

# 2018

**Eyeballs**

APG|SGA Geschäftsbericht

## Das Geschäftsjahr im Überblick

- Überzeugende operative Leistung.
- Konsequente Weiterentwicklung des analogen und digitalen Leistungsangebotes.
- Dividende/Sonderdividende von insgesamt CHF 20 pro Aktie.

### Wichtige Kennzahlen

#### Verkaufserlös

in CHF

# 302.1 Mio.

#### EBIT

in CHF

# 59.5 Mio.

### Entwicklung APG|SGA Aktienkurs 2018

in CHF



### Kennzahlen APG|SGA Gruppe

in 1 000 CHF

	2018	2017	Veränderung
<b>Verkaufserlös</b>	<b>302 110</b>	300 693	0.5%
– Schweiz	<b>287 232</b>	288 071	–0.3%
– International	<b>14 878</b>	12 622	17.9%
<b>Betriebsertrag</b>	<b>304 567</b>	304 777	–0.1%
<b>EBITDA</b>	<b>72 674</b>	74 770	–2.8%
– in % des Betriebsertrages	<b>23.9%</b>	24.5%	
<b>EBIT</b>	<b>59 514</b>	61 330	–3.0%
– in % des Betriebsertrages	<b>19.5%</b>	20.1%	
<b>Nettoergebnis</b>	<b>47 176</b>	50 720	–7.0%
– in % des Betriebsertrages	<b>15.5%</b>	16.6%	
<b>Cash flow</b>	<b>58 788</b>	60 204	–2.4%
<b>Free Cash flow</b>	<b>41 623</b>	37 560	10.8%
<b>Investitionen Sachanlagen</b>	<b>7 056</b>	10 963	–35.6%
– Werbeträger	<b>5 224</b>	8 144	–35.9%
– Übrige Anlagen	<b>1 832</b>	2 819	–35.0%
<b>Nettoergebnis pro Aktie, in CHF</b>	<b>15.74</b>	16.92	–7.0%

## Inhalt

- 3–7** Bericht des Präsidenten des Verwaltungsrates und des CEO
- 8–9** Finanzbericht
  - 10** Die wichtigsten Kennzahlen
  - 11** Entwicklung der Aktie
- 14–21** Geschäftsentwicklung Schweiz
- 24–32** Corporate Governance
- 33–36** Vergütungsbericht
  - 37** Bericht der Revisionsstelle zum Vergütungsbericht
- 40–47** Corporate Responsibility
- 50–53** Auszug aus dem Finanzbericht
- 54** Kontakt

## Eyeballs

Ein Blick ist die schnellste, spontanste und leiseste Art, Kontakt mit einem Gegenüber aufzunehmen. Er bedeutet im weitesten Sinne Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Interesse, Zuwendung und im besten Falle Erinnerung an das Gesehene, Auseinandersetzung mit dem Gesehenen, vielleicht sogar aktives Handeln als Folge einer Wahrnehmung. Wahrnehmung als zentrale Währung im menschlichen Zusammenleben steht oft am Anfang einer Entwicklung von Ereignissen.

Im Werbegeschäft bedeutet Wahrnehmung bares Geld. Wer sie und Aufmerksamkeit schaffen kann, vermag Kunden zu gewinnen. In Zeiten der Digitalisierung und Fragmentierung von Medien und des Wandels zu vermehrt bildstarker Kommunikation hat das «Plakat» – ob in analoger oder digitaler Form – eine neue Stärke entwickelt. Es vermag messbare Sichtbarkeit und damit Wahrnehmung zu schaffen wie kein anderes Medium. Denn es steht im öffentlichen Raum. Unübersehbar, nicht wegzappbar, nicht abbestellbar, weder überspring- noch wegklickbar.

Diese Stärke begründet den grossen Erfolg von «Out of Home Media» im Wettbewerb um die «eyeballs»\*. Heute und in Zukunft. Im nachfolgenden Bericht symbolisieren unterschiedliche Augen als Empfänger von visuellen Botschaften Attraktivität und Variantenreichtum der Schaffung von Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit mit «Plakaten».

\* Fachbegriff, der für die Anzahl Personen steht, die ein Werbesujet gesehen haben.

Sehr geehrte Damen und Herren

### Allgemeine Geschäftsentwicklung

Insgesamt verlief das Geschäftsjahr 2018 für die APG|SGA operativ erfolgreich. Insbesondere dank einem ansprechenden zweiten Semester in der Schweiz und der sehr guten Entwicklung der Aktivitäten in Serbien konnten die Verkaufserlöse auf Gruppenebene leicht erhöht werden. Erfreulich ist die Tatsache, dass die digitalen Erlöse in beiden Märkten im zweistelligen Prozentbereich gesteigert werden konnten. Die Rentabilität im operativen Geschäft konnte durch vielfältige Massnahmen auf hohem Niveau gehalten werden. Die Wettbewerbsintensität im Schweizer Markt hat weiter zugenommen. Umso erfreulicher ist, dass im vergangenen Jahr wiederum wichtige städtische Submissionen gewonnen wurden. Zudem gelang es, unser umfassendes Vertrags- und Produktportfolio insbesondere im Bereich der digitalen Angebote weiter auszubauen.

### APG|SGA Gruppe

Der Verkaufserlös stieg im Geschäftsjahr 2018 um 0.5% auf CHF 302.1 Mio. Das organische Wachstum in Lokalwährung betrug 0.2%, wobei Währungseinflüsse die Verkaufserlöse positiv mit 0.3% beeinflusst hatten. Während die Verkaufserlöse im Heimmarkt Schweiz um 0.3% abnahmen, konnte im Segment International ein starker Anstieg von 17.9% ausgewiesen werden.

Die Immobilienerträge konnten auf dem Niveau des Vorjahres gehalten werden. Die übrigen Erträge haben im Berichtsjahr um 66.9% abgenommen. Diese stehen im Zusammenhang mit dem Verkauf von nicht mehr benötigten Sachanlagen.

Der Aufwand für Konzessionen und Kommissionen hat im Berichtsjahr um 3.5% zugenommen. Dank weiteren Prozessoptimierungen konnten die Personalkosten im Geschäftsjahr 2018 um 1.8% reduziert werden. Der Betriebs- und Verwaltungsaufwand hat gegenüber dem Vorjahr um 5.5% abgenommen. Ein aktives Kostenmanagement führte zu dieser weiteren, substanziellen Reduktion.

Die Margen konnten trotz höheren Abgaben für Konzessionen und Kommissionen auf hohem Niveau gehalten werden. Im Geschäftsjahr 2018 wurden eine EBITDA-Marge von 23.9% (Vorjahr: 24.5%) und eine EBIT-Marge von 19.5% (Vorjahr: 20.1%) erreicht.

Im Geschäftsjahr 2018 wurde ein Nettoergebnis von CHF 47.2 Mio. erzielt (Vorjahr: 50.7 Mio.), was im Vergleich zum Vorjahr einer Abnahme von 7.0% entspricht. Dies ist vor allem durch tiefere Verkäufe von Sachanlagen von CHF 1.6 Mio. und negativen Währungseinflüssen von CHF 2.4 Mio. gegenüber dem Vorjahr zu begründen. Trotz des schwierigen Zinsumfeldes ist es gelungen, wie schon in den letzten Jahren, keine Negativzinsen zu bezahlen.

### Markt Schweiz

Die Netto-Verkaufserlöse in der Schweiz lagen in der Berichtsperiode mit CHF 287.2 Mio. um 0.3% ganz knapp unter Vorjahr. Nachdem die Umsätze im ersten Halbjahr 2018 mit 1.6% hinter der Vorjahresperiode lagen, konnten dank einer positiven Entwicklung im zweiten Semester die Verkaufserlöse des Vorjahres beinahe noch erreicht werden.

Der Werbemarkt in der Schweiz ist sehr wettbewerbsintensiv und insbesondere die klassischen Medien Print, Radio und TV sind dabei unter massivem Druck. Diesem wird durch die Anbieter mit extensiven Verkaufsförderungsaktivitäten und Rabattangeboten entgegnet, was wiederum die Brutto-Netto-Schere weiter öffnet. So weist Media Focus für den Gesamtwerbemarkt 2018 (Displaywerbung, ohne Search) einen Rückgang der Brutto-Investitionen von 3.5% aus. Erfahrungsgemäss dürfte aber der Rückgang bei den effektiv erzielten Nettowerten (welche durch die Stiftung Werbestatistik erst im Mai 2019 veröffentlicht werden) deutlich höher ausgefallen sein.

Weiter lässt sich feststellen, dass bei der APG|SGA nicht nur die monatliche Entwicklung der Umsätze unverändert volatil und von Kurzfristigkeit geprägt ist. Auch die Mediaspendings einzelner Branchen entwickeln sich aufgrund spezifischer Marktsituationen von Jahr zu Jahr unterschiedlich. So lagen die Investitionen in den Branchen Grossverteiler/Handelsketten, Internet-Versandhandel und Banken zum Teil deutlich unter Vorjahr, währenddem sie sich in den Branchen Telekommunikation, Versicherungen/Krankenkassen sowie auch im Bereich von politischer Werbung über dem Vorjahresniveau bewegten.

Die Kernstärke der APG|SGA ist das breite Leistungsportfolio, welches sowohl bezüglich der Produktvielfalt als auch der nationalen Abdeckung dem Werbemarkt eine umfassende Komplettlösung bietet. Dies führt nicht nur zu einer alleinstellenden Marktposition, sondern ermöglicht auch eine Diversifizierung der Erlösströme, welche sich auch in diesem Berichtsjahr von Segment zu Segment wiederum durchaus unterschiedlich entwickelten. Während in einigen Segmenten, welche Leistungsangebote für sehr spezifische Spezialformate und Werbeangebote anbieten, die Umsätze teilweise unter den Erwartungen lagen, konnten im Kerngeschäft der APG|SGA, Allgemeine Plakatgesellschaft AG, die Vorjahreswerte übertroffen werden. Dies auch dank einer dynamischen Entwicklung bei den digitalen Angeboten, wo ein deutliches Umsatzwachstum erreicht wurde.

Als erfreulich darf auch die Geschäftsentwicklung der APG|SGA Interaction betrachtet werden. Ende Februar lancierte die APG|SGA Interaction mit «aymo» das präziseste Mobile Targeting der Schweiz. Die eigene, einzigartige Technologie ermöglicht es,

standortgenaue Mobile-Targeting-Werbeangebote – sehr oft auch in Verknüpfung mit Aussenwerbung – auf mittlerweile über 17 Schweizer Mobile-Apps auszuliefern. Inzwischen wurden bis Ende 2018 bereits von rund 200 Werbekunden über 300 Kampagnen erfolgreich umgesetzt. Das Angebot «aymo» wird weiter ausgebaut und ist auch ein idealer «door opener» für lokale, nationale und internationale Kunden, welche das ganzheitliche, alle Kommunikationsräume übergreifende APG|SGA Angebot von analoger und digitaler Aussenwerbung, inklusive den Promotionsplätzen sowie auch Mobile Media, nutzen wollen.

Geschätzt und auch immer intensiver genutzt werden zudem die verschiedenen (Self-)Service-Tools der APG|SGA. So werden zunehmend mehr Plakate über «PosterDirect» abgewickelt. Diese Planungs- und Buchungsplattform wurde gegen Ende des Jahres mit über 15 000 Angeboten von Innenformat-Flächen in Verkehrsmitteln substanzial erweitert. Zusätzlich wurden verschiedene Features im Tool für die smarte Abwicklung von Händlerwerbung erfolgreich implementiert.

Eine wichtige Säule für das Geschäft der APG|SGA sind die zahlreichen Verträge mit privaten Grundeigentümern sowie mit der öffentlichen Hand. Sie ermöglichen es, dem Werbemarkt ein optimales, qualitativ hochwertiges – analoges und digitales – Flächenangebot zur Verfügung zu stellen. Das nachhaltige Wachstumspotenzial der Aussenwerbung aufgrund der sich stark verändernden Medienlandschaft hat weitere Unternehmen zu einem Eintritt oder dem Ausbau ihrer Aktivitäten im Schweizer Aussenwerbemarkt bewogen, was auf dem Beschaffungsmarkt zu entsprechend höheren Kosten geführt hat. Die langjährige Erfahrung mit Tausenden von Datenprofilen sowie die internationale Vernetzung ermöglichen uns, im Rahmen von Ausschreibungen einen möglichst hohen Grad an Planungssicherheit und realistischer Potenzialschätzung zu erreichen. Die damit verbundene Disziplin bei der Offerteingabe führt nicht nur dazu, marktgerechte Offerten einzureichen, sondern auch zur Schlussfolgerung, an gewissen Ausschreibungen, welche betriebswirtschaftlich und/oder aus Werbemarktsicht als nicht nachhaltig beurteilt werden, auf eine Teilnahme zu verzichten.

Erfreulicherweise konnte die APG|SGA im Geschäftsjahr 2018 trotz des akzentuierten Wettbewerbs wiederum zahlreiche Verträge erneuern sowie im Rahmen von verschiedenen öffentlichen Ausschreibungsverfahren wichtige Weichen für die Zukunft stellen.

So konnte sich die APG|SGA in öffentlichen Ausschreibungen in den Städten Thun, Freiburg und Zug erfolgreich durchsetzen und sich für mehrere Jahre die Konzessionsrechte sichern. Zusätzlich konnten verschiedene Konzessionsverträge verlängert und die Vereinbarungen mit verschiedenen Destinationen wie Crans Montana, Engadin St. Moritz oder auch Leysin erneuert werden.

Nachdem die APG|SGA 2017 in der Ausschreibung von Fremdwerbeflächen auf dem SBB-Areal in der ganzen Schweiz den Zuschlag für sämtliche Lose der analogen und digitalen Fremdwerbung sowie neu auch für die exklusive Vermarktung der Aussen- und Innenwerbung in Zügen erhalten hatte, legte ein Mitbewerber gegen das Ausschreibungsverfahren Beschwerde ein. Daraufhin mussten die Vertragsabschlüsse sowie die Umsetzung der Konzepte ausgesetzt werden. Hierzu hat das Bundesverwaltungsgericht im Mai 2018 einen Zwischenentscheid gefällt, welcher es erlaubt, dass die APG|SGA mit den SBB die neuen Verträge ab 1. Januar 2019 abschliessen konnte und die Zusammenarbeit fortsetzen sowie den geplanten substanzialen Ausbau – insbesondere der digitalen Angebote – in Angriff nehmen kann.

Auch im Geschäftsjahr 2018 investierte die APG|SGA gezielt in ihr Premium-Portfolio von digitalen Werbeträgern. So hat die APG|SGA in Basel im Januar 2018 das grösste «City ePanel»-Netz der Schweiz erfolgreich implementiert. In Lugano und St. Gallen wurden neue «Rail ePanel» und «Rail eBoard» in Betrieb genommen und im Bahnhof Bern wurde der spektakuläre «Rail ePanel AdWalk» mit zwei Netzen à 14 Screens installiert. Und im Tessin sind im Centro Shopping Serfontana die ersten «Shopping ePanel» in Betrieb. Im Bereich der digitalen Verkehrsmittelwerbung sind bei BERNMOBIL inzwischen über 70% der geplanten 500 «TrafficMediaScreens» im Einsatz.

In Zürich hat die APG|SGA bewusst nicht an einer Ausschreibung der Stadt Zürich für ein Los von Werbescreens und interaktiven Stadtplänen teilgenommen. Im Gegensatz zu anderen Städten entsprechen die Werbemöglichkeiten dieser Ausschreibung nach Ansicht der APG|SGA nicht den vom Werbemarkt verlangten nationalen und internationalen Standards. In einer weiteren Ausschreibung der Stadt Zürich für insgesamt 20 digitale Werbeflächen – ebenfalls mit limitierten Werbemöglichkeiten – hat ein Mitbewerber erheblich höhere Mindestgarantien geboten, welche deutlich über einem für die APG|SGA vertretbaren Rahmen liegen.

In einem Rechtsfall, nämlich hinsichtlich der Vergabe der Plakatierungs-Konzession in der Stadt Genf an einen Konkurrenten, hat das kantonale Verwaltungsgericht ein für die APG|SGA negatives Urteil gefällt. Der Entscheid ist für die APG|SGA schwer nachvollziehbar und die APG|SGA lässt den Fall vom Bundesgericht prüfen.

### Internationale Märkte

In der Berichtsperiode haben sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Serbien weiter verbessert. Unsere dortige Tochtergesellschaft Alma Quattro hatte ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2018.

Im Berichtsjahr stieg der Verkaufserlös in Lokalwährung um 10.6%. Durch den positiven Währungseinfluss ergab sich in CHF eine Steigerung des Verkaufserlöses gegenüber dem Vorjahr von 17.9% auf CHF 14.9 Mio. Skaleneffekte und Prozessoptimierungen waren die Haupttreiber für eine bedeutende Margenerhöhung.

Die digitalen Werbeträger, die in der Innenstadt von Belgrad Ende 2017 verwirklicht werden konnten, haben entscheidend zum starken Wachstum der Verkaufserlöse beigetragen. Weitere grossformatige digitale Werbeträger wurden Ende 2018 installiert. Die ersten Verkaufswochen dieser Neuinstallationen waren sehr vielversprechend.

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

### Organisation

Anlässlich der Generalversammlung vom 24. Mai 2018 wurden alle Mitglieder des Verwaltungsrates wiedergewählt. Das Gremium setzt sich somit weiterhin zusammen aus Dr. Daniel Hofer (Präsident), Robert Schmidli (Vizepräsident), Xavier Le Clef, Stéphane Prigent und Markus Scheidegger. Auch im operativen Management bleibt die Zusammensetzung unverändert.

Seit Beginn des Jahres 2018 werden innerhalb einer neuen Unit «Operations» administrative Tätigkeiten zusammengeführt und mithilfe von neu entwickelten Informatiklösungen erbracht. Mit dieser Zentralisierung und der damit einhergehenden Automatisierung wurde die frontgerichtete Verkaufsorganisation von administrativen Aufgaben wirkungsvoll entlastet, damit sie noch stärker den Fokus auf die integrale Kundenbetreuung legen kann.

