

2023

Nachhaltigkeits-
Reporting



Corporate Social Responsibility

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

Inhalt

- 3** Corporate Social Responsibility
- 4** Vorwort von Markus Ehrle, CEO APG|SGA
- 5** Organisation, Strategie und Governance
- 8** Wesentliche Themen
- 12** People
 - Attraktive Anstellungs- und Arbeitsbedingungen
 - Geschlechtergleichheit
 - Arbeitssicherheit und Gesundheit
 - Nachhaltige Beschaffung – soziale Aspekte
 - Gesellschaftliche Aspekte der APG|SGA Aussenwerbung
- 22** Meilensteine in der Umsetzung des Umweltleitbildes
- 24** Planet
 - Umweltmanagement
 - Umweltleistung
 - Leistungskennzahlen im Überblick
 - Scope-3-Kategorien
- 34** Profit
 - Wirtschaftsleistung
 - Korruptionsprävention
 - Gesetzeskonformes Handeln
- 38** GRI-Inhaltsindex
- 41** Abkürzungsverzeichnis
- 42** Bezugstexte und weitere Informationen

Aussenwerbung mit geringstem CO₂-Ausstoss unter allen Werbemedien – APG|SGA mit zusätzlichem Fokus

Seit 124 Jahren bietet die APG|SGA mit ihren Aussenwerbeangeboten Unternehmungen und Institutionen die öffentliche Bühne für ihre Botschaften und Anliegen. Diese beleben das Gemeinde- und Stadtbild, sorgen für Information und Unterhaltung und bringen dank langfristiger Zusammenarbeits- und Konzessionsverträge zusätzliche lokale Wertschöpfung in Form von Einnahmen und Mehrwerten für das Gemeinwesen – unter anderem in Form von monetären Abgaben, von städtischem Mobiliar oder von Plakatierung für die Kultur und Non-Profit-Organisationen (NPOs). Unsere Engagements sind auf Kontinuität angelegt und geprägt von einem partnerschaftlichen Denken und einem langfristigen, nachhaltigen Horizont.

Wie aktuelle Studien aus Deutschland und England zeigen, verursacht die Aussenwerbung als «One-to-many»-Kommunikationsinstrument den mit Abstand geringsten CO₂-Ausstoss pro 1000 Kontakte unter allen Werbemedien.¹ Diese erfreuliche Bilanz «unseres Mediums» steht im Einklang mit dem jahrzehntelangen besonderen Fokus der APG|SGA auf Klimaschutz und der Reduktion der Umweltbelastung. So ist die APG|SGA auf Kurs, wenn es um die Umsetzung des Pariser Übereinkommens geht. Darin haben sich fast alle Staaten der Erde zum Ziel gesetzt, den globalen Temperaturanstieg möglichst auf 1.5 °C zu begrenzen. Im vergangenen Jahr galt es, über das Etappenziel für den Scope 1 und 2 Bilanz zu ziehen, welches gegenüber 2017 eine Reduktion von rund 420 t CO₂eq verlangte. Mit einer effektiven Reduktion von 436 t CO₂eq haben wir dieses Ziel sogar deutlich übertroffen. Dazu beigetragen haben die kontinuierlichen Anstrengungen der letzten Jahre, unsere Gebäude, Werbeträger und die Fahrzeugflotte sukzessive energieeffizienter zu machen. Zeit, um uns auszuruhen, bleibt indes keine. Wir werden neue wissenschaftsbasierte Klimaziele definieren und bei der Science Based Target initiative (SBTi) validieren lassen. In diesem Zusammenhang haben wir 2023 zum ersten Mal auch die Emissionen von allen unseren weiteren Gesellschaften, Alma Quattro d.o.o. in Serbien sowie Swissplakat AG und Swiss Poster Research Plus AG (SPR+) in der Schweiz, bilanziert. Dies kann als weiterer Meilenstein im Umweltmanagement der APG|SGA betrachtet werden.

