



Zufriedenstellendes Ergebnis im Heimmarkt Schweiz. Zusätzliche Wertberichtigungen im Ausland. Anpassung der Strategie und Führungsorganisation.

In Kürze

- Rückgang der Verkaufserlöse um 10,5% auf 304,3 Mio. CHF (Heimmarkt +3,6% auf 259,0 Mio. CHF, Ausland –49,8% auf 45,2 Mio. CHF)
- Erhöhung des EBITDA um 12,5% auf 51,3 Mio. CHF
- Betriebsergebnis (EBIT) von –39,1 Mio. CHF, bedingt durch Impairment im Betrag von insgesamt 70,8 Mio. CHF
- Nettoergebnis von –52,3 Mio. CHF, bedingt durch Impairment im Betrag von insgesamt 67,4 Mio. CHF
- Erhöhung des Free Cash flow um 77,8% auf 32,6 Mio. CHF
- Reduktion der Nettoverschuldung von 34,5 Mio. CHF auf 4,1 Mio. CHF

Kennzahlen	in 1 000 CHF	2010	2009	Veränderung
Verkaufserlös		304 280	340 018	– 10,5%
– Schweiz		259 035	250 077	3,6%
– International ¹		45 153	89 892	– 49,8%
EBITDA		51 327	45 624	12,5%
– in % von Verkaufserlös		16,9%	13,4%	
Betriebsergebnis (EBIT)		– 39 098	– 65 171	40,0%
– in % von Verkaufserlös		– 12,8%	– 19,2%	
Ergebnis der fortgeführten Geschäftstätigkeiten		– 52 720	– 41 435	– 27,2%
– in % von Verkaufserlös		– 17,3%	– 12,2%	
Nettoergebnis		– 52 306	– 59 132	11,5%
– in % von Verkaufserlös		– 17,2%	– 17,4%	
Cash flow		44 876	35 851	25,2%
Free Cash flow		32 635	18 352	77,8%
Investitionen Sachanlagen		5 368	13 289	– 59,6%
– Werbeträger		2 836	10 792	
– Übrige Anlagen		2 532	2 497	
Ergebnis der fortgeführten Geschäftstätigkeiten pro Aktie, in CHF		– 17,82	– 12,78	
Nettoergebnis pro Aktie, in CHF		– 17,82	– 19,84	
Dividende pro Aktie, in CHF				

¹ Griechenland und übriges Ausland

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

EBIT: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

Sehr geehrte Damen und Herren

Geschäftsentwicklung

Unser Unternehmen war 2010 mit zahlreichen anspruchsvollen Herausforderungen konfrontiert, die vorwiegend auf die Folgen der früheren Investments im Rahmen der Auslandstrategie zurückzuführen waren. Der verkleinerte Verwaltungsrat und die neue Unternehmensleitung sind intensiv damit beschäftigt, durch konsequentes Handeln die Voraussetzungen für eine rasche und nachhaltige Bewältigung der schwierigen Situation zu schaffen.

Die gruppenweiten Verkaufserlöse sind um 10,5% auf 304,3 Mio. CHF gefallen (Vorjahr 340,0 Mio. CHF). Bei guter operativer Ertragskraft in der Schweiz wird das Ergebnis der Gruppe stark belastet von der negativen Umsatz- und Währungsentwicklung im Ausland. Die ergriffenen Kostensenkungsmassnahmen konnten diese Auswirkungen nur bedingt kompensieren. Der EBITDA ist um 12,5% auf 51,3 Mio. CHF gestiegen (Vorjahr 45,6 Mio. CHF), was einer gruppenweiten EBITDA-Marge von 16,9% entspricht (Vorjahr 13,4%).

Das Nettoergebnis beläuft sich auf –52,3 Mio. CHF (Vorjahr –59,1 Mio. CHF), positiv beeinflusst durch einen Impairment bedingten Steuereffekt von 3,3 Mio. CHF (Vorjahr 36,6 Mio. CHF). Es ist massgeblich geprägt von Wertberichtigungen auf den ausländischen Aktivitäten im Umfang von 70,8 Mio. CHF vor Steuern (Vorjahr 82,6 Mio. CHF). Ohne diese Impairments wäre ein positives Nettoergebnis von 15,1 Mio. CHF erwirtschaftet worden.