Im Hinblick auf die sich weiter signifikant verändernden Anforderungen an das Unternehmen, welche sich aus der umfassenden Digitalisierung unseres Marktumfeldes ergeben, hat der Verwaltungsrat die Unternehmensleitung beauftragt, entsprechende Optimierungsmassnahmen und organisatorische Anpassungen zur Erhöhung der Agilität und weiteren Stärkung der Kompetenzen im Bereich Digital und neueste Technologien zu erarbeiten.

Im Rahmen einer Mitteilung vom 19. März 2019 wurde kommuniziert, wie sich die APG|SGA in Form einer «One Brand»-Strategie,

dem Ausbau der Bereiche Digital und Data sowie entsprechend angepasster Unternehmensstruktur für die Zukunft rüsten wird.

Dabei wird die APG|SGA im Rahmen ihrer Marktstrategie nachhaltig in ihre Leistungsfähigkeit investieren mit dem erklärten Ziel, ihre Marktführerschaft im analogen und digitalen Out of Home Media Markt in einem sich rasch wandelnden Umfeld langfristig sicherzustellen. Die APG|SGA fokussiert dabei auf eine «One Brand»-Strategie und optimiert die Unternehmensstrukturen. Die Mitarbeitenden und Tätigkeiten der APG|SGA-Segmentmarken werden hierbei ab 1. Juni 2019 in das Kerngeschäft integriert, um allen Marktpartnern ein umfassendes Leistungsangebot aus einer Hand anbieten zu können. Gleichzeitig werden verschiedene organisatorische und personelle Massnahmen getroffen, um in den Bereichen Digitalisierung und Data im Markt neue Massstäbe zu setzen. Daniel Strobel, bisher in der Unternehmensleitung verantwortlich für den «Werbemarkt», wird ab 1. April 2019 die Gesamtverantwortung für die umfassende Digitalisierung und die innovative Weiterentwicklung der Werbeangebote in den Schweizer Bahnhöfen und damit auch die Leitung der Unit SBB (APG|SGA Rail) übernehmen. Er wird sich vollständig auf diese strategische Aufgabe fokussieren und aus der Unternehmensleitung ausscheiden. Seine Nachfolge als Leiter des Bereiches «Werbemarkt» und Mitglied der Unternehmensleitung wird Andy Bürki antreten, der am 1. April 2019 neu zur APG|SGA stossen wird.

In den neuen Strukturen, in welchen schnelle Entscheidungswege sowie die Kundenzentrierung und -nähe an weiterhin insgesamt 17 Standorten im Vordergrund stehen, wird 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 Produktmanagement verantwortet, eCommerce- 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» wird ab 1. Juni 2019 Beat Holenstein übernehmen, der bis heute für den Unternehmensbereich «Partner und Produktmanagement» verantwortlich zeichnet.

Christian Gotter, bisher als Leiter Logistik tätig, ist neu 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 wird nicht mehr in der Unternehmensleitung vertreten sein, wird aber personell ausgebaut und ab 1. Juni 2019 direkt dem CEO unterstellt.

Die seit mehreren Monaten laufenden Projektarbeiten werden intensiv weitergeführt, damit auf den 1. Juni 2019 die angestrebten Veränderungen in den Strukturen, Prozessen und Leistungsangeboten sowie die «One Brand»-Strategie eingeführt werden können. Die Mitarbeitenden sowie die Marktpartner werden fortlaufend entsprechend informiert. Die Unternehmensleitung und der Verwaltungsrat sind überzeugt, dass diese umfassenden Massnahmen die führende Marktposition der APG|SGA im analogen und digitalen Out of Home Markt weiter ausbauen und die Kernkompetenzen in den Bereichen Innovation, Digital und Data deutlich stärken werden.

### **Dividende**

Den Aktionärinnen und Aktionären wurden in den letzten Jahren die für das laufende operative Geschäft nicht benötigten liquiden Mittel aus der Vergangenheit mittels Sonderdividenden ausbezahlt. Der Verwaltungsrat ist der Auffassung, dass diese Massnahme wie geplant ebenfalls noch für das Geschäftsjahr 2018 vertreten werden kann. Danach ist der Net-Cash-Bestand auf einem Niveau, welches für die weitere Geschäftstätigkeit notwendig ist.

Der Verwaltungsrat empfiehlt der Generalversammlung, für das Geschäftsjahr 2018 eine ordentliche Dividende von CHF 10 und eine Sonderdividende von CHF 10, insgesamt also eine Bruttodividende von CHF 20 ausbezahlen.

Der Verwaltungsrat plant, für die kommenden zwei Geschäftsjahre (2019 und 2020) jeweils eine Dividendenzahlung in der Grössenordnung von CHF 11 pro Aktie vorzuschlagen. Dies vorbehaltlich der Überprüfung des Geschäftsganges und der weiteren Rahmenbedingungen.

### **Ausblick**

Die Zukunftsperspektiven der Aussenwerbung sind sowohl aus globaler Perspektive als auch für unsere Märkte in der Schweiz und Serbien erfreulich. Im intermediären Wettbewerb gegen die anderen Mediengattungen geht man weltweit davon aus, dass die Out of Home Werbung ihre Marktposition weiter verbessern kann. Dank der Digitalisierung von Werbeflächen sowie neuen Planungs-, Buchungs- und Ausspielmöglichkeiten ist die Aussenwerbung zudem moderner und dynamischer denn je.

Wir verfügen 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, sind wir als zuverlässiger Partner der Werbewirtschaft in der Lage, aus einer Hand wirkungsvolle Zielgruppenansprachen entlang der gesamten Customer Journey Out of Home anzubieten. Mit dem weiteren digitalen Ausbau erwartet APG|SGA zudem, ihre starke Marktstellung im öffentlichen Bewegtbild-Markt behaupten zu können.

Die kommenden 2 bis 3 Jahre werden nach unserer Erwartung geprägt sein von Investitionen und vom Ausbau der Kernkompetenzen in Zusammenhang mit der weiteren Digitalisierung unseres Leistungsportfolios, welches für die APG|SGA attraktive Opportunitäten ermöglichen soll. Eines der zentralen Projekte ist hierbei die Umsetzung des neuen, langjährigen und exklusiven Vermarktungsvertrages mit den SBB ab 2019 für die Werbeflächen in allen Schweizer Bahnhöfen sowie beim Rollmaterial. Aufgrund des intensiven Wettbewerbs bei dieser Ausschreibung für den grössten Aussenwerbevertrag der Schweiz sowie auch bei weiteren öffentlichen Submissionen erhöhen sich die Konzessionsabgaben deutlich. Zudem sind erhebliche Mittel für den Aufbau eines in der Schweiz einzigartigen, innovativen und vorwiegend digitalen neuen Werbeträgerangebotes notwendig, welches über die kommenden 24 Monate aufgebaut wird. Anschliessend rechnen wir nach dem Vermarktungsbeginn der neuen Angebote mit einer deutlichen und nachhaltigen Umsatzsteigerung.

Im Zusammenhang mit der bevorstehenden Umstrukturierung und der zunehmenden Digitalisierung wird APG|SGA in naher Zukunft 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. So ist unter anderem geplant, in verschiedenen Bereichen zehn neue Stellen zu schaffen. Die Veränderung der Geschäftsprozesse und insbesondere die fortschreitende Digitalisierung werden mittelfristig zu einer weiteren Verlagerung von Tätigkeiten führen. So dürften bis Mitte 2020 durch die konsequente Nutzung von Synergien, einheitlichen Prozessen und weiteren Optimierungen rund 20 bis 25 Stellen in den Bereichen Backoffice, Administration, Verwaltung und Logistik abgebaut werden. Diese Reduktion wird mit natürlichen Fluktuationen aufgefangen werden. Die APG|SGA beschäftigt heute in der Schweiz über 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



Die operative Marge wird nach der Erwartung der APG|SGA daher in dieser Aufbauphase zumindest vorübergehend unter den heutigen Werten liegen, bis die Lancierung der neuen Struktur sowie des neuen Gesamtangebotes abgeschlossen sein wird. Verwaltungsrat und Unternehmensleitung sind jedoch überzeugt, dass dieser Transformationsprozess für die Behauptung der Marktstellung und die nachhaltigen Ertragsperspektiven des Unternehmens von zentraler Bedeutung ist.

Wir beurteilen deshalb die mittel- und langfristige Perspektive für die Unternehmensentwicklung der APG|SGA – trotz der mit der Aufbauphase verbundenen Unsicherheit und dem anhaltenden Druck auf die Margen – im operativen Geschäft als positiv.

Wir sind überzeugt, sowohl den Werbekunden wie auch Städten, Gemeinden, Bahnen, Flughafenbetreibern, Verkehrsbetrieben und privaten Grundeigentümern den grössten Mehrwert bieten zu können, heute und auch in Zukunft. Unsere über 550 Fachleute in der Schweiz und in Serbien setzen sich mit grosser Begeisterung, Kompetenz und Zuverlässigkeit für die dynamische, innovative, aber auch nachhaltige Weiterentwicklung der APG|SGA und von Out of Home Media ein.

Der Verwaltungsrat und die Unternehmensleitung danken allen Mitarbeitenden für ihr grosses Engagement und die guten Resultate. Ihnen, sehr geehrte Damen und Herren Aktionäre, danken wir für Ihr Interesse und ihr Vertrauen.



**Dr. Daniel Hofer**  
Präsident des Verwaltungsrates

**Markus Ehrle**  
Chief Executive Officer

## Finanzbericht

### APG|SGA Gruppe

Obwohl die Verkaufserlöse in der Schweiz ganz knapp unter Vorjahr liegen, kann dank der starken Umsatzentwicklung in Serbien ein Zuwachs an Verkaufserlösen auf Gruppenstufe ausgewiesen werden. Die Rentabilität im operativen Geschäft konnte durch vielfältige Optimierungsmassnahmen auf hohem Niveau gehalten werden.

Der Verkaufserlös nahm im Geschäftsjahr 2018 um 0.5% auf CHF 302.1 Mio. zu. Das organische Wachstum in Lokalwährung betrug 0.2%, wobei Währungseinflüsse die Verkaufserlöse positiv mit 0.3% beeinflusst hatten. Während die Verkaufserlöse im Heimmarkt Schweiz um 0.3% abnahmen, konnte im Segment International ein starker Anstieg von 17.9% ausgewiesen werden.

Die Immobilienerträge konnten auf dem Niveau des Vorjahres gehalten werden. Die übrigen Erträge haben im Berichtsjahr um 66.9% abgenommen. Diese Abnahme steht im Zusammenhang mit dem Verkauf von nicht mehr benötigten Sachanlagen.

Der Aufwand für Konzessionen und Kommissionen hat im Berichtsjahr um 3.5% zugenommen. Dank weiteren Prozessoptimierungen konnten die Personalkosten im Geschäftsjahr 2018 um 1.8% reduziert werden. Der Betriebs- und Verwaltungsaufwand hat gegenüber dem Vorjahr um 5.5% abgenommen.

Die Margen konnten trotz höheren Abgaben für Konzessionen und Kommissionen auf hohem Niveau gehalten werden. Im Geschäftsjahr 2018 wurden eine EBITDA-Marge von 23.9% (Vorjahr: 24.5%) und eine EBIT-Marge von 19.5% (Vorjahr: 20.1%) erreicht.

Der Eurokurs hat das Resultat leicht negativ beeinflusst. Trotz des schwierigen Zinsumfeldes ist es gelungen, wie schon in den letzten Jahren, keine Negativzinsen zu bezahlen. Im Geschäftsjahr 2018 wurde ein Nettoergebnis von CHF 47.2 Mio. erzielt, was im Vergleich zum Vorjahr einer Abnahme von 7.0% entspricht.

### Schweiz

Im Heimmarkt Schweiz haben die Verkaufserlöse gegenüber dem Vorjahr um 0.3% auf CHF 287.2 Mio. abgenommen. Nachdem die Umsätze im ersten Halbjahr 2018 mit 1.6% hinter der Vorjahresperiode lagen, konnten dank einer positiven Entwicklung im zweiten Halbjahr das Vorjahres-Niveau beinahe noch erreicht werden. Mit dem digitalen Angebot konnte ein zweistelliges Erlös-Wachstum erzielt werden. Auch «aymo», eine Neuentwicklung von APG|SGA Interaction, hatte einen äusserst erfolgreichen Start und ist eine vielversprechende Ergänzung zu unserem Werbeangebot.

### International

Alma Quattro, unsere Tochtergesellschaft in Serbien, hatte ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2018. In Serbien haben sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen weiter verbessert. Die Verkaufserlöse sind im Berichtsjahr in Lokalwährung um 10.6% angestiegen. Durch den positiven Währungseinfluss ergab sich gar ein Wachstum von 17.9% gegenüber dem Vorjahr und die Verkaufserlöse belaufen sich auf CHF 14.9 Mio. Die Margenerhöhung ist durch Skaleneffekte und Prozessoptimierungen zu begründen.

**Cash flow**

Der Cash flow im Geschäftsjahr 2018 beläuft sich auf CHF 58.8 Mio. Dies entspricht einer Abnahme von 2.4% gegenüber dem Vorjahr. Der Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit beträgt CHF 49.4 Mio. Nach Investitionen in Sachanlagen von CHF 7.0 Mio., dem Erwerb von immateriellen Anlagen von CHF 1.1 Mio. und Finanzanlagen von CHF 0.4 Mio. sowie Erlösen aus dem Verkauf von Sachanlagen von CHF 0.8 Mio. resultiert ein Free Cash flow von CHF 41.6 Mio. Dies entspricht einer Zunahme von 10.8% gegenüber dem Vorjahr.

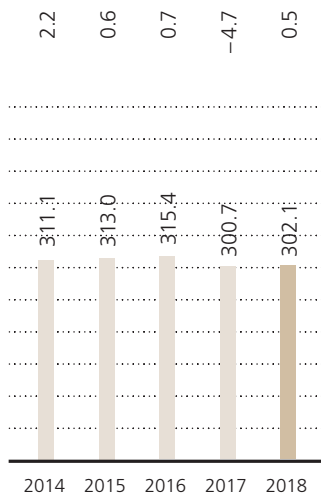
**Bilanz**

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber dem Bilanzstichtag vom Vorjahr um 14.9% auf CHF 201.7 Mio. verringert. Diese Reduktion ist vor allem durch die Abnahme von flüssigen Mitteln zu begründen. Die Net-Cash-Position beläuft sich per Ende des Geschäftsjahres 2018 auf CHF 60.1 Mio. Dies entspricht einer Abnahme gegenüber dem Jahresende 2017 von CHF 30.4 Mio. Die Abnahme ist vor allem auf die Dividendenzahlung zurückzuführen. Die immateriellen Anlagen belaufen sich auf 11.4% der Bilanzsumme.

