung des langjährigen und exklusiven Vermarktungsvertrages mit den SBB für die Werbeflächen in allen Schweizer Bahnhöfen sowie beim Rollmaterial. Mit diesem und weiteren digitalen Projekten wird APG|SGA ihre starke Marktstellung im öffentlichen Bewegtbild-Markt weiter ausbauen können.

Dazu kommen die Opportunitäten, welche sich aus dem Gewinn der Ausschreibung Flughafen Zürich ab 2020 für die APG|SGA ergeben. Die Vorbereitungs- und Aufbauarbeiten für die erfolgreiche Weiterentwicklung und Vermarktung der prestigeträchtigen analogen, digitalen und innovativen Werbeflächen am Flughafen Zürich haben bereits begonnen.

Daneben wird die APG|SGA aber auch ihr umfassendes analoges Angebot weiter optimieren. Bereits heute verfügen wir als einzige Anbieterin über ein integrales, alle Kommunikationsräume in allen Regionen umfassendes analoges und digitales Angebotsportfolio, welches langfristig abgesichert ist und durch das Promotionsflächengeschäft ergänzt wird. Mit den zusätzlichen Angeboten wie «aymo», welche Mobile-Advertising wirkungsvoll mit Out of Home Kampagnen verknüpft, werden wir als zuverlässiger Partner der kommerziellen Werbewirtschaft sowie auch von kulturellen und wohltätigen Institutionen heute und in Zukunft in der Lage sein, aus einer Hand wirkungsvolle Zielgruppenansprachen entlang der gesamten Customer Journey Out of Home anzubieten.

Die beschriebenen Aufbauprojekte, strukturellen Anpassungen und Initiativen sowie der anhaltende Wettbewerbs- und Margendruck werden dazu führen, dass die Ergebnisse nach Erwartung der APG|SGA vorübergehend unter den heutigen Werten liegen werden. Der Verwaltungsrat und die Unternehmensleitung sind jedoch überzeugt, dass die mittel- und langfristigen Markt- und Ertragsperspektiven im operativen Geschäft für die APG|SGA positiv sind.

Unsere über 550 Fachleute in der Schweiz und in Serbien setzen sich mit grosser Begeisterung, Kosten- und Umweltbewusstsein, Kompetenz und Zuverlässigkeit für die dynamische, innovative, aber auch nachhaltige Weiterentwicklung der APG|SGA und von Out of Home Media ein. Wir bieten damit Städten, Gemeinden, Bahnen, Flughafenbetreibern, Verkehrsbetrieben und privaten Grundeigentümern sowie auch der Bevölkerung einen grossen Mehrwert.

Der Verwaltungsrat und die Unternehmensleitung danken allen Marktpartnern für die gute Zusammenarbeit und Ihnen, sehr geehrte Damen und Herren Aktionäre, für Ihr Interesse und ihr Vertrauen.



Dr. Daniel Hofer
Präsident des Verwaltungsrates



Markus Ehrle
Chief Executive Officer

Konsolidierte Bilanz

Aktiven

in 1 000 CHF	30.06.2019	31.12.2018
Immobilien	33 064	33 873
Werbeträger	20 795	21 492
Übrige Sachanlagen	4 021	4 482
Sachanlagen	57 880	59 847
Aktive latente Steuern	1 688	1 581
Beteiligungen an Gemeinschaftsorganisationen		130
Übrige Finanzanlagen	7 485	7 575
Finanzanlagen	9 173	9 286
Goodwill	5 822	5 997
Vertragliche Werberechte	16 281	16 932
Immaterielle Anlagen	22 103	22 929
Anlagevermögen	89 156	92 062
Vorräte	3 370	2 379
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	38 557	38 603
Übrige Forderungen	4 099	2 078
Rechnungsabgrenzung Aktiven	11 295	6 456
Flüssige Mittel und Festgeldanlagen	10 331	60 128
Umlaufvermögen	67 652	109 644
Total	156 808	201 706