Auslandmärkte

Die nach Auflösung des EPI Joint-Ventures (50% Affichage Holding, 50% JCDecaux Gruppe) getätigten, zahlreichen internationalen Akquisitionen müssen im Nachhinein leider mehrheitlich als gescheitert oder zumindest als enttäuschend qualifiziert werden. Dies betrifft nicht nur unsere Operationen in Griechenland, sondern ebenso jene in diversen osteuropäischen Ländern. Die positive Ausnahme Serbien kann nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich die damalige Expansion ins Ausland für die Affichage Holding als grosse Belastung erwiesen und das Unternehmen insgesamt in eine unbefriedigende Situation geführt hat.

Wie anlässlich der letzten Generalversammlung angekündigt, wurde inzwischen eine umfassende Prüfung aller Auslandaktivitäten durchgeführt und abgeschlossen. Gleichzeitig wurden Sofortmassnahmen zur Schadensbegrenzung initiiert und umgesetzt. Unsere aktuellen Analysen ergaben, dass wir in Griechenland, Rumänien, Bulgarien, Ungarn, Serbien und Bosnien zusätzliche Wertberichtigungen von insgesamt 70,8 Mio. CHF vor Steuern auf unseren damaligen Investitionen vornehmen müssen (Vorjahr 82,6 Mio. CHF).

Verwaltungsrat und Unternehmensleitung sind sich einig, dass die strategische Priorität für die Affichage Holding inskünftig wieder klar im Heimmarkt Schweiz liegen soll. Es ist unser Ziel, das Auslandportfolio rasch an die neue strategische Ausrichtung anzupassen. In den vergangenen Monaten wurden bereits zahlreiche Verhandlungen mit möglichen Käufern und Joint-Venture Partnern geführt. Wir arbeiten weiterhin intensiv daran und gehen davon aus, in naher Zukunft deutliche Fortschritte bei der Umsetzung eines Portfolios mit stark reduziertem Risikoprofil kommunizieren zu können.

Markt Schweiz

Im Gegensatz zu den Auslandaktivitäten entwickelten sich die Gesellschaften in der Schweiz im Rahmen unserer Erwartungen. Die Verkaufserlöse im Geschäftsjahr 2010 stiegen um 3,6% auf 259,0 Mio. CHF (Vorjahr 250,1 Mio. CHF). Der EBITDA steigerte sich um 17,5% auf 68,1 Mio. CHF, was einer EBITDA-Marge von 26,3% entspricht (Vorjahr 23,2%). Das insgesamt gute Ergebnis spiegelt das konsequente Kostenmanagement und die ersten positiven Auswirkungen der neuen Unternehmensstruktur.

Wir sind zuversichtlich, dass wir die starke Marktposition der Affichage Holding SA in der Schweiz auch in Zukunft weiterentwickeln können. Wir werden den Fokus auf eine Stärkung unserer Innovationsfähigkeit, eine Intensivierung der Verkaufsaktivitäten und die Schaffung von überzeugenden Mehrwerten für unsere Marktpartner legen.

Organisation

Anlässlich der Generalversammlung der Affichage Holding SA vom 26. Mai 2011 wird Dr. Klaus Hug nach Ablauf seines Mandats sich nicht zur Wiederwahl als Verwaltungsrat stellen. Als neues Mitglied beantragt der Verwaltungsrat die Wahl von Robert Schmidli, welcher als unabhängige Persönlichkeit umfassende Kompetenzen in den Bereichen Werbemarkt, Medien und Verkaufsorganisation in den Verwaltungsrat einbringen kann. Er ist ein profunder Kenner des Schweizer Marktes und übte sehr erfolgreich Managementfunktionen bei Xerox, Bertelsmann Fachmedien, LTV/Gelbe Seiten und Publicitas aus.

Nach dem Rücktritt des langjährigen Affichage Unternehmensleiters und einer kurzen Übergangsphase unter Führung des Verwaltungsratsmitgliedes Markus Scheidegger hat wie vorgesehen per 1. Oktober 2010 der neue CEO, Dr. Daniel Hofer, den Vorsitz der Unternehmensleitung übernommen.