**Verkaufserlös**

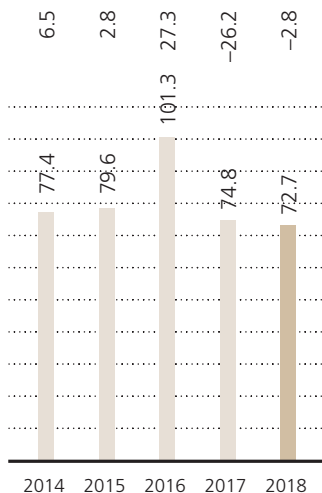
Mio. CHF

Veränderung gegenüber Vorjahr in %



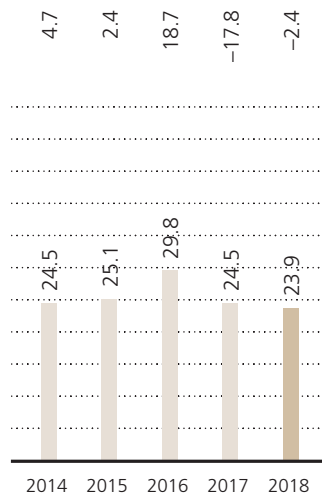
**EBITDA**

Mio. CHF



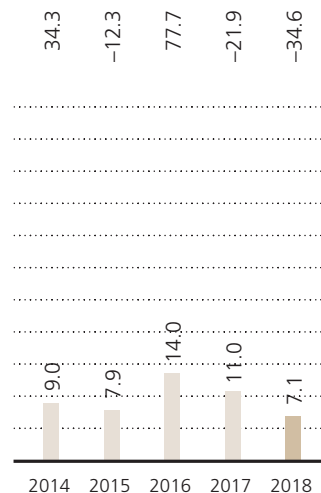
**EBITDA-Marge**

Prozentanteil am Betriebsertrag



**Investitionen in Sachanlagen**

Mio. CHF



## Die wichtigsten Kennzahlen

### 5-Jahres-Vergleich APG|SGA Gruppe

		2018	2017	2016	2015	2014
<b>Bilanz</b>						
Gebäude und Grundstücke	Mio. CHF	<b>33.9</b>	35.1	36.8	41.6	44.2
Werbeträger	Mio. CHF	<b>21.5</b>	23.3	21.4	18.2	18.6
Umlaufvermögen	Mio. CHF	<b>109.6</b>	141.0	181.3	188.7	201.2
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF	<b>28.6</b>	25.0	25.4	21.7	24.4
Nettoliquidität	Mio. CHF	<b>60.1</b>	90.5	126.8	139.0	147.9
Eigenkapital	Mio. CHF	<b>96.2</b>	120.3	141.8	140.4	152.1
Bilanzsumme	Mio. CHF	<b>201.7</b>	237.1	273.7	269.0	286.9
– Veränderung gegenüber Vorjahr		<b>–14.9%</b>	–13.4%	1.8%	–6.2%	9.6%
<b>Erfolgsrechnung</b>						
Verkaufserlös	Mio. CHF	<b>302.1</b>	300.7	315.4	313.0	311.1
– Schweiz	Mio. CHF	<b>287.2</b>	288.1	303.4	302.3	298.4
– International	Mio. CHF	<b>14.9</b>	12.6	11.9	10.7	12.7
Betriebsertrag (BE)	Mio. CHF	<b>304.6</b>	304.8	339.8	316.7	316.3
Konzessionen und Kommissionen	Mio. CHF	<b>139.4</b>	134.6	141.9	140.4	139.7
	in % BE	<b>45.8%</b>	44.2%	41.8%	44.3%	44.2%
Personalkosten	Mio. CHF	<b>61.4</b>	62.4	65.3	65.7	66.5
	in % BE	<b>20.1%</b>	20.5%	19.2%	20.8%	21.0%
Abschreibungen Sachanlagen	Mio. CHF	<b>10.8</b>	11.0	10.0	9.2	9.1
	in % BE	<b>3.5%</b>	3.6%	2.9%	2.9%	2.9%
Abschreibungen immaterielle Vermögenswerte	Mio. CHF	<b>2.4</b>	2.4	2.5	2.2	2.1
	in % BE	<b>0.8%</b>	0.8%	0.7%	0.7%	0.7%
EBITDA	Mio. CHF	<b>72.7</b>	74.8	101.3	79.6	77.4
Betriebsergebnis (EBIT)	Mio. CHF	<b>59.5</b>	61.3	88.8	68.1	66.3
Nettoergebnis	Mio. CHF	<b>47.2</b>	50.7	70.5	53.3	51.7
<b>Geldflussrechnung</b>						
Cash flow	Mio. CHF	<b>58.8</b>	60.2	59.3	61.9	60.7
Free Cash flow	Mio. CHF	<b>41.6</b>	37.6	56.6	55.6	64.8
<b>Ertragslage</b>						
EBITDA-Marge	in % BE	<b>23.9%</b>	24.5%	29.8%	25.1%	24.5%
Betriebsergebnis (EBIT-Marge)	in % BE	<b>19.5%</b>	20.1%	26.1%	21.5%	21.0%
Nettoergebnis	in % BE	<b>15.5%</b>	16.6%	20.8%	16.8%	16.3%
Cash flow	in % BE	<b>19.3%</b>	19.8%	17.5%	19.6%	19.2%
ROIC		<b>180.6%</b>	273.9%	1 083.0%	2 402.2%	1 129.4%
ROE		<b>43.6%</b>	38.7%	50.0%	36.4%	37.5%
<b>Investitionen</b>						
Werbeträger	Mio. CHF	<b>5.2</b>	8.1	7.7	5.3	6.1
Übrige Sachinvestitionen	Mio. CHF	<b>1.8</b>	2.8	6.4	2.6	2.9
Immaterielle Anlagen und Finanzanlagen	Mio. CHF	<b>2.8</b>	4.9	19.4	0.6	–1.2
<b>Mitarbeitende</b>						
		<b>500</b>	519	554	570	580

Begriffserklärungen Finanzen siehe Seite 52

## Entwicklung der Aktie

		2018	2017	2016	2015	2014
<b>Kennzahlen pro Titel</b>						
Betriebsergebnis (EBIT)	CHF	<b>19.86</b>	20.46	29.62	22.73	22.22
Cash flow	CHF	<b>19.62</b>	20.08	19.78	20.66	20.34
Nettoergebnis	CHF	<b>15.74</b>	16.92	23.51	17.78	17.34
Eigenkapital Aktionäre APG SGA AG	CHF	<b>32.11</b>	40.13	47.27	46.85	50.98
Ausschüttung	CHF	<b>20.00<sup>2</sup></b>	24.00	24.00	23.00	22.00
Payout ratio <sup>1</sup>		<b>127.1%</b>	142.0%	102.1%	129.5%	127.6%
<b>Kursbezogene Daten</b>						
Börsenkurs höchst/tiefst <sup>3</sup>	CHF	<b>465.0/303.3</b>	510.0/384.75	453.75/375.0	411.75/309.0	305.0/238.4
Börsenkurs am Jahresende	CHF	<b>330.0</b>	455.25	447.0	386.75	290.0
Ausschüttungsrendite <sup>4</sup>		<b>6.1%<sup>2</sup></b>	5.3%	5.4%	5.9%	7.6%
Börsenkapitalisierung <sup>4</sup>	Mio. CHF	<b>990.0</b>	1 365.8	1 341.0	1 160.3	870.0
– im Verhältnis zum Eigenkapital		<b>10.3</b>	11.4	9.5	8.3	5.7
– im Verhältnis zum Betriebsertrag		<b>3.3</b>	4.5	3.9	3.7	2.8
P/E ratio <sup>3</sup>		<b>21.0</b>	26.9	19.0	21.8	16.7

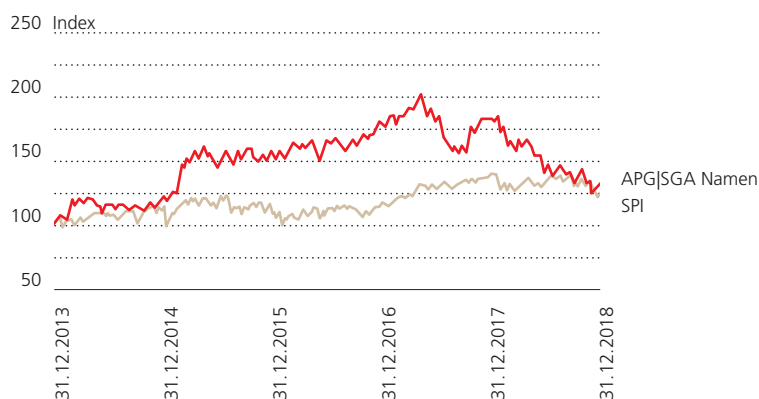
<sup>1</sup> Ausschüttung auf eigene Aktien inbegriffen

<sup>2</sup> Antrag an die Generalversammlung

<sup>3</sup> Quelle: UBS AG

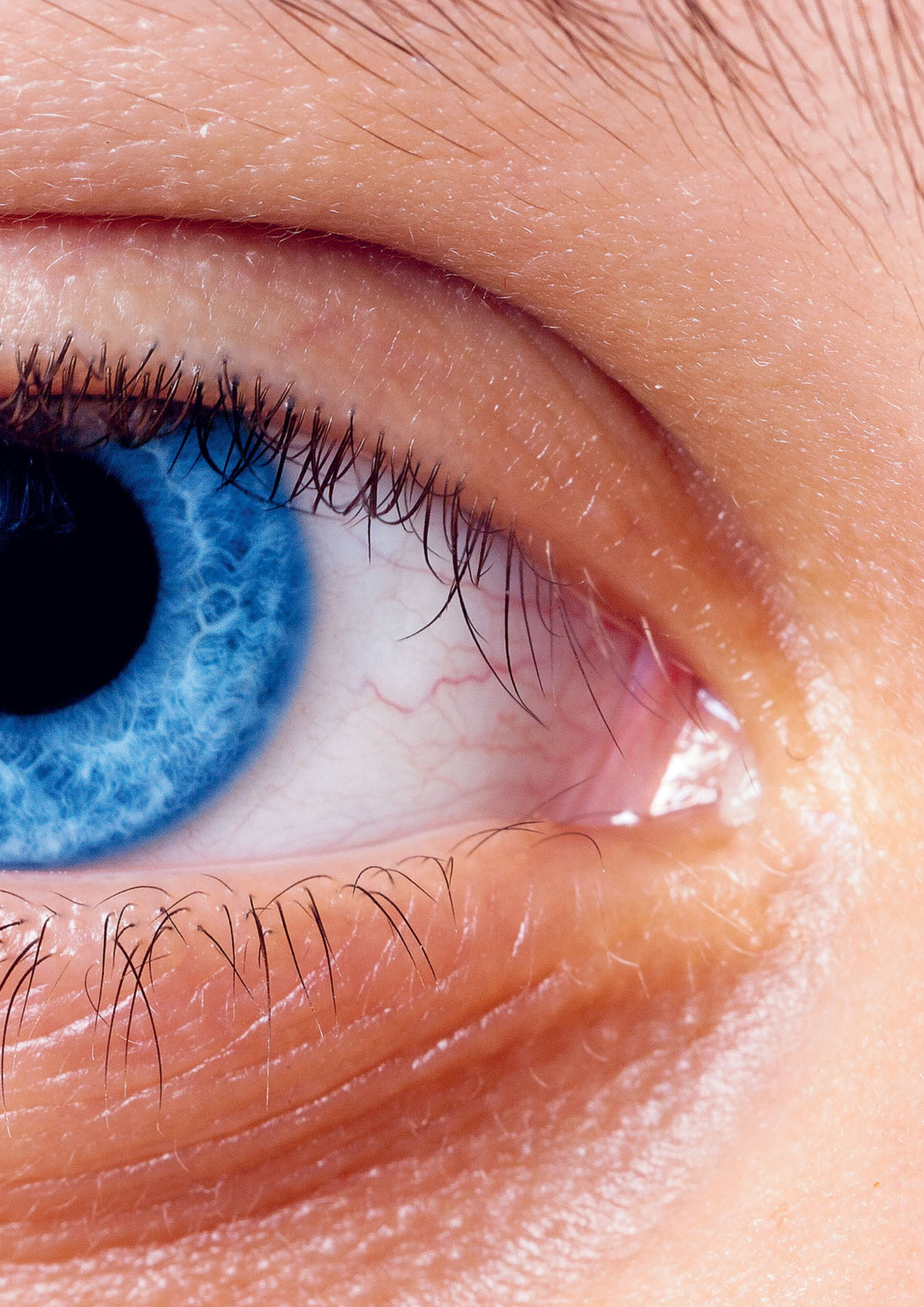
<sup>4</sup> Basis Börsenkurs per 31.12.

### Kursentwicklung seit dem 31. Dezember 2013



Quelle: SIX Swiss Exchange AG





APG|SGA

## Geschäftsentwicklung Schweiz

### Hohe Attraktivität von Out of Home Media

Aussenwerbung, in all ihren attraktiven Facetten und Ausprägungen, gibt den Menschen, die sich im öffentlichen Raum bewegen, mannigfaltige Hilfestellung, um im Dschungel der Informationsdichte die gesuchten Angebote zu finden und Neues zu entdecken. Sei es in den Strassen, öffentlichen Verkehrsmitteln, in den Bergen, in Bahnhöfen oder auch in Shoppingcentern.

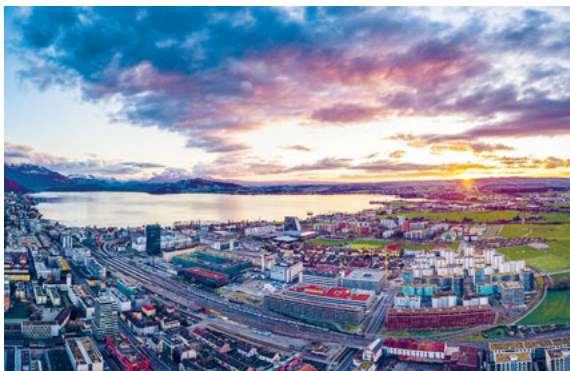
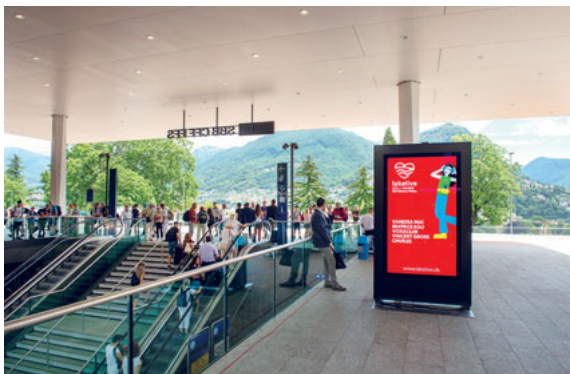
Kein Medium verfügt heute über eine so breit abgestützte Akzeptanz in der Bevölkerung wie die Aussenwerbung. Dies sowohl für die rein klassische kommerzielle Werbung wie auch für politische Wahl- und Abstimmungskampagnenführung und für taktische Abverkaufswerbung in unmittelbarer Nähe des Verkaufspunktes.

### Aktive Marktbearbeitung

Unsere mehr als 130 Verkaufsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter konnten im Berichtsjahr in mehr als 70 000 Verkaufsgesprächen, an vielen Events, Seminaren und Fachvorträgen auf die Vorzüge der Aussenwerbung hinweisen und bei bestehenden und neu gewonnenen Kunden entsprechend erfolgreiche Abschlüsse tätigen.

Mit wirkungsvollen Kundenpräsentationen und entsprechenden Argumentarien aus dem Bereich des «KAM Business Intelligence (KAM BI)» konnten neue Märkte entwickelt und entsprechend neue nationale und lokale Kunden gewonnen werden.

Die Werbeauftraggeber, die notabene ihre Netto-Werbependings eher gekürzt haben, lassen sich dank gezielter Nutzendarstellung von der Stärke der Aussenwerbung überzeugen. So hat sich die grösste Telekom-Anbieterin in der Schweiz im Herbst 2018 entschieden, ihre Werbeausgaben vermehrt auf die Aussenwerbung zu konzentrieren und von deren ausserordentlichen Möglichkeiten der kreativen Gestaltung, der geografisch präzisen Aussteuerung sowie der daraus resultierenden hohen Visibilität und Reichweite zu profitieren.



Oben – Attraktive «Rail ePanel» tragen massgeblich zum neuen Erscheinungsbild des frisch modernisierten Bahnhof Lugano bei.

Unten – Neben den Städten Freiburg und Thun setzt auch die Stadt Zug in den kommenden Jahren für die Bewirtschaftung und den Unterhalt ihrer Plakatstellen auf die APG|SGA.



Oben – Elegant in die lokalen Gegebenheiten integriert ziehen die neuen «City ePanel» in der Stadt Basel die Aufmerksamkeit der Passanten auf sich und finden bei Werbetreibenden grossen Anklang.

Unten – Die Mall of Switzerland in Ebikon gehört mit ihren «Shopping ePanel» neu zu den schweizweit 27 Shoppingcentern, in denen die APG|SGA auf insgesamt 185 Screens Werbeplätze für animierte Spots anbietet.



Mitten im Pendlerstrom des zweitgrössten Bahnhofs der Schweiz, in Bern, können Werbetreibende ihre Botschaften jetzt Millionen von Reisenden auf eindrücklichen 28 Screens des «Rail ePanel AdWalk» präsentieren.



### Kreativität zahlt sich aus. Ausbildung auch.

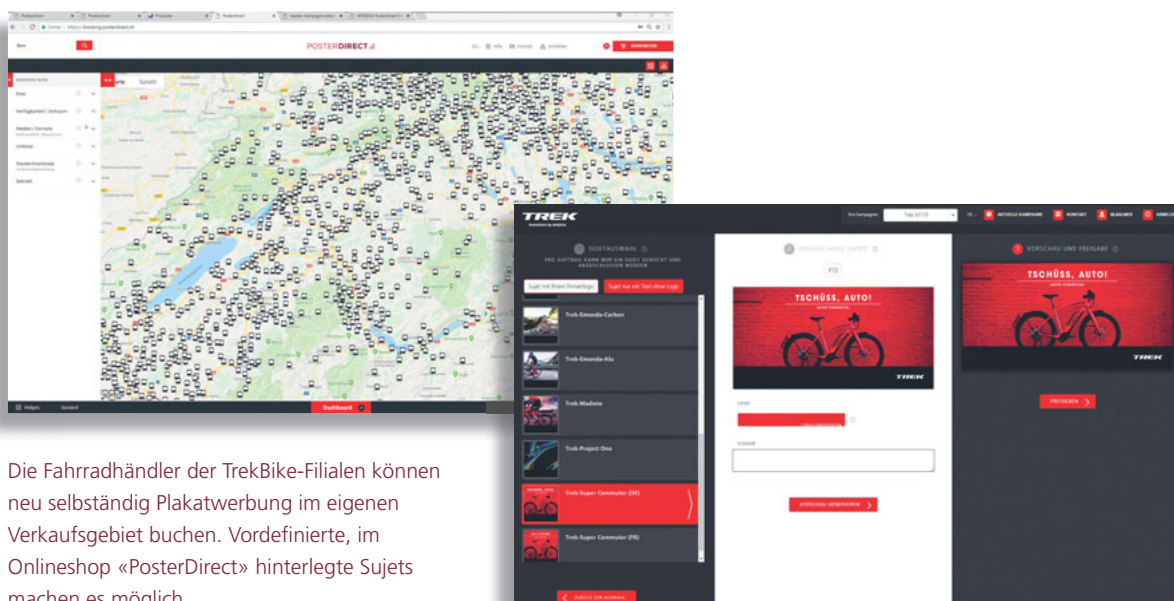
In diesem Jahr durften wir auf unserer «Innovate!»-Plattform den 100. Fall einer ausserordentlichen und verblüffenden Out of Home Umsetzung feiern. Der anlässlich dieses Jubiläums durchgeführte Wettbewerb stiess auf ein sehr grosses Echo und zeigte auf diese sympathische Art und Weise auf, wie vielfältig, überraschend und einzigartig Aussenwerbung umgesetzt werden kann.

Nebst dieser informativen Plattform waren wir auch in diesem Jahr an vielen Abenden bei zahlreichen Weiterbildungsinstituten (z.B. SAWI) in verschiedenen Fachausbildungen für zukünftige Werbe- und Marketingfachleute präsent. Die Vorteile der Aussenwerbung im intermedialen Wettbewerb darzustellen, die jungen Fachkräfte für unser Medium zu begeistern und ihnen das Basisrüstzeug für effiziente Out of Home Planungen weiterzugeben, war Ziel unserer Ausbildungsengagements. Darüber hinaus begrüsst wir – zum wiederholten Male – die Studierenden der Höheren Fachschule für Tourismus bei uns. Sie wollten sich ebenso vertieft über die Aussenwerbung informieren wie auch die Teilnehmer des BootCamps der Leading Swiss Agencies, LSA, die gar eine ganze Woche bei der APG|SGA zu Gast waren.