Unsere Transparenz bei Klimaschutzmassnahmen zeigt sich im CDP Score. Für unsere Teilnahme in der Kategorie Klimawandel wurden wir, trotz stetig steigender Anforderungen, zum zweiten Mal hintereinander mit der ausgezeichneten Note A– bewertet. Damit gehört die APG|SGA zu den Unternehmen, die im Rahmen dieser global etablierten und anerkannten Berichterstattung über Klimaschutz eine Führungsrolle einnehmen. Transparenz ist auch das Leitmotiv bei der Überarbeitung des vorliegenden Nachhaltigkeits-Reportings, dem wir unter Bezugnahme auf die Standards der Global Reporting Initiative (GRI) und des European Sustainability Standard (ESRS) ein neues Kleid verpasst haben.

Nebst dem Klimaschutz möchten wir im Rahmen unserer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie auch andere Akzente setzen. So sind wir im letzten Jahr dem weltweiten Netzwerk UN Global Compact beigetreten, sind dank der positiven Resultate bei der Mitarbeitendenumfrage als «Great Place To Work» zertifiziert worden und konnten unser gutes Resultat bei der Aufrechterhaltungsanalyse der Lohngleichheit zwischen Frauen und Männern noch steigern, sodass wir neu über das Zertifikat «Fair-ON-Pay Advanced» verfügen.

Die Bedeutung der Nachhaltigkeit bleibt ungebrochen und ist bei der APG|SGA fest verankert. Auch 2024 werden wir wirkungsvolle Massnahmen umsetzen. Nach der Photovoltaikanlage in Zürich nehmen wir im nächsten Jahr zwei deutlich grössere Anlagen in Lausanne und Wallisellen in Betrieb, womit wir bereits mehr als die Hälfte unseres gesamten Strombedarfs für alle Gebäude abdecken werden. Im Bereich Megaposter testen wir umweltfreundlichere Materialien aus Recycling-PET. Zudem schreitet der Ausbau unserer Flotte mit Elektro- und Hybridfahrzeugen voran. In Serbien möchten wir in erster Linie bei den Themen Stromversorgung und Abfallentsorgung Fortschritte erzielen. Neben Klima- und Umweltschutzmassnahmen stehen die Mitarbeitendenzufriedenheit, die Förderung der Geschlechtergleichstellung und die kontinuierliche Steigerung der Wichtigkeit von sozialen Aspekten in der Lieferkette im Fokus.

Für die APG|SGA gehört Corporate Social Responsibility nicht einfach zur Pflicht, sondern zu unserer DNA. Ich hoffe, Sie erhalten mit dem vorliegenden Bericht ein gutes Gesamtbild über uns und unsere Aktivitäten und Sie berücksichtigen auch in Zukunft Umwelt- und Sozialaspekte bei Ihren Entscheidungen über Investments und Zusammenarbeit.



Nachhaltige und plakative Grüsse
Markus Ehrle, CEO APG|SGA

¹ Informationen von IDOOH: <https://idooh.media/> und Studie von Outsmart: https://www.outsmart.org.uk/site/userfiles/File/20240325141012_Sustainability-in-OOH-Report.pdf (Stand vom 24.04.2024)

Organisation, Strategie und Governance

Als Aussenwerbeunternehmen ist die APG|SGA integrale Dienstleisterin einer funktionierenden und lokal verankerten Wirtschaft. Wir generieren Einnahmen für die öffentliche Hand, schaffen Sichtbarkeit für Politik, Kultur und Sport und leisten einen Beitrag zur transparenten öffentlichen Information und freien Meinungsbildung im Rahmen der Demokratie in einer sozialen Marktwirtschaft. Die APG|SGA hat den Anspruch, für Partner:innen, Kund:innen, Aktionär:innen und Mitarbeitende nachhaltige Werte zu schaffen und zugleich einen positiven Beitrag für Umwelt und Gesellschaft zu leisten.