Per 1. Januar 2011 wurden die Unternehmensleitungen der Affichage Holding und der bedeutendsten Schweizer Tochtergesellschaft APG/SGA zusammengelegt. Die Gesamtleitung der Gruppe wird nun in Personalunion durch den CEO wahrgenommen. Im Sinne einer Straffung der Führungsstrukturen wurden diverse Bereiche zusammengefasst. Von der NZZ Mediengruppe wechseln zusammen mit dem CEO zwei weitere Kader zur Affichage Holding. Daniel Strobel, der für den Bereich Werbemarkt und Segmentgesellschaften Schweiz verantwortlich zeichnet, hat per 1. März 2011 seine Arbeit aufgenommen. Markus Ehrle, Leiter Marketing und Business Development, wird per 1. April 2011 in unser Unternehmen eintreten. Von der SIX Group wird per 1. Juli 2011 Marcel Seiler als neuer Leiter Human Resources zum Unternehmen stossen. Das oberste Management umfasst ebenfalls Thomas Rainer (Internationale Märkte) und die langjährigen Affichage Spitzenkader Dr. Ulrich von Bassewitz (CFO), Beat Holenstein (Partner- und Product-Management) und Walter Oeschger (Logistik). Oliver Achermann (Corporate Center) wird das Unternehmen per Sommer 2011 verlassen, da diese Funktion im Rahmen der Neuorganisation nicht weitergeführt wird.

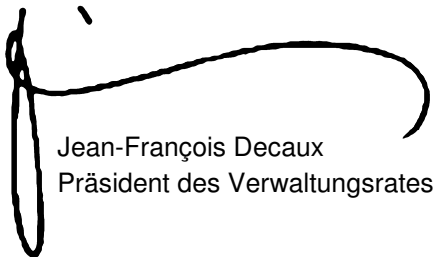
Dividendenantrag

Das als Folge unserer Auslandexpansion nochmals belastete Ergebnis 2010 veranlasst uns, den Fokus auf der Stärkung des Eigenkapitals zu legen. Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung deshalb, analog zum Vorjahr nochmals auf die Auszahlung einer Dividende zu verzichten. Wie von Jean-François Decaux anlässlich der letzten Generalversammlung angekündigt, verzichtet der Verwaltungsrat seit diesem Zeitpunkt auf sämtliche Honorare, solange keine Dividende ausbezahlt wird. Damit wollen wir dazu beitragen, die Basis für eine gesunde, von Altlasten befreite Zukunft zu schaffen. Ziel ist es, so rasch als möglich zu unserer traditionell aktionärsfreundlichen Ausschüttungspolitik zurückzufinden.

Ausblick

In den Auslandmärkten werden wir die Massnahmen zur Anpassung unseres Portfolios zielstrebig weiterführen. Die konjunkturelle Entwicklung in diesen Märkten und die damit korrelierenden Werbeausgaben beurteilen wir für 2011 sehr zurückhaltend. In der Schweiz erwarten wir nach einem eher verhaltenen Start positive Impulse, basierend auf der allgemeinen konjunkturellen Situation, verbunden mit zusätzlichen Kampagnen aufgrund des Wahljahres. Das Werbevolumen bleibt jedoch geprägt von Volatilität und kurzfristigem Buchungsverhalten.

Ihnen, sehr geehrte Damen und Herren Aktionäre, danken wir an dieser Stelle herzlich für Ihre Loyalität und Unterstützung. Der Verwaltungsrat und die neue Unternehmensleitung sind mit grossem Engagement daran, das Unternehmen wieder auf Kurs zu bringen, die Problemfelder zu bereinigen und die Voraussetzungen für eine positive Zukunft zu schaffen. Wir sind davon überzeugt, dass die Anpassung der strategischen Ausrichtung, die neue Führungsstruktur und die Rückbesinnung auf die traditionellen Werte und Stärken des Unternehmens eine gute Grundlage für den künftigen Erfolg bilden werden.



Jean-François Decaux
Präsident des Verwaltungsrates



Dr. Daniel Hofer
Chief Executive Officer

Verdichtete konsolidierte Bilanz

Aktiven	in 1 000 CHF	31.12.2010	31.12.2009
Sachanlagen		87 907	106 710
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen		333	316
Übrige Finanzanlagen		2 043	3 266
Immaterielle Anlagen		75 263	131 810
Latente Steuern		15 195	27 068
Anlagevermögen		180 741	269 170
Vorräte		3 424	3 535
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		44 366	65 943
Übrige Forderungen		11 692	26 570
Rechnungsabgrenzung Aktiven		8 210	8 416
Wertschriften		430	554
Flüssige Mittel und Festgeldanlagen		26 253	20 901
Umlaufvermögen		94 375	125 919
Total		275 116	395 089
Passiven			
Aktienkapital		7 800	7 800
Konzernreserven		144 268	216 580
Nettoergebnis		- 52 306	- 59 132
Eigenkapital Aktionäre Affichage Holding SA		99 762	165 248
Minderheitsanteile		1 163	1 926
Eigenkapital		100 925	167 174
Rückstellungen		31 130	26 655
Latente Steuern		7 588	10 505
Langfristige Verbindlichkeiten		15 732	10 964
Langfristiges Fremdkapital		54 450	48 124
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		18 336	38 551
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten		15 770	46 005
Geschuldete Steuern		3 036	2 995
Übrige Verbindlichkeiten		28 753	41 343
Rechnungsabgrenzung Passiven		53 846	50 897
Kurzfristiges Fremdkapital		119 741	179 791
Fremdkapital		174 191	227 915
Total		275 116	395 089