### Aussenwerbung noch einfacher buchbar

Die erfreuliche Entwicklung unserer Online-Plattform «PosterDirect» zeigt sowohl mit der Anzahl Kampagnen wie auch mit der Zunahme des Umsatzes, dass dank Vereinfachung scheinbarer Komplexität auch kleinere KMU zu treuen und begeisterten Kunden der Aussenwerbung und der APG|SGA werden. Der Ausbau der Plattform ist weiter vorangeschritten mit dem Ziel, einen Grossteil unseres Angebots auf diesem Buchungstool plan- und buchbar zu machen. Eine wichtige, neue Komponente stellte dabei die Integration der Innenformate von rund 129 Verkehrsbetrieben mit über 65 000 Werbeflächen dar. Mit wenigen Clicks können Kampagnen nun auch im ÖV geplant und gebucht werden. Die integrierten Streckenpläne aller Fahrzeuge geben zudem Auskunft, an welchen Haltestellen oder Gemeinden das entsprechende Tram oder der gefragte Bus hält, sodass die anvisierte Zielgruppe noch besser in der Planung berücksichtigt werden kann.

Mit dem Fahrradhändler TrekBike konnten wir einen ersten Schweizer Filialbetrieb mit «PosterDirect» verbinden und seinen Händlern die Buchung vordefinierter Plakatsujets integral ermöglichen. Das Verkaufsgebiet eines jeden Händlers wurde in «PosterDirect» abgebildet, die von TrekBike vorgegebenen Sujets CI-konform hinterlegt, sodass der Händler nur noch seine Flächen online aussuchen und direkt buchen kann. Egal an welchem Tag oder zu welcher Uhrzeit er dies tut: stets sind alle Schritte online in einem geschützten Bereich einseh- und kontrollierbar.



Die Fahrradhändler der TrekBike-Filialen können neu selbständig Plakatwerbung im eigenen Verkaufsgebiet buchen. Vordefinierte, im Onlineshop «PosterDirect» hinterlegte Sujets machen es möglich.

### Ausbau und Optimierung der Angebotspalette

Mit zusätzlichen digitalen Flächen sowie einem optimierten analogen Angebot hat die APG|SGA ihre Produktpalette 2018 nicht nur vergrössert, sondern auch verfeinert. Der Kunde und seine Bedürfnisse stehen im Vordergrund. Sei es, wenn mit geklebten Plakaten – dem letzten echten Massenmedium – hohe Reichweiten gefragt sind, sei es, wenn relevante Werbebotschaften zielgenau auf entsprechenden Smartphones ausgestrahlt werden sollen. Ebenso ermöglicht die APG|SGA auf dem grössten digitalen Netz der Schweiz präsent zu sein: Das neu entwickelte Produkt «All Star ePanel CH» bildet mit einer Wochenfrequenz von über 16 Millionen Passanten und rund 420 «ePanel» das national frequenzstärkste, zusammenhängende Digital Out of Home Netz. Im Trend sind auch Spezialformate und innovative Umsetzungen. Mastenwerbung an Sesselliften erfreut sich grosser Beliebtheit bei Werbekunden und vermag Skifahrer mit kreativen Umsetzungen zu unterhalten. Grossflächige «MegaPoster» sind nach wie vor unübersehbare eye catcher, die, vermehrt mit modernster Technologie hinterleuchtet, die Visibilität zusätzlich erhöhen. Und selbst wenn die Welt und auch die Aussenwerbung immer digitaler werden – APG|SGA Promotion, Marktführerin von Promotionen, Sampling- und Fundraising-Aktionen sowie Pop-up Stores, bietet alles aus einer Hand an und zeigt damit eindrücklich, dass sich die digitale und analoge Welt ideal ergänzen.



In den neu ausgerüsteten Fahrzeugen von BERNMOBIL werden Reisende mit einem attraktiven Fahrgastprogramm auf Bildschirmen unterhalten. Werbetreibenden wird damit ein interessantes Umfeld geboten, das grosse Aufmerksamkeit verspricht.

### Erfolge in Ausschreibungen

Im Rahmen einer öffentlichen Ausschreibung hat sich die APG|SGA in der Stadt Freiburg durchgesetzt und sich die Vermarktung sämtlicher 450 Flächen für die nächsten zehn Jahre gesichert. Die Installation von digitalen Werbeträgern an absoluten Top-Citylagen ist zudem in Planung. Die Stadt Thun hat der APG|SGA im Rahmen eines öffentlichen Ausschreibungsverfahrens das Vertrauen für weitere fünf Jahre per 2019 ausgesprochen. Die rund 330 Plakatstellen auf öffentlichem Grund werden somit auch in Zukunft von APG|SGA unterhalten und bewirtschaftet. Im Dezember 2018 hat auch die Stadt Zug das exklusive Recht für die Vermarktung von rund 200 analogen Plakatwerbbestellen der APG|SGA zugesprochen. Neben den finanziellen Kriterien hat APG|SGA auch hinsichtlich Marktbearbeitungskonzept und Referenzen überzeugt.

Wichtige Skidestinationen haben zudem ihre Werbeverträge mit APG|SGA Mountain verlängert. Dazu gehören mit Crans Montana, Engadin St. Moritz oder Leysin-Les Mosses auch gewichtige Standorte.

Im November 2017 hatte die APG|SGA den Zuschlag für sämtliche Lose betreffend die gesamte analoge und digitale Fremdwerbung an allen Bahnhöfen der Schweiz sowie neu auch die exklusive Vermarktung der Innen- und Aussenwerbung von Zügen erhalten. Ein unterlegener Mitbewerber hat diesen Entscheid angefochten und gegen die SBB rekuriert. Der Zwischenentscheid des Bundesverwaltungsgerichts vom Mai 2018 hat der APG|SGA erlaubt, mit den SBB Verträge abzuschliessen, die Zusammenarbeit fortzusetzen und die Digitalisierung der Bahnhöfe voranzutreiben. Dazu gehören auch neue Informationsplattformen für die digitale Kundenführung der Fahrgäste. Die ersten Umsetzungen, welche einen Meilenstein in der digitalen Aussenwerbung setzen werden, sind im 2019 geplant. Ab 1. Januar 2019 vermarktet APG|SGA Traffic zudem neu alle Innen- und Aussenwerbformate der SBB-Züge.

In einem weiteren Rechtsfall, der Vergabe der Plakatierungskonzession in der Stadt Genf an einen Konkurrenten, ist das abschliessende Urteil noch hängig.

Oben – Ob einfache Sampling-Aktionen oder mehrtägige Promotionen mit eigens aufbautem Inszenierungsraum mitten im Zürcher Hauptbahnhof – die analoge Welt mit direktem, persönlichem Kontakt ergänzt die digitale ideal.

Unten – Die speziellen Werbemöglichkeiten auf Masten von Sesselbahnen stellen nur eine von vielen neuen Möglichkeiten für ungewöhnliche Markenauftritte in den Bergen dar.



Die zahlreichen, neu installierten «Rail ePanel» sowie ein 9 m<sup>2</sup> grosses «Rail eBoard» im frisch umgebauten, grössten Bahnhof der Ostschweiz, in St. Gallen, stellen einen weiteren Meilenstein der Digitalisierung der Bahnhöfe der SBB dar.



### Digitalisierung von Werbeflächen schreitet voran

Anfang Januar hat die APG|SGA in Basel das grösste «City ePanel»-Netz der Schweiz erfolgreich in Betrieb genommen. Durch flexible Buchungsmöglichkeiten können animierte Spots tageweise oder auch abgestimmt auf die Tageszeit in den Strassen von Basel ausgestrahlt werden – dies auf insgesamt 31 Screens an hochfrequentierten Standorten.

Der schweizweit einmalige «Rail ePanel AdWalk» in Bern wurde im September 2018 eingeführt. Zwei Netze à 14 Screens, welche hintereinander in einer Reihe platziert sind, ziehen die Blicke der wöchentlich über 2 Millionen Pendlerinnen und Pendler im zweitgrössten Bahnhof der Schweiz auf sich. Und im modernisierten Bahnhof Lugano sowie dem grössten Bahnhof der Ostschweiz in St. Gallen wurden zahlreiche «Rail ePanel» sowie ein 9 m<sup>2</sup> grosses «Rail eBoard» installiert.

Im Centro Shopping Serfontana hat die APG|SGA die ersten «Shopping ePanel» im Tessin in Betrieb genommen. Schweizweit unterhält die APG|SGA somit in insgesamt 27 Shoppingcentern 185 digitale Werbeträger.

Die Ausrüstung der Fahrzeuge von BERNMOBIL mit insgesamt 565 digitalen Bildschirmen schreitet zügig voran – Anfang 2019 sind rund 70% der Fahrzeugflotte ausgerüstet. Auf den Screens wird, neben der Werbung, ein unterhaltsames Fahrgastprogramm ausgestrahlt. Zudem wurde – als Premiere – testweise ein erster digitalisierter Hängkarton sowie ein im Fahrgastfenster integrierter Bildschirm in Betrieb genommen.

Die Digitalisierung hält auch in den Schweizer Bergen Einzug. In Zermatt kann neu, neben den bestehenden «Mountain ePanel», auch Werbung in Form von animierten Spots auf den Screens des vernetzten, visuellen Informationssystem im gesamten Skigebiet angezeigt werden.



### «aymo» setzt neue Massstäbe im Mobile-Advertising-Markt

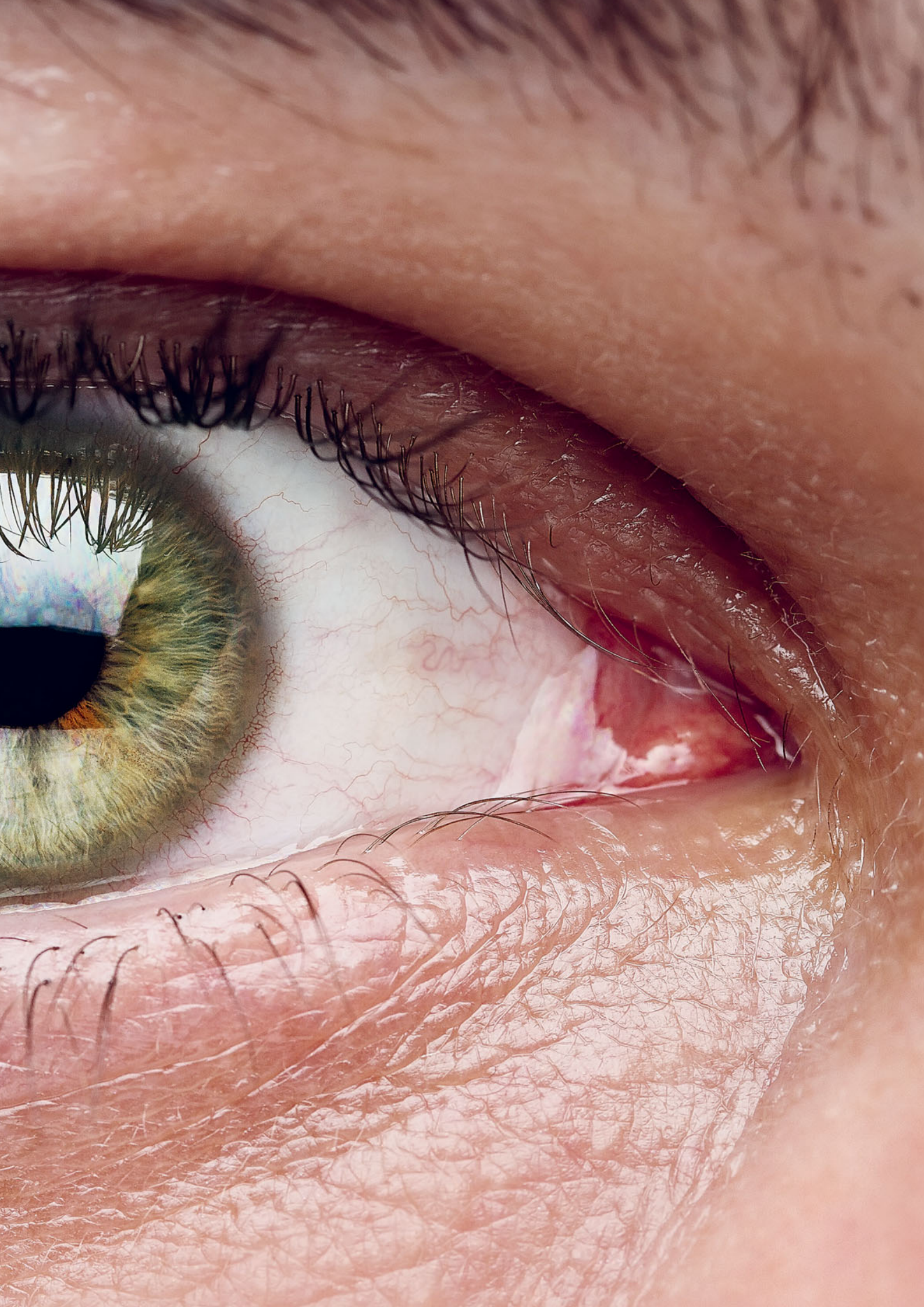
APG|SGA Interaction hat am 26. Februar 2018 äusserst erfolgreich das Angebot «aymo mobile targeting» lanciert und damit ihre Kompetenz im Mobile-Advertising-Markt Schweiz eindrücklich demonstriert. Mit «aymo» wurde eine schweizweit einzigartige Targeting-Technologie inhouse entwickelt, die in der Genauigkeit von Location Based Targeting neue Massstäbe setzt. Damit können Werbebotschaften mit hoher Relevanz für den Konsumenten zielgenau in Apps auf Smartphones ausgespielt werden. Der Name «aymo» steht für «aim» und «mobile» und stellt in der kreativen Wortverbindung die Zielgenauigkeit der neuen Mobile-Produkte dar, die auch unabhängig von analoger und digitaler Plakatwerbung buchbar sind. Die Produkte «aymo LiveTarget» (Echtzeit-Targeting) und «aymo ReTarget» (standortbasiertes Re-Targeting) stützen sich auf eine direkte Datenanbindung zu über 17 hochwertigen, reichweitenstarken Schweizer Mobile-Apps, welche täglich über 3,8 Millionen Standort-Datenpunkte generieren. «aymo» ist – gerade auch im lokalen, regionalen Markt – ein attraktiver Türöffner und vermag in Kombination mit analoger oder digitaler Aussenwerbung bei den Kunden zu punkten und messbare Interaktionen zu generieren. Mehr als 300 umgesetzte Kampagnen von über 200 Kunden zeugen von der Akzeptanz und Qualität dieses Angebotes.

APG|SGA Interaction testet Blockchain-Anwendungen im Smartcity-Bereich. Um zukunftsweisende und datengetriebene Businessmodelle zu testen, nimmt die APG|SGA an einem Proof of Concept des Blockchain-Start-ups IOTA teil. Dabei werden im Internet of Things (IoT) Daten aus dem öffentlichen Raum auf einem Datenmarktplatz zur Verfügung gestellt. Dazu wurden in der gesamten Schweiz zehn Sensoren an Werbeträgern der APG|SGA installiert, um die Werte Temperatur, CO<sub>2</sub>, Luftfeuchtigkeit und Luftdruck messen zu können. Die Sensoren sind über das LoRa-Netzwerk der Swisscom mit dem Internet verbunden und liefern regelmässig Daten an den APG|SGA-Server. Ziel ist, diese Daten interessierten Forschungseinrichtungen, Städten oder Gemeinden zur Verfügung zu stellen. Langfristig sollen diese Sensordaten kommerzialisiert werden. Bei einem erfolgreichen Test will die APG|SGA Interaction das Netz an Sensoren weiter ausbauen und Städte und Gemeinden als Technologie-Partner im Bereich Smartcity unterstützen.

Eindrücklich bei den Werbetreibenden angekommen – die einzigartige Mobile-Targeting-Technologie von der APG|SGA. Die zielgenauen Werbeausspielungen in Apps auf Smartphones verlängern die Reichweite von Plakatbotschaften in die Taschen von Passanten.



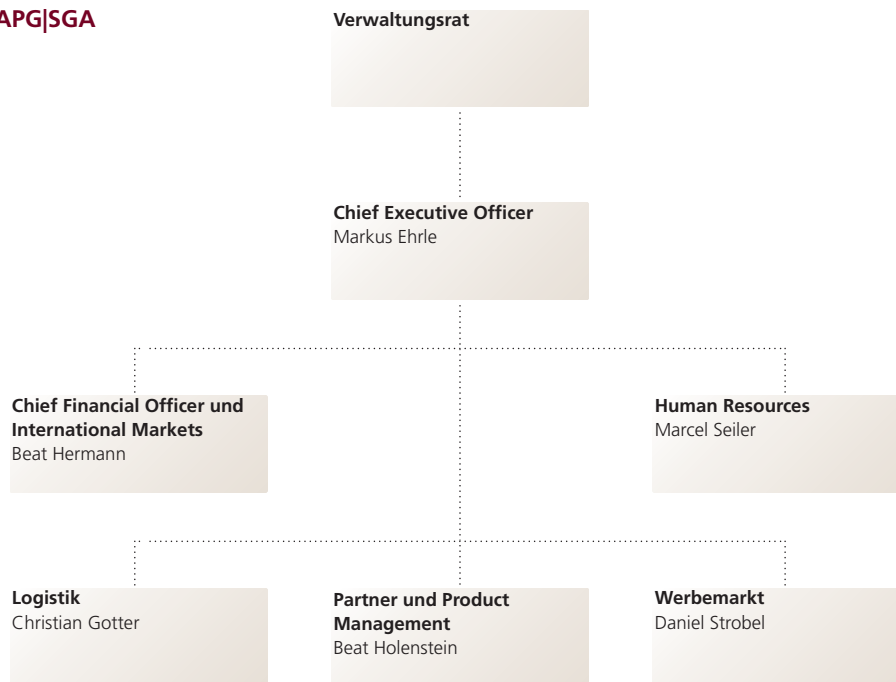




## Corporate Governance

### Operative Struktur APG|SGA

Stand 31.12.2018



### 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](http://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 31.12.2018: CHF 990 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 26 des Financial Report.