Die APG|SGA Gruppe

Die APG|SGA ist ein dynamisches Dienstleistungsunternehmen mit schweizerischer Tradition und Fokus auf Out of Home Media. Digital. Analog. Mobile. Interaktiv. Mit den besten Kommunikationslösungen im öffentlichen Raum werden die Menschen begeistert. Auf Strassen und Plätzen, in Bahnhöfen, Flughäfen, Shoppingcentern, in den Bergen sowie in und an Verkehrsmitteln – überall dort, wo Aussenwerbung möglich ist. Durch übergreifende Produkte und Services vereint APG|SGA flexibel und wertschöpfend die individuellen Bedürfnisse von lokalen, nationalen und internationalen Werbekunden, privaten Grundeigentümern und der öffentlichen Hand, Konsumenten, Mitarbeitenden, Investoren sowie der Gesellschaft.

Die APG|SGA gehört weltweit zu den grössten Unternehmen für Aussenwerbung. In der Schweiz sieht die APG|SGA eine lückenlose geografische Abdeckung aller Landesteile durch eine dezentrale Organisation vor. Das operative Headquarter der Konzeptionärin Allgemeine Plakatgesellschaft AG, die eine hundertprozentige Beteiligung der Holding ist, befindet sich in Zürich. Mit 18 Standorten betreibt die Allgemeine Plakatgesellschaft AG eine aktive Kundenpflege vor Ort, mit Dienstleistungen aus einer Hand. Mit der Swissplakat AG gehört ein fokussiertes Aussenwerbeunternehmen zur APG|SGA. Die Swiss Poster Research Plus AG (SPR+) liefert Kennzahlen und Marktforschungsanalysen. Ihre Dienstleistungen stehen allen schweizerischen Aussenwerbeunternehmen zur Verfügung. Neben der Schweiz ist die APG|SGA mit der Firma Alma Quattro d.o.o. in Serbien aktiv. Während die APG|SGA in Serbien zentral von Belgrad aus operiert, ist sie in der Schweiz in 14 Kantonen und in drei der vier Sprachregionen vertreten. Der rätoromanische Teil Graubündens wird von Chur aus abgedeckt.

Zu den primären Dienstleistungen der APG|SGA gehören die Beschaffung, Installation und der Unterhalt von analogen und digitalen Werbeflächen im öffentlichen Raum und, damit verbunden, die Vermarktung und Vermietung dieser Werbeflächen. Ausserdem gehören die Planung, der Aushang oder die Ausstrahlung sowie die Leistungsmessung von Out of Home Media-Kommunikationskampagnen oder Mobile-Werbekampagnen dazu. Weitere Dienstleistungen beinhalten Konzeption, Design, Produktion, Unterhalt und Finanzierung von urbanem Mobiliar wie Wartehallen, analogen und digitalen Stadtplananlagen sowie von Informationssystemen.

Corporate Social Responsibility (CSR) bei der APG|SGA

Eine ausgewogene Berücksichtigung von ökologischen (Planet), sozialen (People) und ökonomischen (Profit) Faktoren in den Entscheidungs- und Umsetzungsprozessen wird für den langfristigen Erfolg des Unternehmens als zentral erachtet.

People

Als attraktive, zuverlässige und sichere Arbeitgeberin schafft die APG|SGA eine moderne und zukunftsfähige Arbeitsumgebung, die Raum für persönliche und berufliche Entwicklung bietet. So fördert die APG|SGA das Engagement und die Zufriedenheit der Mitarbeitenden, was langfristig zum Unternehmenserfolg beiträgt. Des Weiteren ist es der APG|SGA ein zentrales Anliegen, die Einhaltung der Menschenrechte, der sozialen Standards und der Arbeitsrechte entlang der gesamten Wertschöpfungskette sicherzustellen. Die APG|SGA leistet einen Beitrag zur Förderung von Kultur, Sport und NPOs, indem sie Dienstleistungen und Ressourcen mit beträchtlichen Rabatten und Freespace-Volumen bereitstellt.