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1 000 CHF	2010	2009	Veränderung
Werbeeinnahmen	304 280	340 018	- 10,5%
Immobilienertag	2 298	2 194	4,7%
Betriebsertrag	306 578	342 212	- 10,4%
Konzessionen und Kommissionen	- 141 406	- 164 065	- 13,8%
Personalkosten	- 68 337	- 67 983	0,5%
Betriebs- und Verwaltungskosten	- 45 508	- 64 540	- 29,5%
EBITDA	51 327	45 624	12,5%
Abschreibungen	- 14 266	- 20 587	- 30,7%
Abschreibungen immaterielle Werte	- 5 392	- 7 630	- 29,3%
Impairment	- 70 767	- 82 578	- 14,3%
Betriebsergebnis (EBIT)	- 39 098	- 65 171	40,0%
Finanzergebnis	- 1 989	- 7 344	
Anteil Gesellschaften nach Equity-Methode	57	44	
Ergebnis vor Ertragsteuern	- 41 030	- 72 471	
Ertragssteuern	- 11 690	31 036	
Ergebnis der fortgeführten Geschäftstätigkeiten	- 52 720	- 41 435	
Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen		- 21 035	
Konzernergebnis	- 52 720	- 62 470	15,6%
- davon Minderheiten	- 414	- 3 338	
- davon Aktionäre Affichage Holding SA (Nettoergebnis)	- 52 306	- 59 132	11,5%
Basis- und verwässerter Gewinn pro Aktie, in CHF	- 17,82	- 19,84	10,2%

Segmentinformationen in Mio. CHF		Verkaufserlös	EBITDA	Nettoergebnis
Schweiz	2010	259,0	68,1	42,0
	2009	250,1	58,0	58,5
Griechenland	2010	10,7	- 16,0	- 21,9
	2009	49,3	- 12,1	- 86,3
Übriges Ausland	2010	34,4	3,4	- 79,4
	2009	40,6	3,9	- 31,4
Holding	2010	3,2	- 4,2	0,8
	2009	3,6	- 4,2	- 18,0
Überleitung zur konsolidierten Erfolgsrechnung	2010	- 3,1		6,2
	2009	- 3,6		18,1
Total	2010	304,3	51,3	- 52,3
	2009	340,0	45,6	- 59,1

Eigenkapital und Gesamtergebnis

Konsolidierter Eigenkapitalnachweis in 1 000 CHF	Aktien- kapital	Eigene Aktien	Kapital- reserven Agio	Umrech- nungs- differenzen	Nicht- realisierte Gewinne/ Verluste	Anteil Aktionäre Affichage Holding SA		Total	Minder- heits- anteile	Total Eigen- kapital
						Neube- wertungs- reserve	Gewinn- vortrag und andere Reserven			
per 01.01.2009 ¹	7 800	- 8 980	5 632	- 14 793	295	46 221	184 394	220 569	12 704	233 273
Gesamtergebnis				1 466	16		- 35 706	- 34 224	- 3 407	- 37 631
Veränderung Konsolidierungskreis									- 4 918	- 4 918
Erwerb von Minderheiten (Non-controlling interests)							- 8 407	- 8 407	- 990	- 9 397
Dividenden							- 13 146	- 13 146	- 1 463	- 14 609
Kauf/Verkauf eigene Aktien		2 001					- 1 545	456		456
per 31.12.2009	7 800	- 6 979	5 632	- 13 327	311	46 221	125 590	165 248	1 926	167 174
Gesamtergebnis				- 6 600	- 124		- 58 834	- 65 558	- 370	- 65 928
Reklassifizierung von Reserven						- 162	162			
Veränderung Konsolidierungskreis									4	4
Dividenden									- 397	- 397
Kauf/Verkauf eigene Aktien		- 2 560					2 632	72		72
per 31.12.2010	7 800	- 9 539	5 632	- 19 927	187	46 059	69 550	99 762	1 163	100 925