#### Kreuzbeteiligungen

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

## Bedeutende Aktionäre<sup>1</sup>

	Aktien gestützt auf Meldungen per 31.12.2018	in %	Aktien gestützt auf Meldungen per 31.12.2017	in %
JCDecaux SA, Neuilly-sur-Seine (F) <sup>2</sup>	900 000	30.00 <sup>3,4</sup>	900 000	30.00 <sup>3,4</sup>
Pargesa Asset Management (Netherlands) N.V., Rotterdam (NL)	758 888	25.30 <sup>4</sup>	758 888	25.30 <sup>4</sup>
Pictet Asset Management SA, Genf (CH)	179 486	5.98 <sup>4</sup>	172 022	5.73 <sup>4</sup>
Polymedia Holding AG, Markus und Andreas Scheidegger, Bern (CH)	97 657	3.26 <sup>4</sup>	93 613	3.12 <sup>4</sup>
APG SGA AG, Genf (CH) (Aktien)	2 071	0.07 <sup>4,5</sup>	5 532	0.18 <sup>4,5</sup>
APG SGA AG, Genf (CH) (bedingte Kaufoption)	147 000	4.90 <sup>3,5</sup>	147 000	4.90 <sup>3,5</sup>

<sup>1</sup> Beteiligung von 3% oder mehr, in Form von Aktien und/oder Erwerbs- oder Veräusserungsrechten bezüglich Aktien. Die Angaben stützen sich auf die von den Aktionären in Anwendung von Art. 20 BEHG per 31.12.2018 gemachten Meldungen, unter Vorbehalt abweichender Angaben.

Unter <https://www.six-exchange-regulation.com/de/home/publications/significant-shareholders.html> befinden sich sämtliche veröffentlichten Meldungen.

<sup>2</sup> 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-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

<sup>3</sup> 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 31).

<sup>4</sup> Anzahl Aktien gemäss Aktienregister per 31.12.2018 bzw. 31.12.2017

<sup>5</sup> Ohne Stimmrecht eingetragen

## Kapitalstruktur

### Ordentliches, genehmigtes und bedingtes Kapital

Das Aktienkapital der APG|SGA AG per 31.12.2018 beträgt CHF 7 800 000, ist voll liberiert und eingeteilt in 3 000 000 Namenaktien mit einem Nennwert von je CHF 2.60. Per 31.12.2018 verfügt die APG|SGA AG weder über genehmigtes noch bedingtes Kapital.

Per 31.12.2018 betrug das Eigenkapital CHF 96.2 Mio. (Vorjahr CHF 120.3 Mio.). Details zu den Veränderungen des Eigenkapitals sind den jeweiligen Geschäftsberichten zu entnehmen: für die Jahre 2018/2017 auf Seite 52 dieses Berichts, für die Jahre 2017/2016 auf Seite 72 des Berichts 2017.

### 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.



Daniel Hofer



Robert Schmidli

## Verwaltungsrat

### Mitglieder, Tätigkeiten und Interessenbindungen

Der Verwaltungsrat der APG|SGA AG zählt fünf Mitglieder.

Name	Mitglied seit	Mandatsablauf
<b>Dr. Daniel Hofer</b> , Präsident	2014	2019
<b>Robert Schmidli</b> , Vizepräsident	2011	2019
<b>Xavier Le Clef</b>	2015	2019
<b>Stéphane Prigent</b>	2015	2019
<b>Markus Scheidegger</b>	2000	2019
Austritte		
–		
Generalsekretariat		
<b>Christelle Heimberg</b>		

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 informieren. 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.

#### **Dr. Daniel Hofer** (1963)

Präsident, nicht-exekutives Mitglied.

Schweizer Staatsbürger, Master of Business Administration (University of Rochester, New York/USA) und Doctorate of Business Administration (University of South Australia, Adelaide/AUS). Mitglied des Group Executive Board der JCDecaux Gruppe, Paris (F) und CEO für die Region Deutschland, Österreich, Zentral- und Osteuropa sowie Zentralasien mit Niederlassungen in 14 Ländern. Von 2010 bis 2014 CEO der APG|SGA AG. Von 2006 bis 2010 Mitglied der Unternehmensleitung der NZZ Mediengruppe und Verlagsdirektor der NZZ AG. Von 2002 bis 2005 CEO der internationalen Division und Mitglied der Konzernleitung der PubliGroupe SA. Zuvor langjährige Führungstätigkeit im Bereich Medienvermarktung in der Schweiz. Präsident, Vizepräsident oder Mitglied des Verwaltungsrates verschiedener Gesellschaften oder Beteiligungen der JCDecaux Gruppe. Von 2008 bis 2012 Präsident der IAA International Advertising Association, Swiss Chapter. Präsident des Verbandes AWS Aussenwerbung Schweiz von 2011 bis 2018. Vizepräsident des internationalen Branchenverbandes FEPE International von 2011 bis 2014 und Vorstandsmitglied ab 2018. Ehemaliges Mitglied des Vorstandes von KS/CS Kommunikation Schweiz.

#### **Robert Schmidli** (1950)

Vizepräsident, nicht-exekutives Mitglied.

Schweizer Staatsbürger, eidgenössisch diplomierter Betriebsökonom 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 SA. Mitglied des Familienbeirates der Unternehmerfamilie Oschmann (Müller Medien, Nürnberg/D) und Mitglied des Verwaltungsrates der Aertzeverlag medinfo AG, Erlenbach.

#### **Xavier Le Clef** (1976)

Nicht-exekutives Mitglied.

Belgischer Staatsbürger, Master in Business Economics der Solvay Brussels School of Economics and Management und Master of Business Administration der Vlerick Business School in Belgien. Weiterbildung mit Schwerpunkt Finanzen am Institut Européen d'Administration des Affaires INSEAD (F). Beginn der Karriere bei Arthur D. Little (2000–2006) als Manager in Belgien, Frank-



**Xavier Le Clef**

reich und Deutschland. 2006 Eintritt als Investment Manager in die Compagnie Nationale à Portefeuille (CNP), Loverval (B). 2011 gewählt in den Verwaltungsrat der CNP, seit 2015 CEO von CNP und seit Anfang 2018 Co-CEO von Frère-Bourgeois. Präsident oder Mitglied des Verwaltungsrates verschiedener börsenkotierter und nicht kotierter Beteiligungen der Groupe Frère-Bourgeois.

**Stéphane Prigent** (1961)

Nicht-exekutives Mitglied.

Französischer Staatsbürger, Diplomabschluss an der École des hautes études commerciales, HEC, Paris (F). Eintritt bei JCDecaux SA, Paris (F) 1994 als Controlling Director France, ab 2002 Corporate Financial Controller und anschliessend als Corporate Finance Director seit 2011. Ebenfalls Präsident der JCDecaux Europa Holding, JCDecaux Asien Holding, JCDecaux Amerika Holding und JCDecaux Afrika Holding. Ausgewiesener Controlling-Experte, über 30 Jahre in internationalen Corporate-Controlling-Funktionen tätig, davon 6 Jahre bei Xerox Frankreich und 5 Jahre bei SC Johnson Frankreich, dort zuletzt als Financial Controller für verschiedene Länder, und mehr als 20 Jahre bei der JCDecaux Gruppe.

**Markus Scheidegger** (1965)

Nicht-exekutives Mitglied.

Schweizer Staatsbürger, Fürsprecher, selbständiger Anwalt. 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.

**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 einem Jahr 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, organi-



**Stéphane Prigent**



**Markus Scheidegger**

satorischen, finanziellen sowie buchhalterischen Richtlinien fest, die von der APG|SGA Gruppe zu befolgen sind. Bei Stimmengleichheit steht dem Präsidenten kein Stichentscheid zu.

Der Verwaltungsrat trifft sich zu Sitzungen, so oft es die Geschäfte erfordern, mindestens aber viermal pro Jahr respektive einmal pro Quartal. Jedes Verwaltungsratsmitglied kann den Präsidenten ersuchen, eine Sitzung einzuberufen. Im Geschäftsjahr 2018 hat der Verwaltungsrat fünf 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.

Zur Unterstützung des Verwaltungsrates wurden zwei permanente Ausschüsse gebildet, ein Kontrollausschuss sowie ein Vergütungsausschuss. 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 Stéphane Prigent (Präsident) und Robert 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 des internen Kontrollsystems
- Festlegung der Anlagestrategie und der Immobilienpolitik
- Analyse der konsolidierten Zwischen- und Jahresabschlüsse und anschliessende Weiterleitung an den Verwaltungsrat

Im Berichtsjahr hat der Kontrollausschuss drei 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.



**Markus Ehrle**



**Beat Hermann**



**Daniel Strobel**

Die Mitglieder des Vergütungsausschusses werden gemäss Art. 28 der Statuten je einzeln jährlich durch die Generalversammlung gewählt. Dieser Ausschuss setzt sich derzeit zusammen aus den Verwaltungsräten Robert Schmidli (Präsident) und Markus Scheidegger. Der 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 Vergütungsausschuss zwei Sitzungen abgehalten (im Februar und November), an welchen auch der CEO 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 Vergütungsausschuss zugewiesen sind, werden dem Verwaltungsrat an jeder Sitzung die führungs-, umsatz- und ergebnisrelevanten Informationen mitgeteilt. Er wird schriftlich und mündlich informiert mit folgenden finanziellen Daten:

- Quartals-, Halbjahres- und Jahresabschlüsse (Bilanz, Erfolgsrechnung)
- jährliche Budgetzahlen, regelmässige Soll-Ist-Vergleiche und Prognosen
- 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.



**Beat Hostenstein**



**Christian Gotter**



**Marcel Seiler**

## Management

### Unternehmensleitung

		seit
<b>Markus Ehrle</b> (1965), Schweizer Staatsbürger	Chief Executive Officer	2011
<b>Beat Hermann</b> (1969), Schweizer Staatsbürger	Chief Financial Officer und International Markets	2012
<b>Daniel Strobel</b> (1962), Schweizer Staatsbürger	Werbemarkt	2011 <sup>1</sup>
<b>Beat Hostenstein</b> (1968), Schweizer Staatsbürger	Partner und Product Management <sup>2</sup>	2007
<b>Christian Gotter</b> (1970), Schweizer Staatsbürger	Logistik <sup>3</sup>	2012
<b>Marcel Seiler</b> (1963), Schweizer Staatsbürger	Human Resources	2011 <sup>4</sup>
<b>Andy Bürki</b> (1974), Schweizer Staatsbürger	Werbemarkt	2019 <sup>5</sup>

<sup>1</sup> Austritt aus Unternehmensleitung per 31.03.2019

<sup>2</sup> per 01.06.2019 neu: Marketing & Innovation

<sup>3</sup> per 01.06.2019 neu: Partner & Operations

<sup>4</sup> Austritt aus der Unternehmensleitung per 31.05.2019

<sup>5</sup> Eintritt in die Unternehmensleitung per 01.04.2019

**Markus Ehrle** übernahm am 01.06.2014 als Chief Executive Officer die Leitung der APG|SGA AG. Vom 01.04.2011 bis 31.05.2014 hatte er innerhalb der APG|SGA die Bereiche Marketing & Business Development verantwortet. Er 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). Von 2006 bis 2011 war er bei der NZZ Mediengruppe verantwortlich für den Bereich Werbemarkt & Business Development. Er ist eidg. dipl. Kommunikationsleiter, eidg. dipl. Marketingleiter und Präsident des Verbandes AWS Aussenwerbung Schweiz, Vorstandsmitglied der IAA International Advertising Association, Swiss Chapter sowie Mitglied im Kommunikationsrat von KS/CS Kommunikation Schweiz.

**Beat Hermann** ist seit 01.04.2012 als CFO der APG|SGA verantwortlich für die Bereiche Finanzen, Informatik und Infrastruktur. Per 01.09.2014 hat er zusätzlich die Leitung International Markets übernommen. 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). Sein Studium in Betriebswirtschaftslehre absolvierte er an der Universität Zürich (lic. oec. publ.). Er bildete sich mit Executive-Lehrgängen an der Universität Harvard und an der Wharton Business School weiter und absolvierte zudem ein Advanced Management Programm an der INSEAD in Singapur.

**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.

**Beat Hostenstein** 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 eidgenössischen Diplomabschlüsse als Organisator, Marketingplaner und Verkaufsleiter.

**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, hat den CAS Kaderkurs KMU an der HSG St. Gallen absolviert und verfügt über das SKU Advanced Management Diploma HSG der Executive School der Universität St. Gallen.

**Marcel Seiler** absolvierte ein Studium an der Fachhochschule Zürich als Betriebsökonom FH. Das Nachdiplomstudium schloss er mit dem Master in Personalmanagement ab. 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.

### Managementverträge

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

## Entschädigungen, Beteiligungen und Darlehen

### Inhalt und Festsetzungsverfahren der Entschädigungen

Der Vergütungsausschuss 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 Leistungs- und Erfolgsprämie.

Die Entlohnung der Unternehmensleitung wird durch den Verwaltungsrat auf Antrag des Vergütungsausschusses 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 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 einer «Bonus-Malus-Bank» gutgeschrieben und in den folgenden Jahren jeweils wiederum zu einem Drittel ausbezahlt. Werden die Ziele nicht erreicht, werden die Werte entsprechend von der «Bonus-Malus-Bank» abgezogen. Die Aktien werden jeweils zum gewichteten Durchschnittskurs der ersten zehn Handelstage im Monat, welcher der Generalversammlung folgt, zugeteilt.

Die Generalversammlung stimmt jährlich auf Antrag des Verwaltungsrates wie folgt über Vergütungen des Verwaltungsrates und der Unternehmensleitung ab:

1. Genehmigung eines maximalen Gesamtbetrages für die Vergütung des Verwaltungsrates für den Zeitraum vom Abschluss der aktuellen bis zur nächsten ordentlichen Generalversammlung;
2. Genehmigung eines maximalen Gesamtbetrages für die fixe Vergütung der Unternehmensleitung für den Zeitraum des kommenden Geschäftsjahres;
3. Genehmigung eines maximalen Gesamtbetrages für die variable Vergütung der Unternehmensleitung für den Zeitraum des vergangenen Geschäftsjahres.

Der Verwaltungsrat kann die entsprechenden Anträge auch in einzelne Vergütungselemente aufteilen und/oder mit Bezug auf andere Zeitperioden der Generalversammlung zur Genehmigung vorlegen.

Verweigert die Generalversammlung die Genehmigung eines maximalen Gesamtbetrages für die Unternehmensleitung und/oder den Verwaltungsrat, so kann der Verwaltungsrat diesbezüglich einen neuen Antrag an derselben Generalversammlung stellen oder eine neue Generalversammlung einberufen.

Die Offenlegung der Vergütungen der Mitglieder des Verwaltungsrates und der Unternehmensleitung sowie des Vergütungssystems erfolgen im Vergütungsbericht auf den Seiten 33–36.

### Statutarische Regeln in Bezug auf die Anzahl der zulässigen Tätigkeiten gemäss Art. 12 Abs. 1 Ziff. 1 VegÜV

Ein Mitglied des Verwaltungsrates darf ausserhalb der APG|SGA Gruppe bis zu fünfzehn Mandate ausüben, wovon nicht mehr als fünf Mandate in börsenkotierten Unternehmen. Ein Mitglied der Unternehmensleitung darf ausserhalb der APG|SGA Gruppe bis zu sechs Mandate ausüben, wovon nicht mehr als ein Mandat in einem börsenkotierten Unternehmen. Ein Mitglied des Verwaltungsrates oder der Unternehmensleitung darf zusätzlich bis zu zwölf Mandate in nicht gewinnstrebigem bzw. gemeinnützigem Rechtseinheiten (wie z.B. Vereine und andere karitative, soziale, kulturelle oder im Bereich des Sports tätigen Organisationen, Stiftungen, Trusts und Personalvorsorgeeinrichtungen) ausserhalb der APG|SGA Gruppe ausüben.

Mandate eines Mitglieds des Verwaltungsrates oder der Unternehmensleitung in Rechtseinheiten, welche durch die Gesellschaft kontrolliert werden oder die Gesellschaft kontrollieren, zählen nicht als Mandate ausserhalb der APG|SGA Gruppe.

Mandate eines Mitglieds des Verwaltungsrates oder der Unternehmensleitung der Gesellschaft in verbundenen Rechtseinheiten ausserhalb der APG|SGA Gruppe zählen jeweils zusammen als ein Mandat ausserhalb der APG|SGA Gruppe.

Kurzfristige Überschreitungen sind zulässig bis zu einem Maximum von einem Drittel der jeweiligen oben erwähnten Kategorien der zulässigen Mandate.

Die Annahme von Mandaten von Mitgliedern der Unternehmensleitung in Rechtseinheiten ausserhalb der APG|SGA Gruppe ist vom Verwaltungsrat bzw., wenn an diesen delegiert, vom Vergütungsausschuss vorgängig zu genehmigen.

Mit dem Begriff «Mandate» sind Mandate in den obersten Leitungs- oder Verwaltungsorganen von Rechtseinheiten gemeint, welche verpflichtet sind, sich ins Handelsregister oder in ein entsprechendes ausländisches Register eintragen zu lassen.



## 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 nur durch den unabhängigen Stimmrechtsvertreter oder einen anderen Dritten vertreten lassen, indem sie diesen eine schriftliche Vollmacht erteilen. In diesem Fall ist die mit Weisungen versehene Vertretungsvollmacht nur für eine bestimmte Generalversammlung gültig und kann nicht Gegenstand eines Vertrages sein. Ferner kann der Aktionär dem unabhängigen Stimmrechtsvertreter auch elektronische Vollmachten und Weisungen erteilen. 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

### 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

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 Vorkaufsrechte und durch einen Kontrollwechsel bei APG|SGA AG bedingte Kaufrechte an 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 bei einem Kontrollwechsel.