Planet

Respektvoller, schonender Umgang mit der Umwelt ist für die APG|SGA selbstverständlich. Mit dem Ziel, im Umweltbereich zu den Besten zu gehören, verpflichtet sich die APG|SGA zu Transparenz und versteht sich als Vorreiterin im Kampf gegen den Klimawandel. Die ambitionierten Klimaziele verlangen eine konsequente Reduktion der eigenen Emissionen und legen den Fokus auf kontinuierliche Verbesserung bis hin zu Netto-Null. Die Umweltrelevanz der Aktivitäten, Produkte und Materialien wird systematisch untersucht und im Dialog mit den Mitarbeitenden, Kunden und Partnern entstehen umweltschonende Dienstleistungen und Produkte.

Profit

Die APG|SGA ist ein dynamisches Dienstleistungsunternehmen mit schweizerischer Tradition, das seit bald 125 Jahren existiert. Durch übergreifende Produkte und Services vereint die APG|SGA flexibel und wertschöpfend die individuellen Bedürfnisse von lokalen, nationalen und internationalen Werbekunden, privaten Grundeigentümern und der öffentlichen Hand, Konsumenten, Mitarbeitenden, Investoren sowie der Gesellschaft. Die optimale Ertragerwirtschaftung bildet das Fundament für den nachhaltigen Fortbestand und die Konkurrenzfähigkeit des Unternehmens.

Organisation des Nachhaltigkeitsmanagements

Da CSR alle Unternehmensbereiche betrifft, ist das Nachhaltigkeitsmanagement der APG|SGA, inklusive Monitoring und Steuerung, als integraler Bestandteil auf höchster Führungsebene verankert. Die CSR-Strategie wird im Rahmen der Gesamtstrategie einmal jährlich vom Verwaltungsrat geprüft und freigegeben. In enger Zusammenarbeit mit der Leitung Nachhaltigkeit und unterstützt durch externe Experten, erarbeitet und verabschiedet die Unternehmensleitung die von der Strategie abgeleiteten Massnahmen und Ziele. Die Aktivitäten und die Zielerreichung im Bereich CSR sind regelmässiger Bestandteil jeder Unternehmensleitungssitzung, um sicherzustellen, dass die hohen Unternehmensansprüche erfüllt werden.

Die operative Verantwortung für die Umsetzung der CSR-Strategie im Tagesgeschäft liegt bei der Leitung Nachhaltigkeit, die als Stabsstelle dem Chief Financial Officer und der Unternehmensleitung angegliedert ist. Die Leitung Nachhaltigkeit arbeitet als Querschnittsfunktion projekt- und themenbezogen eng mit anderen relevanten Unternehmensbereichen zusammen, um eine ganzheitliche Integration von CSR-Aspekten bestmöglich zu gewährleisten.

Die Umsetzung von Nachhaltigkeitsprojekten und die Erreichung von spezifischen Nachhaltigkeitszielen sind für diverse Mitarbeitende Teil ihrer individuellen Jahresziele.

Chancen und Herausforderungen für eine nachhaltige Entwicklung in der Branche Aussenwerbung

Chancen

- Nachfrage: Eine steigende Sensibilisierung für Nachhaltigkeit schafft eine Nachfrage nach umweltfreundlichen und sozialverträglichen Werbemöglichkeiten.
- Technologische Innovation: Fortschritte in der Technologie ermöglichen die Entwicklung nachhaltigerer Werbeträger und -materialien mit geringem Ressourcen- und Energieverbrauch.
- Bewusstseinsbildung: Aussenwerbung bietet eine breite Reichweite und kann dazu beitragen, das Bewusstsein für Nachhaltigkeitsfragen zu fördern.
- Partnerschaften für Nachhaltigkeit: Zusammenarbeit mit Städten und Gemeinden kann umweltfreundliche Initiativen fördern und das Engagement für Nachhaltigkeit stärken.