¹ Angepasst aufgrund definitiver Kaufpreiszuteilung und nach IFRIC 14

Konsolidierte Gesamtergebnisrechnung in 1 000 CHF	2010		2009	
	Brutto	Ertrag- steuer- effekt Netto	Brutto	Ertrag- steuer- effekt Netto
Konzernergebnis		- 52 720		- 62 470
Nicht realisierte Gewinne/Verluste auf Wertschriften	- 165	41	- 124	21
Währungsumrechnungsdifferenzen	- 5 318	- 1 239	- 6 557	1 115
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	- 8 703	2 176	- 6 527	31 235
Gesamtergebnis		- 65 928		- 37 631
- davon Minderheiten		- 370		- 3 407
- davon Aktionäre Affichage Holding SA		- 65 558		- 34 224

Verdichtete konsolidierte Mittelflussrechnung

in 1 000 CHF	2010	2009
Ergebnis der fortgeführten Geschäftstätigkeiten	- 52 720	- 41 435
Abschreibungen/Impairment	90 425	110 795
Nicht-realisierte Gewinne/Verluste Wertschriften	- 124	16
Veränderung der Rückstellungen, Steuern und Zinsen	6 787	- 33 626
Gewinn aus Veräusserung von Anlagevermögen	565	145
Anteil Gesellschaften nach Equity-Methode	- 57	- 44
Cash flow	44 876	35 851
Veränderung der Vorräte	- 37	34
Veränderung Forderungen	31 985	27 217
Veränderung Wertschriften	124	- 22
Veränderung Verbindlichkeiten	- 25 891	- 4 779
Veränderung Rechnungsabgrenzungsposten	4 631	- 9 638
Mittelfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	55 688	48 663
Erwerb von Anlagen	- 24 297	- 38 132
Veräusserungserlös Anlagen	1 244	7 821
Mittelfluss aus Investitionstätigkeit	- 23 053	- 30 311
Kauf/Verkauf eigene Aktien	143	456
Veränderung kurzfristige Bankverbindlichkeiten	- 30 232	- 17 980
Veränderung langfristige Finanzschulden	4 782	- 13 323
Dividenden an Aktionäre Affichage Holding SA		- 13 146
Dividenden an Minderheiten	- 397	- 1 463
Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit	- 25 704	- 45 456
Geldfluss aus aufgegebenen Geschäftsbereichen		- 2 541
Flüssige Mittel der zur Veräusserung gehaltenen Geschäftstätigkeiten per 31. Dezember		
Fremdwährungseinflüsse auf flüssigen Mitteln	- 1 579	- 440
Veränderung der flüssigen Mittel	5 352	- 30 085
Bestand flüssige Mittel per 1. Januar	20 901	50 986
Bestand flüssige Mittel per 31. Dezember	26 253	20 901

Kommentar zum Ergebnis

Allgemeine Lage

Die von der Affichage Gruppe bearbeiteten Aussenwerkbemärkte entwickelten sich 2010 unterschiedlich. Während in der Schweiz im zweiten Semester eine leichte Belebung des Geschäftes spürbar war, hält im Ausland die rezessionsbedingte Baisse unvermindert an. Das rauhe Umfeld in Südosteuropa, Sonderbelastungen durch Wertberichtigungen, Währungsumrechnungsverluste sowie IFRS-bedingte Belastungen bezüglich Pensionskassenverpflichtungen hinterlassen im Ergebnis und in der Bilanz sichtbare Spuren. Dank der Stärke im Heimmarkt Schweiz konnte die Gruppe einen respektablen Cash flow erwirtschaften.

Affichage Gruppe

Die gruppenweiten Verkaufserlöse sind um 10,5% auf 304,3 Mio. CHF gefallen (Vorjahr 340,0 Mio. CHF). Das organische Wachstum in Lokalwährungen betrug –8,8%, wobei Währungseinflüsse die Entwicklung mit –1,7% beeinflusst haben. Die Immobilienerträge sind um 4,7 % auf 2,3 Mio. CHF gestiegen. Bei guter operativer Ertragskraft in der Schweiz wird das Ergebnis der Gruppe stark belastet von der negativen Umsatz- und Währungsentwicklung im Ausland. Die ergriffenen Kostensenkungsmassnahmen konnten diese Auswirkungen nur bedingt kompensieren. Der EBITDA ist um 12,5% auf 51,3 Mio. CHF gestiegen (Vorjahr 45,6 Mio. CHF), was einer gruppenweiten EBITDA-Marge von 16,9% entspricht (Vorjahr 13,4%).