## Revisionsstelle

### Dauer des Mandats und Amtsdauer des leitenden Revisors

PricewaterhouseCoopers AG ist seit 2013 Revisionsstelle der APG|SGA AG und Konzernrechnungsprüferin. Der verantwortliche Mandatsleiter, Stefan Räbsamen, ist seit 2018 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 2018 im Zusammenhang mit der Prüfung der Jahresrechnungen belaufen sich auf insgesamt CHF 150 000. Für zusätzliche Dienstleistungen stellte PricewaterhouseCoopers AG weitere CHF 3 250 in Rechnung. Diese zusätzlichen Dienstleistungen stehen im Zusammenhang mit Bestätigungen für öffentliche Ausschreibungen.

### 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](http://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](http://www.apgsga.ch/de/account/register)

### Wichtigste Termine

- Abschluss des Geschäftsjahres: 31. Dezember
- Bekanntgabe des Jahresergebnisses: 27. Februar 2019
- Bilanz-Medien- und -Analystenkonferenz: 27. Februar 2019
- Veröffentlichung des Geschäftsberichtes: 16. April 2019
- Generalversammlung: 16. Mai 2019
- Halbjahresabschluss: 30. Juni
- Bekanntgabe des Halbjahresabschlusses: 26. Juli 2019

# Vergütungsbericht

## 1. Einleitung

Dieser Vergütungsbericht folgt Artikel 13 ff. der Verordnung des Bundesrates vom 20. November 2013 gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Aktiengesellschaften (VegüV). Diese Verordnung wurde vom Bundesrat erlassen aufgrund der am 3. März 2013 vom Schweizer Volk angenommenen eidgenössischen «Volksinitiative gegen die Abzockerei» (auch «Minder-Initiative» genannt). Ausserdem berücksichtigt dieser Bericht die Richtlinie Corporate Governance (RLCG) der SIX Exchange Regulation sowie den Swiss Code of Best Practice der Economiesuisse.

Der Bericht beschreibt die grundsätzliche Politik, das Festsetzungsverfahren, die Elemente und Struktur des Vergütungssystems für den Verwaltungsrat sowie die Unternehmensleitung der APG|SGA. Er enthält ferner die Angaben gemäss Art. 14–16 VegüV, namentlich die Informationen betreffend fixe sowie variable leistungsabhängige Vergütungen an Verwaltungsrat und Unternehmensleitung.

Dieser Vergütungsbericht ersetzt die Angaben im Anhang zur Bilanz nach Artikel 663b<sup>bis</sup> OR.

## 2. Grundsätzliche Vergütungspolitik

Das langfristige Ziel von APG|SGA ist es, eine nachhaltige und attraktive Rendite bzw. Wertsteigerung für ihre Aktionäre zu erreichen. Unsere Gruppe verfolgt dieses Ziel in einem anspruchsvollen und konkurrierenden Umfeld. Damit unsere Gruppe in diesem Umfeld erfolgreich operieren kann, ist sie darauf angewiesen, talentierte, leistungsorientierte und motivierte Führungskräfte anzuwerben und zu halten.

Das Vergütungssystem von APG|SGA wurde mit Wirkung ab dem Jahre 2012 im Sinne einer Good Corporate Governance eingeführt. Es ist so aufgebaut, dass die Interessen der Mitglieder des Verwaltungsrates sowie der Unternehmensleitung mit den langfristigen Zielen der Gesellschaft sowie den Interessen der Aktionäre in Einklang stehen.

Das Vergütungssystem unterstützt den langfristigen und nachhaltigen Erfolg der Gruppe und entspricht einem modernen und marktkonformen System. Ausserdem wurde Wert auf transparente Vergütungskomponenten gelegt.

## 3. Festsetzungsverfahren

### 3.1. Vergütungsausschuss

Die Generalversammlung wählt je einzeln jährlich die Mitglieder des Vergütungsausschusses. Die Amtsdauer dieser Mitglieder endet mit dem Abschluss der nächsten ordentlichen Generalversammlung.

Der Vergütungsausschuss hat die folgenden Aufgaben und Zuständigkeiten:

- Vorbereitung und periodische Überarbeitung der Vergütungspolitik und -prinzipien der APG|SGA Gruppe und der Leistungskriterien im Bereich der Vergütung und periodische Überprüfung der Umsetzung derselben sowie diesbezügliche Antragstellung und Abgabe von Empfehlungen an den Verwaltungsrat
- Vorbereitung aller relevanten Entscheide des Verwaltungsrates betreffend Vergütung der Mitglieder des Verwaltungsrates und der Unternehmensleitung sowie diesbezügliche Antragstellung und Abgabe von Empfehlungen an den Verwaltungsrat
- Information an den Verwaltungsrat zweimal pro Jahr über den Prozess der Festsetzung der Vergütung
- Sicherstellung einer marktgerechten Vergütung basierend auf Benchmarks börsenkotierter Schweizer Gesellschaften, angepasst auf die Grösse der Unternehmen

### 3.2. Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat hat (unter Vorbehalt der Kompetenzen der Generalversammlung gemäss den Bestimmungen der VegüV) die oberste Verantwortung für das Vergütungssystem. Er schlägt der Generalversammlung die Mitglieder des Vergütungsausschusses vor. Dieser setzte sich per Ende 2018 aus den beiden Verwaltungsräten Robert Schmidli (Präsident) und Markus Scheidegger zusammen. Ist dieser Ausschuss unterjährig nicht voll besetzt, so ernennt der Verwaltungsrat für die verbleibende Amtsdauer die fehlenden Mitglieder.

Der Verwaltungsrat entscheidet über die Vergütung seiner Mitglieder (auf Antrag des Vergütungsausschusses). Die einschlägigen Bestimmungen der VegüV über die Genehmigung der Vergütungen sind in Kraft. Der Verwaltungsrat stellt den Antrag an die Generalversammlung zur Genehmigung seiner Vergütungen.

Der Verwaltungsrat entscheidet über die Vergütungen der Mitglieder der Unternehmensleitung (auf Antrag des Vergütungsausschusses).

### 3.3. Generalversammlung

Im Einklang mit den Bestimmungen der VegüV wird die Generalversammlung über die Vergütungen des Verwaltungsrates und der Unternehmensleitung abstimmen.

## 4. Elemente und Struktur

### 4.1. Elemente der Vergütung des Verwaltungsrates

Die Gesamtvergütung des Verwaltungsrates setzt sich aus den folgenden Komponenten zusammen:

- jährliches fixes Verwaltungsratshonorar in bar
- Entschädigung für die Mitarbeit in Gremien (CHF 20 000 für Vorsitz sowie CHF 10 000 pro Mitglied) in bar
- fixe langfristige Entschädigung in Form von Aktien der APG|SGA AG, welche für drei Jahre gesperrt sind

Dieses Vergütungssystem ist stabil und nicht manipulierbar. Es fördert keine unverhältnismässige Risikobereitschaft und kreiert keine kurzfristigen Anreize und somit auch keine Tätigkeiten, welche der Reputation der APG|SGA AG schaden könnten.

Aus diesen Gründen wurde bewusst auf eine variable Vergütungskomponente des Verwaltungsratshonorars verzichtet.

### 4.2. Elemente der Vergütung der Unternehmensleitung

Die Gesamtvergütung der Unternehmensleitung setzt sich aus den folgenden Komponenten zusammen:

- Basissalär in bar (fixe Komponente)
- variable Komponente kurzfristig (Short Term Incentive) in bar
- variable Komponente langfristig (Long Term Incentive), davon ein Drittel in bar und zwei Drittel in Form von Aktien der APG|SGA AG, welche für drei Jahre gesperrt sind

Die fixe Vergütung ist das Jahresgrundgehalt, welches den Marktwert, die jeweiligen Kompetenzen und Erfahrungen des Managements widerspiegelt.

Im Geschäftsjahr 2018 wurde die Vergütung der Unternehmensleitung durch einen externen Fachspezialisten analysiert und mit anderen Marktteilnehmern verglichen. Dadurch kam es zu gewissen Anpassungen.

Die variable Vergütung darf maximal doppelt so hoch sein wie die fixe Entschädigung.

Die variable kurzfristige Vergütung basiert auf quantitativen Zielen und wird bei deren Erreichung bar ausbezahlt. Die Messung der Ziele erfolgt anhand der Budgeterreichung von EBITDA (Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und

Amortisationen) und Nettoergebnis. Die Gewichtung beträgt je 50%. Anhand des Zielbonus und des Zielerreichungsgrades wird der Bonus linear berechnet. Somit wird der Zielbonus bei 100% Zielerreichungsgrad zu 100% ausbezahlt. Ist der Zielerreichungsgrad kleiner oder gleich 70%, so wird kein Bonus ausbezahlt. Ist der Zielerreichungsgrad grösser oder gleich 130%, so wird der maximale Bonus ausbezahlt.

Die variable langfristige Vergütung basiert auf zwei quantitativen und zwei qualitativen Unternehmenszielen. Dabei werden die Quantitativen zu 80% und die Qualitativen zu 20% gewichtet. Bei einer Zielerreichung wird der Bonus einer «Bonus-Malus-Bank» gutgeschrieben, welche einem Dreijahresrhythmus folgt. Zwei Drittel des Saldos der «Bonus-Malus-Bank» werden auf das nächste Jahr übertragen und somit zeitverschoben ausbezahlt. Ein Drittel des Saldos wird jährlich ausbezahlt, wenn der Saldo positiv ist. Diese Auszahlung erfolgt zu einem Drittel in bar und zu zwei Dritteln in Form von Aktien der APG|SGA AG, welche für drei Jahre gesperrt sind.

Die Aktien werden jeweils zum gewichteten Durchschnittskurs der ersten zehn Handelstage im Monat, welcher der Generalversammlung folgt, zugeteilt.

Bei einer Nichterreichung der Ziele wird die «Bonus-Malus-Bank» belastet und der Kontostand verringert sich entsprechend. Er kann sogar unter Null fallen. Dies hätte zur Folge, dass keine Auszahlung mehr erfolgt, bis der Saldo wieder positiv ist.

## 5. Vergütungen 2018

Die Kapitel 5, 6 sowie 7 unterliegen der Prüfung durch die Revisionsstelle. Bei den nachfolgend aufgeführten Vergütungen handelt es sich um für das Geschäftsjahr 2018 abgegrenzte und nicht ausbezahlte Beträge.

### 5.1. Vergütungen 2018 an die Mitglieder des Verwaltungsrates<sup>1</sup>

Name	Funktion	Fixes Honorar			Total 2018	Total 2017
		in bar	Anteil in Aktien	Sozial-beiträge		
Dr. Daniel Hofer	Präsident	200 000	100 000	23 000	323 000	323 000
Robert Schmidli	Vizepräsident	88 000	20 000	6 000	114 000	116 000
Markus Scheidegger	Mitglied	68 000	20 000	7 000	95 000	95 000
Stéphane Prigent	Mitglied	78 000	20 000	8 000	106 000	105 000
Xavier Le Clef	Mitglied	58 000	20 000	6 000	84 000	84 000
Total		492 000	180 000	50 000	722 000	723 000

### 5.2. Vergütungen 2018 an die Mitglieder der Unternehmensleitung<sup>1</sup>

	Fixes Salär			Variables Salär			Total Vergütungen		
	in bar	Sozial-beiträge	Total	Short Term in bar	Long Term Zuteilung	Sozial-beiträge	Total	2018	2017
Total	1 801 000	666 000	2 467 000	545 000	534 000	100 000	1 179 000	3 646 000	3 636 000 <sup>2</sup>
Höchste Einzelvergütung:									
Markus Ehrle, CEO	435 000	139 000	574 000	215 000	202 000	29 000	446 000	1 020 000	959 000 <sup>2</sup>
Konto Bonus-Malus-Bank <sup>3</sup>									
				Saldo Vorjahr	Zuteilung laufendes Jahr	Auszahlung	Veränderung	Saldo vortrag auf das neue Jahr	
Total				864 000	534 000	465 000	68 000	933 000	
Höchste Einzelvergütung:									
Markus Ehrle, CEO				271 000	202 000	158 000	44 000	315 000	

<sup>1</sup> Zugeteilte und abgegrenzte Beträge, gerundet

<sup>2</sup> In diesem Betrag ist eine Korrektur von Arbeitgeberbeiträgen der Pensionskasse von CHF 56 000 für Vorjahre enthalten.

<sup>3</sup> Basis Long-Term-Incentive: ein Drittel des Saldos jährlich ausbezahlt, wovon ein Drittel in bar und zwei Drittel in Form von Aktien

## **6. Darlehen und Kredite an den Verwaltungsrat und die Unternehmensleitung**

Im Berichtsjahr wie auch im Vorjahr wurden keine Darlehen und Kredite an Mitglieder des Verwaltungsrates sowie der Unternehmensleitung gewährt. Ebenfalls sind keine Darlehen oder Kredite ausstehend.

Es wurden im Berichtsjahr wie auch im Vorjahr ebenfalls keine Garantien oder Bürgschaften zugunsten Dritter und andere Sicherheiten für Mitglieder des Verwaltungsrates sowie der Unternehmensleitung abgegeben.

## **7. Vergütungen, Darlehen und Kredite an frühere Mitglieder des Verwaltungsrates und der Unternehmensleitung sowie nahestehende Personen**

Im Berichtsjahr wie auch im Vorjahr wurden keine Vergütungen, Darlehen oder Kredite an frühere Mitglieder des Verwaltungsrates oder der Unternehmensleitung ausgerichtet bzw. gewährt und es sind auch keine solchen Darlehen oder Kredite ausstehend.

Im Berichtsjahr wie auch im Vorjahr wurden keine nicht marktüblichen Vergütungen an nahestehende Personen ausgerichtet.

Es wurden im Berichtsjahr wie auch im Vorjahr keine Darlehen oder Kredite zu nicht marktüblichen Bedingungen gewährt. Ebenfalls sind keine Darlehen oder Kredite ausstehend.

Im Übrigen verweisen wir auf den Finanzbericht (Financial Report): Im Anhang 22 der konsolidierten Jahresrechnung sind die Transaktionen mit nahestehenden Personen offengelegt.

## **8. Beteiligungen**

Die Beteiligungen (Anzahl Aktien) der Mitglieder des Verwaltungsrates sowie der Unternehmensleitung sind im Finanzbericht (Financial Report) im Anhang zur Jahresrechnung der APG|SGA AG offengelegt.

## ***Bericht der Revisionsstelle an die Generalversammlung der APG SGA SA Geneva***

Wir haben den beigefügten Vergütungsbericht (Ziffern 5 bis 7, Bestandteil der Seiten 33 bis 36) der APG SGA SA für das am 31. Dezember 2018 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

### ***Verantwortung des Verwaltungsrates***

Der Verwaltungsrat ist für die Erstellung und sachgerechte Gesamtdarstellung des Vergütungsberichts in Übereinstimmung mit dem Gesetz und der Verordnung gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Aktiengesellschaften (VegüV) verantwortlich. Zudem obliegt ihm die Verantwortung für die Ausgestaltung der Vergütungsgrundsätze und die Festlegung der einzelnen Vergütungen.

### ***Verantwortung des Prüfers***

Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage unserer Prüfung ein Urteil zum beigefügten Vergütungsbericht abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit den Schweizer Prüfungsstandards durchgeführt. Nach diesen Standards haben wir die beruflichen Verhaltensanforderungen einzuhalten und die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass hinreichende Sicherheit darüber erlangt wird, ob der Vergütungsbericht dem Gesetz und den Art. 14 bis 16 der VegüV entspricht.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen, um Prüfungsnachweise für die im Vergütungsbericht enthaltenen Angaben zu den Vergütungen, Darlehen und Krediten gemäss Art. 14 bis 16 VegüV zu erlangen. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst die Beurteilung der Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Vergütungsbericht ein. Diese Prüfung umfasst auch die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Bewertungsmethoden von Vergütungselementen sowie die Beurteilung der Gesamtdarstellung des Vergütungsberichts.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

### ***Prüfungsurteil***

Nach unserer Beurteilung entspricht der Vergütungsbericht der APG SGA SA für das am 31. Dezember 2018 abgeschlossene Geschäftsjahr dem Gesetz und den Art. 14 bis 16 der VegüV.