Passiven

in 1 000 CHF	30.06.2019	31.12.2018
Aktienkapital	7 800	7 800
Kapitalreserven	13 230	13 449
Eigene Aktien	-179	-748
Umrechnungsdifferenzen	-1 714	-1 461
Gewinnvortrag	36 602	77 171
Eigenkapital	55 739	96 211
Rückstellungen	7 526	7 614
Passive latente Steuern	4 663	4 919
Langfristiges Fremdkapital	12 189	12 533
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	13 046	12 369
Geschuldete Steuern	4 388	4 247
Übrige Verbindlichkeiten	24 064	24 584
Rechnungsabgrenzung Passiven	44 782	49 016
Rückstellungen	2 600	2 746
Kurzfristiges Fremdkapital	88 880	92 962
Fremdkapital	101 069	105 495
Total	156 808	201 706

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1 000 CHF	1. Semester 2019	1. Semester 2018	Veränderung
Werbeertrag	152 262	145 105	4.9%
Immobilienenertrag	839	811	3.5%
Übriger Betriebsertrag	26	690	-96.2%
Betriebsertrag	153 127	146 606	4.4%
Konzessionen und Kommissionen	-77 953	-67 002	16.3%
Personalaufwand	-30 566	-30 593	-0.1%
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	-14 867	-13 672	8.7%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	29 741	35 339	-15.8%
Abschreibungen Sachanlagen	-4 644	-5 535	-16.1%
Abschreibungen immaterielle Anlagen	-481	-369	30.3%
Abschreibungen Goodwill	-175	-826	-78.9%
Betriebsergebnis (EBIT)	24 441	28 609	-14.6%
Finanzergebnis	-2	-98	
Ergebnis an Gemeinschaftsorganisationen	-130	-41	
Ordentliches Ergebnis vor Ertragssteuern	24 309	28 470	-14.6%
Ertragssteuern	-4 923	-5 724	-14.0%
Konzernergebnis	19 386	22 746	-14.8%
Basis- und verwässerter Gewinn pro Aktie, in CHF	6.46	7.59	-14.9%

Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in 1 000 CHF	Aktienkapital	Kapital- reserven	Eigene Aktien	Umrechnungs- differenzen	Gewinnvortrag	Eigenkapital
per 01.01.2018	7 800	13 746	-2 337	-758	101 865	120 316
Konzernergebnis					22 746	22 746
Umrechnungsdifferenzen				-169		-169
Ausschüttungen					-71 870	-71 870
Kauf eigene Aktien			-183			-183
Verkauf eigene Aktien		-59	776			717
Eigenkapital Transaktionskosten		-1				-1
per 30.06.2018	7 800	13 686	-1 744	-927	52 741	71 556
per 01.01.2019	7 800	13 449	-748	-1 461	77 171	96 211
Konzernergebnis					19 386	19 386
Umrechnungsdifferenzen				-253		-253
Ausschüttungen					-59 955	-59 955
Kauf eigene Aktien			-342			-342
Verkauf eigene Aktien		-215	911			696
Eigenkapital Transaktionskosten		-4				-4
per 30.06.2019	7 800	13 230	-179	-1 714	36 602	55 739

Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1 000 CHF	1. Semester 2019	1. Semester 2018
Konzernergebnis	19 386	22 746
Abschreibungen	5 300	6 730
Veränderung der Rückstellungen	-187	-222
Veränderung der latenten Steuern	-358	-387
Nicht liquiditätswirksames Finanzergebnis	20	106
Gewinne aus Veräusserung von Anlagevermögen	-25	-721
Ergebnis an Gemeinschaftsorganisationen	130	41
Cash flow	24 266	28 293
Veränderung der Vorräte	-995	-273
Veränderung Forderungen	-2 027	277
Veränderung aktive Rechnungsabgrenzung	-4 821	-4 453
Veränderung Verbindlichkeiten	305	-11 531
Veränderung passive Rechnungsabgrenzung	-4 223	-7 924
Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)	12 505	4 389
Erwerb von Sachanlagen	-2 738	-2 159
Erwerb von immateriellen Anlagen	-24	-1 437
Erwerb von übrigen Finanzanlagen		-139
Veräusserungserlös Sachanlagen	30	726
Veräusserungserlös Finanzanlagen	34	
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-2 698	-3 009
Kauf eigene Aktien	-342	-183
Verkauf eigene Aktien	692	710
Dividenden an Aktionäre APG SGA AG	-59 956	-71 870
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-59 606	-71 343
Fremdwährungseinflüsse auf flüssigen Mitteln	2	-15
Veränderung der flüssigen Mittel	-49 797	-69 978
Bestand flüssige Mittel per 1. Januar	60 128	90 490
Bestand flüssige Mittel per 30. Juni	10 331	20 512