Das Nettoergebnis beläuft sich auf –52,3 Mio. CHF (Vorjahr –59,1 Mio. CHF). Es ist massgeblich geprägt von Wertberichtigungen auf den ausländischen Aktivitäten im Umfang von 70,8 Mio. CHF vor Steuern (Vorjahr 82,6 Mio. CHF). Ohne diesen Sondereffekt wäre ein positives Nettoergebnis von 15,1 Mio. CHF erwirtschaftet worden. Das Nettoergebnis für die Periode vom Januar bis September 2010 beträgt 3,8 Mio. CHF. Das den Aktionären der Affichage Holding SA zurechenbare Gesamtergebnis (Comprehensive income) beläuft sich auf –65,6 Mio. CHF (Vorjahr –34,2 Mio. CHF).

Segment Schweiz

Im Heimmarkt Schweiz sind die Verkaufserlöse um 3,6% auf 259,0 Mio. CHF gestiegen (Vorjahr 250,1 Mio. CHF). Zu diesem Wachstum haben praktisch alle Bereiche beigetragen. Während im ersten Semester eine leichte Zunahme von 0,2% zu verzeichnen war, hat sich in der zweiten Jahreshälfte das Wachstum auf 6,4% beschleunigt. Der EBITDA hat sich um 17,5% auf 68,1 Mio. CHF erhöht (Vorjahr 58,0 Mio. CHF), was einer EBITDA-Marge von 26,3% (Vorjahr 23,2%) entspricht. Die verbesserte Marge ist erreicht worden durch Restrukturierungsmassnahmen und straffes Kostenmanagement. Die Umsatzsteigerung konnte mit einer tieferen Kostenbasis realisiert werden, wobei in den Kosten auch Reorganisationsaufwendungen und die Wiederaufnahme der Auszahlung einer Mitarbeiter-Erfolgsprämie enthalten ist. Das auf 42,0 Mio. CHF reduzierte Nettoergebnis (Vorjahr 58,5 Mio. CHF) ist mit dem Vorjahr nur beschränkt vergleichbar, da es 2009 durch einen Impairment bedingten Steuerertrag positiv beeinflusst worden war.

Die APG AG, unsere umsatzmässig grösste Beteiligung, hat ihr Plakatstellen-Netz weiter konsolidiert und mit verschiedenen neuen oder erneuerten Konzessionsverträgen ihr Vertragsportefeuille wiederum gefestigt. Nach dem Gewinn des öffentlichen Submissionsverfahrens wird der Schweizer Marktführer die öffentlichen Plakatstellen in der Stadt Bern bis 2018 weiterhin bewirtschaften und bleibt im Besitz aller wichtigen Stadtverträge des Landes. In St. Gallen konnte im November 2010 die erste von insgesamt 20 neuen Buswartehallen ihrem Betrieb übergeben werden – innovatives, werbefinanziertes Stadtmobiliar, welches der steuerzahlenden Bevölkerung zugute kommt und für den Werbeauftraggeber hochfrequentierte Standorte in den Zentren erschliesst. Die Leistungswerte des Plakats werden von der unabhängig arbeitenden Swiss Poster Research Plus AG wissenschaftlich erhoben: Die wichtigsten APG Produkte basieren alle auf individuellen, gewichteten SPR+ Kontaktwerten, und die Kunden profitieren bei der Planung von einer einheitlichen Tarifstruktur. Plakate besitzen die grösste Hebelwirkung zur Steigerung der Verkaufsumsätze und erzielen von allen klassischen Werbemedien den höchsten Return on Investment ROI (Studie zur Absatzwirkung der Werbung in der Schweiz und Deutschland, BrandScience, Hamburg 2010). Zwei neue Instrumente erweitern die APG Digital-Services: PosterDirect® unterstützt – von der Gestaltung bis zum Druck – die individuelle Realisation ganzer Plakatkampagnen online, PosterPlus® ermöglicht, interessierende Plakate mit Smartphones vor Ort zu fotografieren, um sofort zu weitergehenden Informationen zu beworbenen Produkten zu gelangen. Im Umweltbereich ist es der APG durch gelebte Nachhaltigkeit – Ökostrom für Leuchtwerbung, Einsatz von Eco-Fahrzeugen, u.a. – gelungen, die Umweltbelastung zwischen 2005 und 2009 insgesamt um rund ein Viertel zu reduzieren.