PricewaterhouseCoopers AG

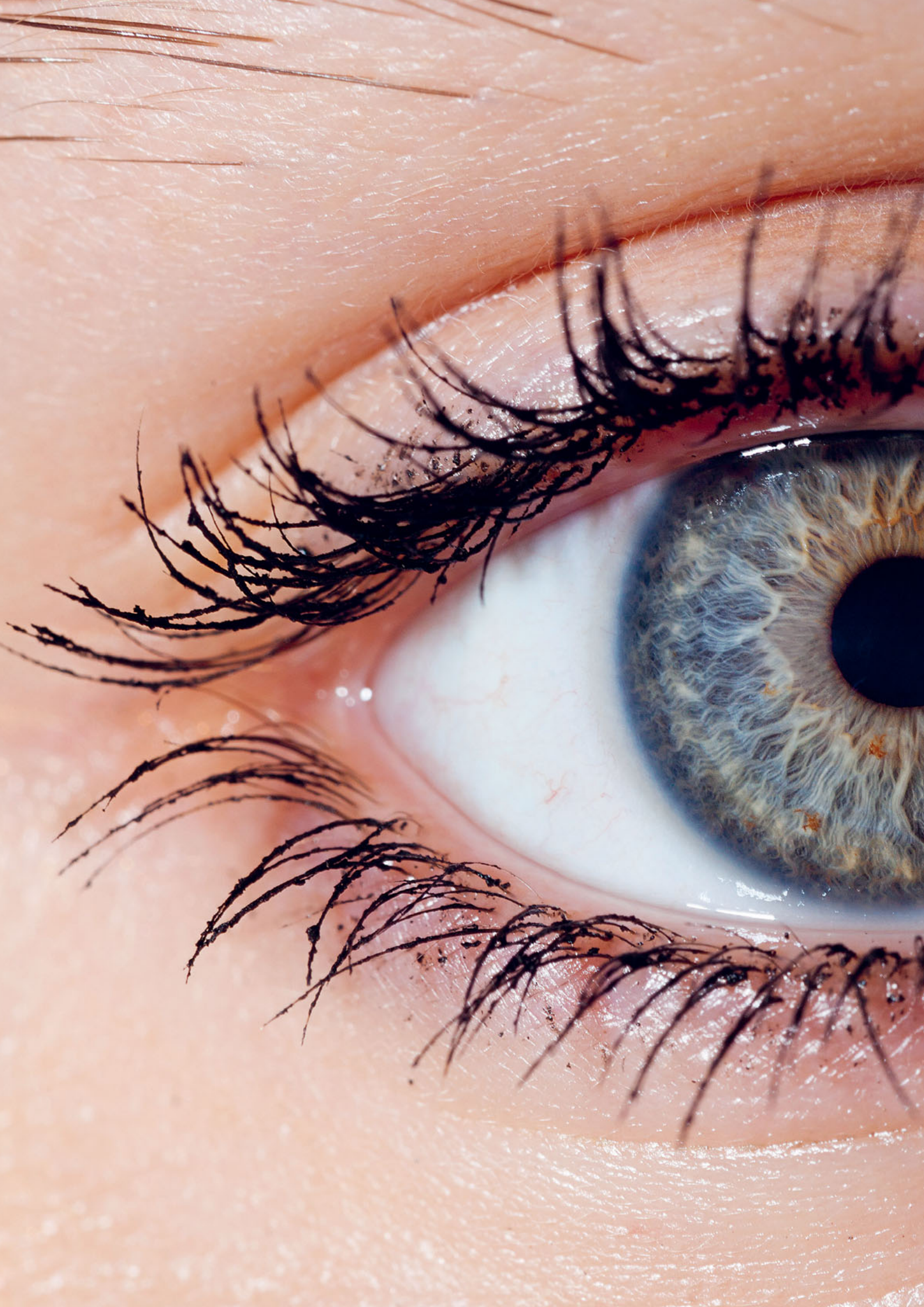


Stefan Räbsamen  
Revisionsexperte  
Leitender Revisor



Philipp Gnädinger  
Revisionsexperte

Zürich, 22. Februar 2019







## Corporate Responsibility

APG|SGA hat den Anspruch, umfassend und nachhaltig Werte zu schaffen für Partner, Kunden, Aktionäre sowie Mitarbeitende und zugleich einen Beitrag zu leisten für Umwelt und Gesellschaft. Eine ausgewogene Berücksichtigung von ökologischen (Planet), sozialen (People) und ökonomischen (Profit) Faktoren in den Entscheidungsprozessen wird als zentral für den langfristigen Erfolg des Unternehmens erachtet.

Corporate Responsibility, beziehungsweise Nachhaltigkeit, ist neben Leidenschaft, Partnerschaft, Unternehmertum, Integrität und Transparenz einer der sechs Werte, welcher im «Code of Conduct» der APG|SGA festgehalten und im Arbeitsalltag fest verankert ist. Seit 15 Jahren berichtet die APG|SGA über ihr aktives Engagement im Umweltschutz. Für die Berichterstattung ab 2018 wurde der bisherige Ansatz erweitert, um der gesellschaftlichen Sichtweise der Corporate Responsibility besser Rechnung zu tragen.

Das Nachhaltigkeits-Reporting beruht auf den 4 Säulen der Unternehmensstrategie:

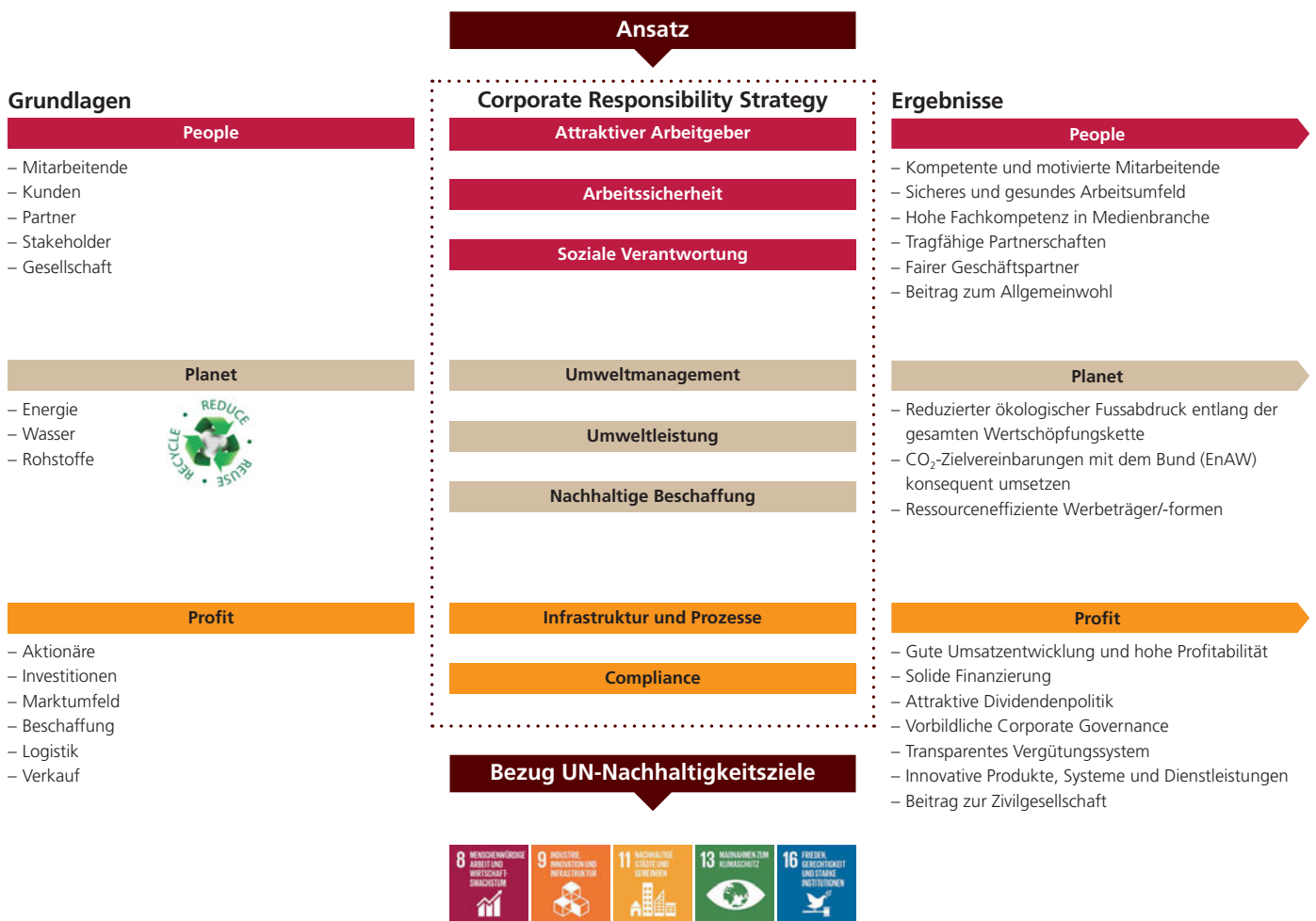
1. Wegweisende analoge und digitale Out of Home Kommunikationslösungen für Kunden
2. Erschliessung bester Standorte im öffentlichen und privaten Raum der Schweiz mit Partnern
3. Bekenntnis zu Innovation und Technologie
4. Nachhaltige, qualitätsorientierte Weiterentwicklung unserer Geschäftsprozesse

Die daraus abgeleitete Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf dem Dreiklang von People, Planet, Profit sowie in Anlehnung an die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) und den Nachhaltigkeitszielen der UNO.

Vollständiger und laufend aktualisierter Nachhaltigkeitsbericht: [www.apgsga.ch/nachhaltigkeit](http://www.apgsga.ch/nachhaltigkeit)

### Unternehmensstrategie

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Wegweisende analoge und digitale Out of Home Kommunikationslösungen für Kunden	Erschliessung bester Standorte im öffentlichen und privaten Raum der Schweiz mit Partnern	Bekennnis zu Innovation und Technologie	Nachhaltige, qualitätsorientierte Weiterentwicklung unserer Geschäftsprozesse



## People

**Module und Stossrichtung****Attraktiver Arbeitgeber**

APG|SGA engagiert sich für zukunfts-fähige und attraktive Arbeitsplätze in einem anspruchsvollen Arbeitsumfeld und fördert Arbeitnehmende.

**Wichtige Fakten und Leistungen 2018**

- **Werte:** Die Mitarbeitenden leben die definierten Werte gemäss Code of Conduct im Arbeitsalltag. Zur Vertiefung dieser Werte wurde ein gesamtunternehmerischer Austausch gepflegt, welcher jeden einzelnen Wert auf verschiedenen Ebenen thematisierte.
- **Ausbildung und Weiterbildung:** Mitarbeitende werden spezifisch ausgebildet und gefördert. Das Engagement kann sowohl finanziell als auch zeitlicher Natur sein.
- Per Ende 2018 beschäftigte APG|SGA 8 Lernende und konnte zudem 3 von 4 Lernenden eine Weiterbeschäftigung anbieten. Ein Lehrling wurde von einem insolventen Lehrbetrieb übernommen.
- **Führungskultur:** Im Rahmen der Potenzial- und Führungsentwicklungsprogramme (PEP/FEP) wurden im 2018 mit 5 Westschweizer Mitarbeitenden konkrete Massnahmen für eine gezielte Förderung definiert, welche anschliessend zur Umsetzung gelangen.
- **Feedbackkultur:** Das im 2018 durchgeführte Führungsfeedback wurde mit einer hohen Teilnehmerzahl abgeschlossen. Die Auswertungen ergaben, dass die Mitarbeitenden grossmehrheitlich zufrieden mit der Führungsqualität ihrer Vorgesetzten sind.
- **Vergütungspolitik:** APG|SGA bietet eine faire markt- und leistungsorientierte Entlohnung an. Der Lohngleichheit zwischen den Geschlechtern wird grosse Aufmerksamkeit geschenkt. Das Lohnsystem ist so ausgerichtet, dass gleiche Löhne für gleichwertige Arbeiten und Leistungen entrichtet werden, was regelmässig von externer Stelle revidiert wird.
- Sämtliche Mitarbeitende haben im Jahr 2018 aufgrund des positiven Geschäftsverlaufs von einer Leistungs- und Erfolgsprämie profitiert.
- **Fringe Benefits:** Mitarbeitende profitieren von Personalrabatten und -angeboten sowie von zeitgemässen Fringe Benefits.

**Ausblick 2019–2023**

- Im Rahmen der verschiedenen Feedbackinstrumente (Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung, Vorgesetztenbeurteilung, Zielvereinbarung/-beurteilung) wird den gelebten Werten Rechnung getragen.
- Ziel ist es, durch ein bedarfsorientiertes Ausbildungsangebot in Form von Berufsausbildungen und Praktika langfristig den Bedarf an Fachkräften zu decken.
- APG|SGA bietet den Mitarbeitenden eine auf neue Bedürfnisse des Unternehmens angepasste interne Weiterbildung an.
- Gesamtunternehmerische Führungsentwicklungsschulungen (FEP) werden periodisch durchgeführt.
- Resultierend aus der Auswertung der Vorgesetztenbeurteilung, werden zwei bis drei konkrete Ziele in die individuellen Zielvereinbarungen einfließen.

## People

**Module und Stossrichtung****Arbeitsicherheit/Gesundheitsschutz**

APG|SGA fördert eine Sicherheitskultur auf hohem Niveau. Durch Prävention wird der Gesundheit der Mitarbeitenden Sorge getragen.

**Wichtige Fakten und Leistungen 2018**

- APG|SGA hat im Jahr 2018 das System sowie die damit verbundenen Ansätze der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit (EKAS) weiter umgesetzt.
- Schulung aller Afficheure im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz in sämtlichen Betrieben.
- **Unfall/Krankheit:** 92.2% der Mitarbeitenden hatten im 2018 keinen Ausfall durch einen Unfall (BU und/oder NBU) gehabt. Die Ausfalltage über das gesamte Unternehmen sind mit anderen Unternehmen vergleichbar.
- **Gefahrenstoffe:** Im Jahr 2018 sind alle Gefahrenstoffe im Unternehmen (Bereich Logistik) gemäss den Vorgaben eingelagert und dokumentiert worden.
- **Ergonomie:** Die Büroarbeitsplätze wurden mehrheitlich ergonomisch mit elektrisch höhenverstellbaren Arbeitstischen ausgestattet.
- Einfache und effektive Fact-Sheets zu den Themen «Heben und Tragen» sowie «persönliche Schutzausrüstung» wurden erstellt und im 2019 in der Logistik geschult.
- **Gebäude-/Arbeitssicherheit:** Im Jahr 2018 wurde an den Standorten Luzern, Neuenburg und Lugano das bestehende Sicherheitskonzept in Zusammenarbeit mit einem externen Institut mittels Audit überprüft.

**Ausblick 2019–2023**

- Schulung der Geschäftsfahrzeuglenker zur Förderung eines vorausschauenden Fahrens.
- Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sowie Nachhaltigkeit soll als Themenblock allen Lernenden noch nähergebracht werden.
- Ein Konzept zum Thema Hautschutz für die Mitarbeitenden des Bereichs Logistik erarbeiten und entsprechend schulen.
- Im Jahr 2019 wird das bestehende Sicherheitskonzept für den Bereich Logistik nochmals überprüft und weiter verbessert. Zudem sind Gebäude-/Arbeitssicherheits-Audits in Zürich, Bern und St. Gallen geplant.

**Soziale Verantwortung**

APG|SGA nimmt soziale Verantwortung im Rahmen der Gesellschaft wahr.

- Mittels Plakatsponsoring wurden Non-Profit-Organisationen sowie Kultur- und Sport-Veranstaltungen im Medienwert von tiefen zweistelligen Millionenbeträgen unterstützt.
- Herstellung sämtlicher Verschlüsse für die Fixierung der Werbeträger durch eine soziale Institution.
- Beschaffung von Haushaltartikeln für die APG|SGA Liegenschaften via Schweizerische Blinden- und Sehbehinderten-Werkstatt.

- Weiterführung der Plakatsponsoring-Aktivitäten zugunsten der Schweizerischen Gesellschaft.
- Fortführung der Partnerschaften mit sozialen Institutionen im Bereich Beschaffung.

## APG|SGA Beschäftigte

### APG|SGA Beschäftigte, Gesamtüberblick

Stand 31.12.2018

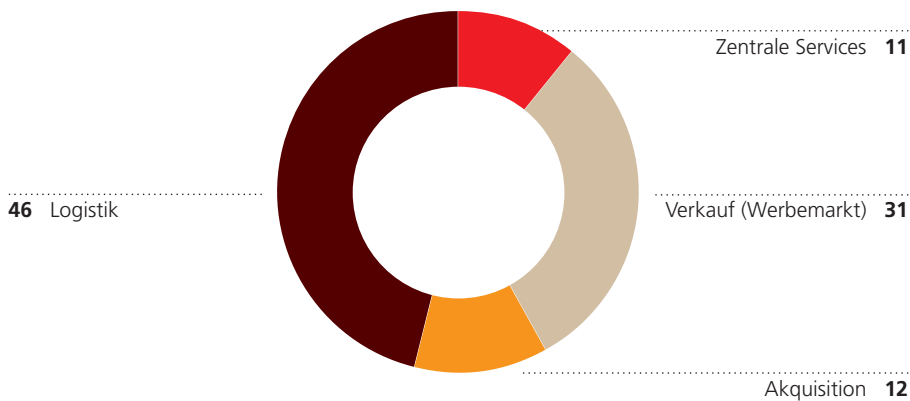
	2018	2017
<b>Total<sup>1</sup></b>	<b>500</b>	519
<b>Nach Ländern</b>		
Schweiz	453	472
Serbien	47	47
<b>Nach Merkmalen</b>		
Anteil Männer, in %	71	71
Anteil Frauen, in %	29	29
Anteil Vollzeitstellen (90–100%), in %	88	81
Anteil Teilzeitstellen (<90%), in %	12	19
Lernende <sup>2</sup>	8	12

<sup>1</sup> Basis Vollzeitäquivalent 100%, Prozentwerte gerundet, ohne Lernende

<sup>2</sup> Schweiz, APG|SGA: kaufmännisch 7, Logistik 1, Informatik 0

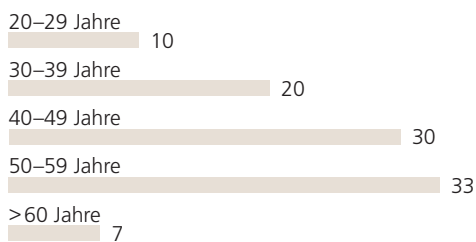
### APG|SGA Beschäftigte Schweiz, nach Bereichen

in Prozent



### Altersstruktur

in Prozent



## Planet

## Module und Stossrichtung

**Umweltmanagement**

APG|SGA versteht das Umweltmanagement als einen stetigen Prozess, in welchem die Identifikation von Umweltbelastungen, Massnahmenplanung, Steuerung/Überwachung und bei Bedarf Anpassungen wesentliche Bestandteile darstellen.

## Wichtige Fakten und Leistungen 2018

- Der Bereich «Umwelt» wird in der Unternehmensleitung/dem Verwaltungsrat regelmässig traktandiert. Die Zielsetzungen werden in diesem Gremium gutgeheissen und Fakten sowie Zahlen zum Fortschritt werden ausführlich besprochen.
- Information der Mitarbeitenden betreffend neuer Nachhaltigkeitsstrategie sowie Zahlen/Fakten Umweltbericht 2018 durch Newsletter und Orientierung an den einzelnen Standorten.