Anhang zur Konzernrechnung

Grundsätze zur Rechnungslegung der APG|SGA AG

Die vorliegende Zwischenberichterstattung umfasst den nicht geprüften Halbjahresabschluss für die am 30. Juni 2019 endende Berichtsperiode. Die konsolidierte Halbjahresrechnung wurde in Übereinstimmung mit den Anforderungen zum Zwischenabschluss nach Swiss GAAP FER 31 *Ergänzende Fachempfehlung für kotierte Unternehmen*, welche im Vergleich zu einer Jahresrechnung Verkürzungen im Ausweis und der Offenlegung zulässt, und dem Kotierungsreglement der Schweizer Börse SIX erstellt.

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

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

Unser Geschäft unterliegt saisonalen Schwankungen.

Veränderungen des Konsolidierungskreises und Minderheitsanteile

Im ersten Semester 2019 wurde der Konsolidierungskreis gegenüber der Vorjahrsperiode nicht verändert.

Im ersten Semester des Vorjahres wurde der Konsolidierungskreis gegenüber der Vorjahrsperiode ebenfalls nicht verändert.

Veränderung des Eigenkapitals

Am 16. Mai 2019 hat die Generalversammlung die Ausschüttung einer Dividende von CHF 20.00 brutto pro Aktie für das Geschäftsjahr 2018 beschlossen. Die Dividende wurde auf allen im Umlauf befindlichen Aktien ausbezahlt.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Der vorliegende Abschluss wurde durch den Verwaltungsrat am 23. Juli 2019 genehmigt.

Termine

Pressekonferenz und Analysten-Meeting

Donnerstag, 27. Februar 2020, Zürich

Veröffentlichung des Geschäftsberichtes

Donnerstag, 09. April 2020

Generalversammlung

Donnerstag, 14. Mai 2020, Genf

Bekanntgabe des Halbjahresabschlusses

Donnerstag, 30. Juli 2020

Auskünfte

Markus Ehrle, Chief Executive Officer

T +41 58 220 71 73

Beat Hermann, Chief Financial Officer

T +41 58 220 77 47

Begriffserklärungen Finanzen

EBITDA

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

EBIT

Earnings before interest and taxes: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

Cash flow

Mittelfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit ohne Veränderungen des Nettoumlaufvermögens

Free Cash flow

Mittelfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit abzüglich Mittelfluss aus Investitionstätigkeit

Nettoumlaufvermögen

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

Nettoverschuldung (Net debt)

Verzinsliches Fremdkapital abzüglich zinstragendes Umlaufvermögen (flüssige Mittel, Wertschriften)

Payout ratio

Ausschüttung in % des Konzernergebnisses

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



www.apgsga.ch
APG|SGA AG
Carrefour de Rive 1
CH-1207 Genève
investors@apgsga.ch

Die **APG|SGA AG** ist das führende Out of Home Medienunternehmen der Schweiz. An der SIX Swiss Exchange kotiert, deckt die APG|SGA alle Bereiche der Aussenwerbung ab: auf Strassen und Plätzen, in Bahnhöfen, Flughäfen, Shopping-centern, in den Bergen sowie in und an Verkehrsmitteln – von reichweitenstarken Plakatkampagnen über Grossformate bis hin zu modernsten digitalen Werbeflächen sowie Sonderwerbeformen, Promotionen und Mobile-Werbung. In Kontakt mit Kunden, den Behörden und der Werbewirtschaft steht APG|SGA für Nachhaltigkeit und Innovation und will mit den besten Kommunikationslösungen im öffentlichen Raum die Menschen begeistern.

Gedruckt in der Schweiz
Juli 2019
Alle Rechte vorbehalten