APGTraffic, Partnerin von über 90% aller städtischen und regionalen Verkehrsbetriebe sowie Postautos der Schweiz, blickt mit guten Umsätzen und einem gefestigten Vertragsportefeuille erneut auf ein erfolgreiches Jahr zurück. TrafficMediaScreen, das 2009 in Luzern neu eingeführte, digitale Format, wird sowohl vom Werbemarkt als auch von den Fahrgästen sehr geschätzt. Dies hat die neueste Forschungsarbeit ergeben, die APGTraffic 2010 im Interesse des Konzessionspartners Verkehrsbetriebe Luzern vbl und mit Blick auf einen Einsatz des Mediums bei weiteren Verkehrsbetrieben in Auftrag gegeben hat. eAd, führender Anbieter für elektronische Out-of-home Kommunikation, hat ebenfalls mit Erfolg gearbeitet und wird 2011 mit ePanels in den Schweizer Bahnhöfen einen Meilenstein setzen. Als Weiterentwicklung des je nach Standort unterschiedlich dimensionierten eBoard weist das neue Format eine einheitliche, zwei Quadratmeter messende Standardfläche auf und liefert mit seinem 82-Zoll-LCD-Screen bewegte Bilder in Full-HD-Qualität. Der Flughafen-Spezialist Bercher hat sein konzeptionell erneuertes Leucht-Werbeflächen-Angebot im AIG, Aéroport International de Genève, erfolgreich vermarktet und einmal mehr erfreuliche Resultate erzielt. APGMontagne, spezialisiert auf Out-of-home Werbung am Berg, konnte mit den Unternehmen Corvatsch, Lenzerheide, Lenk und den Jungfraubahnen weitere exklusive Vermarktungsverträge unterzeichnen. Paron konnte erstmals in der Schweiz ein Wideboard installieren, welches das vielfältige Grossflächen-Angebot um ein neues attraktives Format bereichert.

Segmente International: Griechenland und übriges Ausland

Der Bereich International ist gemäss Rechnungslegungsstandard IFRS 8 (Segmentberichterstattung) in die Segmente Griechenland und übriges Ausland unterteilt. Der gesamte Auslandanteil am Gruppenumsatz verminderte sich von 26,4% auf 14,8% und erreicht 45,2 Mio. CHF (Vorjahr 89,9 Mio. CHF). Der Rückgang beläuft sich auf 49,8%, wovon 6,4% negativ beeinflusst durch Währungseinflüsse. Insgesamt erwirtschaftete der Bereich International ein EBITDA von –12,5 Mio. CHF (Vorjahr –8,1 Mio. CHF).

Griechenland verzeichnete einen Rückgang der Verkaufserlöse um 78,3% auf 10,7 Mio. CHF (Vorjahr 49,3 Mio. CHF), davon 8,4% währungsbedingt. Dazu beigetragen haben neben der stark spürbaren Wirtschaftskrise die Effekte aus dem nationalen Tabakwerbverbot sowie die 2010 begonnene, strenge Umsetzung der gesetzlichen Aussenwerbe-Regelungen, die 2001 eingeführt und bisher noch nie angewandt worden waren. Trotz fortlaufender Reduktion einerseits der Ressourcen und andererseits vertraglicher Verpflichtungen gegenüber Drittparteien konnte der damit verbundene Kostenabbau die Umsatzrückgänge nur teilweise kompensieren. In Verknüpfung mit überhöhten Fixabgaben und Werbesteuern sowie anfallenden Restrukturierungskosten resultierte ein EBITDA von –16,0 Mio. CHF (Vorjahr –12,1 Mio. CHF). Das Nettoergebnis beträgt –21,9 Mio. CHF (Vorjahr –86,3 Mio. CHF) und beinhaltet ein Impairment von 1,7 Mio. CHF für die Beteiligung La Strada Outdoor SA.

Die Verkaufserlöse im übrigen Ausland reduzierten sich um 15,2% auf 34,4 Mio. CHF (Vorjahr 40,6 Mio. CHF), wobei über 80% auf Währungseinflüsse zurückzuführen ist. Gemessen in Lokalwährung ist die Umsatzentwicklung sehr uneinheitlich, mit einer Bandbreite zwischen 8% Wachstum in Serbien und 33% Rückgang in Rumänien. Die Veränderung der Wechselkurse liegt zwischen –6,8% und –16,3%, was die Umsätze in CHF gerechnet zwischen 2,2% Wachstum und 38,0% Rückgang streuen lässt.