## Ausblick 2019–2023

- Stetige Überprüfung der definierten Module und Ziele.
- Kommunikation der Umweltleistungen an die Mitarbeitenden mittels verschiedener Kommunikationsmittel.
- Regelmässige Traktandierung der Nachhaltigkeit in der Unternehmensleitung sowie dem Verwaltungsrat.
- Die Zielsetzung der Unternehmensleitung beinhaltet auch die Ziele im Bereich Corporate Responsibility.

**Umweltleistung**

APG|SGA trägt aktiv zum Klimaschutz bei und reduziert die CO<sub>2</sub>-Emissionen konsequent und über die gesetzlichen Grenzen hinweg.

- **Gesamtumweltbelastung:** Im Vergleich zu 2017 wurde die Gesamtumweltbelastung um rund 1% gesenkt.
- **Energieverbrauch:** Der Energieverbrauch hat gegenüber 2017 um 5% abgenommen.
- **Verkehr:** Im Vergleich zu 2017 konnte der Treibstoffverbrauch um 4% reduziert werden.
- **Strom:** Die Umweltbelastung des Stroms ist trotz dem Ausbau des digitalen Angebotes im Vergleichszeitraum um 5% gesunken.
- **Heizenergie:** Der Heizenergieverbrauch sank gegenüber 2017 um 5%.
- **Entsorgung:** Im Jahr 2018 musste ein negativer Trend festgestellt werden (Verfeinerung der Datenerfassung/Systemgrenzen).
- **Materialien:** Der Materialverbrauch ist im gleichen Zeitraum um 3% gefallen.
- **Plakate:** Im Jahr 2018 wurden insgesamt 2 027 927 Plakate ausgehängt. Dies entspricht einer 4%-Abnahme.
- Reduktion der Umweltbelastung pro CHF Wertschöpfung bis ins Jahr 2022 um 10% (Basisjahr 2017).
- Energetische Optimierungen in den APG|SGA Liegenschaften und Senkung des Energieverbrauchs bei Werbeträgern.
- Erarbeitung von weiteren CO<sub>2</sub>-Massnahmen.
- Massnahmen für eine gezielte Senkung des Stromverbrauchs erarbeiten sowie eine kontinuierliche Umrüstungen der APG|SGA Werbeträger auf neue Technologien vorantreiben.
- Reduktion Heizenergieverbrauch bis 2022 um 10% (Basisjahr 2017).
- Recycling-Quote bei Plakatabfällen über 90%.
- Einführung einer neuen Bezugsgrösse aufgrund der Zunahme an digitalen Werbeformen – aktuell wird die Umweltbelastung pro Plakat gerechnet.
- Verbesserung der Ökobilanz.

## Planet

## Module und Stossrichtung

## Wichtige Fakten und Leistungen 2018

## Ausblick 2019–2023

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>CDP-Klimaschutzranking:</b> Im internationalen Klimaschutzranking von CDP (Carbon Disclosure Project) schloss die APG SGA im 2018 mit Note B unter den Besten im Vergleich mit namhaften, börsenkotierten Unternehmen im «CDP Climate Score» ab. Die Bewertung ist eine Verbesserung gegenüber dem Vorjahr und zeigt die Optimierungen sowie stetigen Anstrengungen, welche die APG SGA im Rahmen ihrer Corporate-Responsibility-Strategie konsequent vorgenommen hat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Fortführung des CDP-Klimaschutzrankings sowie konsequente Umsetzung der Anstrengungen im Rahmen der Corporate-Responsibility-Strategie.</li> </ul>
<p><b>Nachhaltige Beschaffung</b> APG SGA setzt Standards für eine umwelt- und sozialverträgliche Produktion um.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>CO<sub>2</sub>-Absenkpfad:</b> Verschärfung des CO<sub>2</sub>-Absenkpfades auf 110 g CO<sub>2</sub>/km bei der Beschaffung von neuen Personenvanwagen.</li> <li>– <b>Ökoflotte:</b> Durch den Anteil von total 157 «grünen» Fahrzeugen und die Erhöhung des Biogasanteils von 10% erzielte die APG SGA eine CO<sub>2</sub>-Einsparung von rund 100t. Der Gasanteil bei der Betankung der Gasfahrzeuge lag im 2018 bei 98%</li> <li>– <b>Ökostrom:</b> Einkauf von 100% Ökostrom (naturemadeStar) für Leuchtwerbung und Geschäftsliegenschaften.</li> <li>– <b>Energieeffizientere Technologie:</b> 44 Leuchtkästen und 6 Startower (Leuchtdrehsäulen) mit neuester LED-Röhrentechnologie bestückt und optimiert. Bessere Ausleuchtung bei niedrigerem Stromverbrauch.</li> <li>– <b>Arbeitsbekleidung:</b> Bei der Beschaffung der Dienstbekleidung richtet sich das Augenmerk besonders auf den Nachhaltigkeitsaspekt. Die Materialien werden gemäss dem weltweit strengsten Textilstandard für Umweltschutz, Verbraucherschutz und Arbeitsschutz hergestellt. Dadurch sind, soweit verfügbar, Teile der neuen APG SGA-Dienstbekleidung mit dem bluesign®-Label gekennzeichnet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Förderung von alternativen Fahrzeugantriebsystemen.</li> <li>– Grenzwert ab 2020 auf 95 g CO<sub>2</sub>/km nach dem genormten Fahrzyklus NEFZ.</li> <li>– Überprüfung des definierten Absenkpfades infolge neuer Messmethodik WLTP (Worldwide Harmonized Light-Duty Vehicles Test Procedure).</li> <li>– Gasfahrzeuge: Gasanteil bei der Betankung auf einem Level von 98% beibehalten.</li> <li>– Weiterführung der 100% Ökologisierung des APG SGA Stromverbrauchs.</li> <li>– Weiterführung der Stromverbrauchsreduktion von digitalen und Leuchtwerbeträgern (Energieeffizienz erhöhen).</li> <li>– Einführung eines Nachhaltigkeits-Verhaltenskodex bei allen neuen Lieferanten.</li> </ul>



## Profit

**Module und Stossrichtung****Langfristiger Fortbestand des Unternehmens**

Die optimale Ertragswirtschaftung bildet das Fundament für den nachhaltigen Fortbestand und die Konkurrenzfähigkeit des Unternehmens.

**Wichtige Fakten und Leistungen 2018**

- Im Geschäftsjahr 2018 konnte die APG|SGA Gruppe einen EBIT von CHF 59.5 Mio. sowie einen Nettogewinn von CHF 47.2 Mio. erwirtschaften.
- Der erwirtschaftete Cash flow beträgt CHF 58.8 Mio.

**Ausblick 2019–2023**

- Die APG|SGA ist weiterhin bestrebt, die definierten Ziele konsequent zu verfolgen. Sämtliche Entscheide werden im Sinne des langfristigen Unternehmenserfolges getroffen.

**Attraktive Aktionärspolitik**

APG|SGA strebt eine attraktive Rendite für die Aktionäre an und zahlt dem Geschäftsgang entsprechende, angemessene Dividenden aus.

- Der Verwaltungsrat empfiehlt der Generalversammlung, eine Dividende/Sonderdividende von insgesamt CHF 20.00 pro Aktie auszubezahlen.

- Die APG|SGA strebt eine attraktive Rendite an und bezahlt eine angemessene Dividende aus.

**Infrastruktur und Prozesse**

APG|SGA beschafft und betreibt langlebige und hochwertige Infrastruktur wie Gebäude, Anlagen, Werkzeuge.

- Prozessüberarbeitungen zur Effizienzsteigerung von Arbeitsweise und Materialfluss.
- Verbesserung der Routenplanung für eine effizientere Bewirtschaftung der Plakatflächen.
- Bewirtschaftung der Geschäftsfahrzeuge über einen externen Provider zur Erhöhung der Fuhrparkeffizienz.

- Stetige Prozess- und Routenoptimierungen für eine Minimierung der km-Laufleistungen.

- Auswertung der definierten Ziele sowie Implementation von Massnahmen in Bezug auf die externe Fahrzeugbewirtschaftung.

**Compliance**

APG|SGA hält alle Gesetze, Richtlinien, Normen und Standards ein. APG|SGA überprüft die Wirksamkeit interner Kontrollsysteme und Richtlinien. Bei Fehlverhalten werden entsprechende Massnahmen getroffen.

- Jährliche Überprüfung sowie Überarbeitung des «Code of Conduct» der APG|SGA.
- Bis Ende 2018 bestanden sämtliche Mitarbeitende der APG|SGA Gruppe erfolgreich das E-Learning «Anti-Bestechungs- und -Korruptionsrichtlinien».
- Schulung sämtlicher Büromitarbeitenden mittels E-Learning.
- Im 2018 wurde ein Compliance Committee definiert und aufgesetzt.
- Stichproben <10 wurden durchgeführt mit einem positiven Ergebnis und ohne Auffälligkeiten.
- Konstante Weiterführung der Schulungen.

- Kontinuierliche Verbesserung sowie Implementierung gesetzlicher Änderungen mittels E-Learning.

- Neue Mitarbeitende werden konsequent geschult.

- Stichproben zur Kontrolle der Einhaltung der Anti-Bestechungs- und -Korruptionsrichtlinien durch das Compliance Committee.





## Konsolidierte Bilanz

<b>Aktiven</b>	in 1000 CHF	31.12.2018	31.12.2017
Immobilien		33 873	35 119
Werbeträger		21 492	23 328
Übrige Sachanlagen		4 482	5 281
<b>Sachanlagen</b>		<b>59 847</b>	<b>63 728</b>
Aktive latente Steuern		1 581	1 507
Beteiligungen an Gemeinschaftsorganisationen		130	210
Übrige Finanzanlagen		7 575	7 156
<b>Finanzanlagen</b>		<b>9 286</b>	<b>8 873</b>
Goodwill		5 997	7 649
Vertragliche Werberechte		16 932	15 884
<b>Immaterielle Anlagen</b>		<b>22 929</b>	<b>23 533</b>
<b>Anlagevermögen</b>		<b>92 062</b>	<b>96 134</b>
Vorräte		2 379	2 465
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		38 603	38 186
Übrige Forderungen		2 078	4 152
Rechnungsabgrenzung Aktiven		6 456	5 692
Flüssige Mittel und Festgeldanlagen		60 128	90 490
<b>Umlaufvermögen</b>		<b>109 644</b>	<b>140 985</b>
<b>Total</b>		<b>201 706</b>	<b>237 119</b>

<b>Passiven</b>	in 1000 CHF	31.12.2018	31.12.2017
Aktienkapital		7 800	7 800
Kapitalreserven		13 449	13 746
Eigene Aktien		-748	-2 337
Umrechnungsdifferenzen		-1 461	-758
Gewinnvortrag		77 171	101 865
<b>Eigenkapital</b>		<b>96 211</b>	<b>120 316</b>
Rückstellungen		7 614	10 760
Passive latente Steuern		4 919	5 550
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>		<b>12 533</b>	<b>16 310</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		12 369	15 654
Geschuldete Steuern		4 247	4 905
Übrige Verbindlichkeiten		24 584	22 492
Rechnungsabgrenzung Passiven		49 016	56 376
Rückstellungen		2 746	1 066
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>		<b>92 962</b>	<b>100 493</b>
<b>Fremdkapital</b>		<b>105 495</b>	<b>116 803</b>
<b>Total</b>		<b>201 706</b>	<b>237 119</b>

## Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1000 CHF	2018	2017	Veränderung
Werbeertrag	302 110	300 693	0.5%
Immobilienertag	1 652	1 650	0.1%
Übriger Betriebsertrag	805	2 434	-66.9%
<b>Betriebsertrag</b>	<b>304 567</b>	<b>304 777</b>	<b>-0.1%</b>
Konzessionen und Kommissionen	-139 363	-134 587	3.5%
Personalaufwand	-61 352	-62 446	-1.8%
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	-31 178	-32 974	-5.5%
<b>Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>72 674</b>	<b>74 770</b>	<b>-2.8%</b>
Abschreibungen Sachanlagen	-10 750	-11 018	-2.4%
Abschreibungen immaterielle Anlagen	-758	-770	-1.6%
Abschreibungen Goodwill	-1 652	-1 652	
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>59 514</b>	<b>61 330</b>	<b>-3.0%</b>
Finanzergebnis	-393	1 966	
Ergebnis an Gemeinschaftsorganisationen	-74	-90	
<b>Ordentliches Ergebnis vor Ertragssteuern</b>	<b>59 047</b>	<b>63 206</b>	<b>-6.6%</b>
Ertragssteuern	-11 871	-12 486	-4.9%
<b>Konzernergebnis</b>	<b>47 176</b>	<b>50 720</b>	<b>-7.0%</b>
<b>Basis- und verwässerter Gewinn pro Aktie, in CHF</b>	<b>15.74</b>	<b>16.92</b>	<b>-7.0%</b>

## Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in 1000 CHF	Aktienkapital	Kapitalreserven	Eigene Aktien	Umrechnungs- differenzen	Gewinnvortrag	Eigenkapital
per 01.01.2017	7 800	13 711	-377	-2 474	123 106	<b>141 766</b>
Konzernergebnis					50 720	<b>50 720</b>
Umrechnungsdifferenzen				1 716		<b>1 716</b>
Ausschüttungen					-71 961	<b>-71 961</b>
Kauf eigene Aktien			-2 722			<b>-2 722</b>
Verkauf eigene Aktien		58	762			<b>820</b>
Eigenkapital Transaktionskosten		-23				<b>-23</b>
per 31.12.2017	7 800	13 746	-2 337	-758	101 865	<b>120 316</b>
Konzernergebnis					47 176	<b>47 176</b>
Umrechnungsdifferenzen				-703		<b>-703</b>
Ausschüttungen					-71 870	<b>-71 870</b>
Kauf eigene Aktien			-750			<b>-750</b>
Verkauf eigene Aktien		-289	2 339			<b>2 050</b>
Eigenkapital Transaktionskosten		-8				<b>-8</b>
per 31.12.2018	7 800	13 449	-748	-1 461	77 171	<b>96 211</b>

### Begriffserklärungen Finanzen

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

**EBIT** Earnings before interest and taxes: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

**Free Cash flow** Mittelfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit abzüglich Mittelfluss aus Investitionstätigkeit

**Gearing** Verschuldungsgrad: Nettoverschuldung in % des Eigenkapitals

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

**Nettoverschuldung (Net debt)** Verzinsliches Fremdkapital abzüglich zinstragendes Umlaufvermögen (flüssige Mittel, Wertschriften)

**Payout ratio** Ausschüttung in % des Nettoergebnisses

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

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

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

## Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1000 CHF	2018	2017
Konzernergebnis	47 176	50 720
Abschreibungen	13 160	13 440
Veränderung der Rückstellungen	-384	-402
Veränderung der latenten Steuern	-690	-679
Nicht liquiditätswirksames Finanzergebnis	257	-1 137
Gewinne aus Veräusserung von Anlagevermögen	-805	-1 828
Ergebnis an Gemeinschaftsorganisationen	74	90
<b>Cash flow</b>	<b>58 788</b>	<b>60 204</b>
Veränderung der Vorräte	75	-143
Veränderung Forderungen	1 392	3 912
Veränderung aktive Rechnungsabgrenzung	-770	1 034
Veränderung Verbindlichkeiten	-1 814	-11 952
Veränderung passive Rechnungsabgrenzung	-8 309	-5 252
<b>Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)</b>	<b>49 362</b>	<b>47 803</b>
Erwerb von Sachanlagen	-7 056	-10 963
Erwerb von immateriellen Anlagen	-1 061	-1 070
Erwerb von Beteiligungen an Tochtergesellschaften		-284
Erwerb von übrigen Finanzanlagen	-432	-3 508
Veräusserungserlös Sachanlagen	810	2 755
Veräusserungserlös immaterielle Anlagen		2 827
<b>Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-7 739</b>	<b>-10 243</b>
Kauf eigene Aktien	-750	-2 722
Verkauf eigene Aktien	715	800
Rückzahlung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten		-189
Dividenden an Aktionäre APG SGA AG	-71 870	-71 961
<b>Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-71 905</b>	<b>-74 072</b>
Fremdwährungseinflüsse auf flüssigen Mitteln	-80	185
<b>Veränderung der flüssigen Mittel</b>	<b>-30 362</b>	<b>-36 327</b>
Bestand flüssige Mittel per 1. Januar	90 490	126 817
Bestand flüssige Mittel per 31. Dezember	60 128	90 490

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](http://www.apgsga.ch/geschaeftsbericht)



APG|SGA SA  
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](http://www.apgsga.ch)

Werbung an Flughäfen:

[www.apgsga.ch/airport](http://www.apgsga.ch/airport)

Mobile Advertising entlang der  
Customer Journey:

[www.apgsga.ch/interaction](http://www.apgsga.ch/interaction)

Fixe und temporäre Gross-Werbeflächen:

[www.apgsga.ch/megaposter](http://www.apgsga.ch/megaposter)

Werbung und Orientierungssysteme  
in den Bergen:

[www.apgsga.ch/mountain](http://www.apgsga.ch/mountain)

Live-Kommunikation mit Promotionen,  
Samplings und Fundraising:

[www.apgsga.ch/promotion](http://www.apgsga.ch/promotion)

Angebotsentwicklung und Verkauf  
Sonderformate in Bahnhöfen:

[www.apgsga.ch/rail](http://www.apgsga.ch/rail)

Aussen- und Innenwerbeflächen an  
Fahrzeugen des öffentlichen Verkehrs:

[www.apgsga.ch/traffic](http://www.apgsga.ch/traffic)



## **Impressum**

Herausgeber: APG|SGA AG  
Layout: Rolf Stocker, Luzern  
Lithos und Druck: UD Medien, 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.apgsga.ch/geschaeftsbericht](http://www.apgsga.ch/geschaeftsbericht)

2019 © APG|SGA AG  
Alle Rechte vorbehalten



Gedruckt in der Schweiz  
April 2019