Die fehlenden Umsätze konnten durch Kostensenkungen teilweise aufgefangen werden, so dass ein leicht reduzierter EBITDA von 3,4 Mio. CHF (Vorjahr 3,9 Mio. CHF) resultiert bzw. eine EBITDA-Marge von 10,0% (Vorjahr 9,7%). Das veränderte Umfeld und eine neue Lagebeurteilung im Vergleich zur Zeit vor der Wirtschaftskrise haben zu einer Korrektur der ursprünglichen Businesspläne geführt. Das Resultat sind Impairments in der Höhe von 69,1 Mio. CHF, welche ein Nettoergebnis von –79,4 Mio. CHF (Vorjahr –31,4 Mio. CHF) bewirken.

Besonders anspruchsvoll präsentiert sich die Situation in Rumänien, wo wir neben einem markanten Umsatzrückgang aufgrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auch mit einer fortdauernden juristischen Auseinandersetzung mit unserem Minderheitsaktionär und Geschäftsführer konfrontiert sind. Positiv zu erwähnen ist die Erneuerung und Erweiterung der Verträge mit der serbischen Hauptstadt Belgrad über eine Laufzeit von 10 Jahren und die damit verbundene Fortsetzung unserer klaren Marktführerschaft in diesem Land.

Cash flow

Der Cash flow beläuft sich auf 44,9 Mio. CHF (Vorjahr 35,9 Mio. CHF). Der Mittelfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit, d.h. der cashwirksame Erfolg unter Berücksichtigung der Veränderungen im Nettoumlaufvermögen beträgt 55,7 Mio. CHF (Vorjahr 48,7 Mio. CHF). Nach Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte von 23,1 Mio. CHF (Vorjahr 30,3 Mio. CHF) erreicht der Free Cash flow 32,6 Mio. CHF (Vorjahr 18,4 Mio. CHF).

Bilanz

Die Bilanzsumme hat sich um 30,4% auf 275,1 Mio. CHF reduziert, verursacht hauptsächlich durch die geringere Kapitalbindung aufgrund des reduzierten Geschäftsvolumens sowie Impairments auf immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen. Die immateriellen Anlagen belaufen sich auf 27,4% der Bilanzsumme (Vorjahr 33,4%) bzw. 75,4% des Eigenkapitals (Vorjahr 79,8%). Das Nettoumlaufvermögen beträgt 9,7% der Verkaufserlöse (Vorjahr 9,1%). Die Forderungsbestände reduzierten sich auf 44,4 Mio. CHF (Vorjahr 65,9 Mio. CHF). Die Nettoverschuldung hat sich deutlich reduziert auf 4,1 Mio. CHF (Vorjahr 34,5 Mio. CHF). Der Verschuldungsfaktor (Nettoverschuldung im Verhältnis zum EBITDA) beträgt 0,08 (Vorjahr 0,76). Das Eigenkapital beträgt 99,8 Mio. CHF (Vorjahr 165,2 Mio. CHF), was einem Eigenfinanzierungsgrad von 36,3% entspricht (Vorjahr 41,8%). Negativ beeinflusst haben das Eigenkapital, zusätzlich zu den Impairments, Währungsumrechnungsverluste im Umfang von 6,6 Mio. CHF (Vorjahr Gewinn 1,4 Mio. CHF) sowie versicherungsmathematische Verluste aus leistungsorientierten Vorsorgeplänen im Umfang von 6,6 Mio. CHF (Vorjahr Gewinn 23,4 Mio. CHF), verursacht durch die Senkung des Diskontierungszinssatzes und, damit verbunden, höheren erwarteten zukünftigen Pensionsverpflichtungen.

Termine

Pressekonferenz und Analysten-Meeting

2. März 2011, Zürich

Veröffentlichung des Geschäftsberichtes

28. April 2011

Generalversammlung

26. Mai 2011, Genève

Bekanntgabe des Halbjahresabschlusses

28. Juli 2011

Auskünfte

Dr. Daniel Hofer, Chief Executive Officer

T +41 58 220 7166

Dr. Ulrich von Bassewitz, Chief Financial Officer

T +41 58 220 7747

Affichage Holding SA

23, rue des Vollandes

Case postale 6195

CH-1211 Genève 6

investors@affichage.com

www.affichage.com

Impressum

Massgebend ist der deutsche Text.

Titelseite

Leuchtende Farbtupfer im Stadtbild, beste Werbung am Puls der Mobilität.

Als Marktführer tragen die Unternehmen der Affichage Gruppe bei der Planung und Gestaltung des öffentlichen Raumes eine wesentliche Verantwortung. Vom attraktiven Werbeumfeld «out of home» profitieren sowohl unsere Kunden als auch unsere Konzessionspartner.

Foto: Luzern, Schweizerhofquai

Realisation

Jürg Sager, Luzern

Druck

UD Print AG, Luzern