Herausforderungen

- Materialverbrauch: Die Herstellung von Werbematerialien verursacht Ressourcenverbrauch und Umweltbelastungen.
- Energie- und Treibstoffverbrauch: Beleuchtete und digitale Werbeträger verbrauchen Energie, die Bewirtschaftung von geklebten Plakaten ist mit Transportwegen verbunden.
- Abfall und Entsorgung: Für die Entsorgung von Werbematerial und -trägern müssen geeignete Recycling- und Wiederverwendungsoptionen gefunden werden.
- Werbeeinschränkungen: Verbote können zu Einnahmerückgängen führen.

Mitgliedschaften, Teilnahmen und Zertifikate

Die APG|SGA oder ihre Gruppenunternehmen sind national und international in diversen Verbänden oder ähnlichen Vereinigungen vertreten oder halten sich an deren Richtlinien.

Organisation	Abkürzung
AWS, Aussenwerbung Schweiz	AWS
CDP	
CEO4Climate	
Energieagentur der Wirtschaft	EnAW
Fair-On-Pay	
Great Place to Work®	
KS/CS Kommunikation Schweiz	KS/CS
Schweizerische Lauterkeitskommission	SLK
United Nations Global Compact	Global Compact

Über die Berichterstattung

Das jährlich erscheinende Nachhaltigkeits-Reporting wird unter Bezugnahme auf die Standards der Global Reporting Initiative und des European Sustainability Reporting Standard verfasst und bezieht sich auf das vergangene Kalenderjahr. Wenn nichts anderes vermerkt ist, gelten die Angaben für die gesamte APG|SGA Gruppe, analog Geschäftsbericht und Financial Report. Ökonomische Leistungen werden im Geschäftsbericht und im Financial Report offengelegt, Informationen zur Governance finden sich im Corporate-Governance-Teil des Geschäftsberichts. Im Vergleich zum Vorjahr neu formulierte Informationen werden bei der jeweiligen Auskunft ausgewiesen. Das Nachhaltigkeits-Reporting wird von der Unternehmensleitung und vom Verwaltungsrat genehmigt. Für die Informationen bezüglich Treibhausgasbilanzierung wurde eine limitierte externe Prüfung durchgeführt.

Wesentliche Themen

Die Herleitung der wesentlichen Themen für die APG|SGA erfolgt durch einen systematischen Evaluationsprozess, der jährlich innerhalb des Unternehmens durchgeführt wird. Dieser Prozess folgt dem Prinzip der doppelten Wesentlichkeit und berücksichtigt negative und positive externe Auswirkungen auf Menschen und Umwelt durch APG|SGA Aktivitäten sowie finanzielle Auswirkungen von externen Ereignissen für die APG|SGA.

Wesentlichkeitsanalyse

Als Aussenwerbeunternehmen mit lokaler, regionaler und internationaler Kundschaft sowie global aufgestellten Lieferketten werden die zugrunde liegenden Themenfelder aus unserem Geschäftskontext abgeleitet. Dabei dienen das Unternehmensleitbild und die CSR-Strategie als interne Grundlagen. Externe Grundlagen umfassen GRI- und ESRS-Kriterien sowie die UN Sustainable Development Goals (SDGs).

Unter der Verantwortung der Leitung Nachhaltigkeit wird zusammen mit externen Beratungsunternehmen jährlich eine bestehende Themenliste überarbeitet. Diese Liste wird durch Inputs aller Unternehmensbereiche und während Gesprächen mit Kunden, Zulieferern und anderen relevanten Stakeholdern wie NPOs oder Interessenverbänden ergänzt. Während dieses Prozesses werden die wesentlichen Themen anhand von Kriterien wie Wahrscheinlichkeit, Ausmass, Umfang und Unumkehrbarkeit bei der Auswirkungswesentlichkeit sowie Wahrscheinlichkeit und potenziellem Ausmass bei der finanziellen Wesentlichkeit herauskristallisiert. Die so definierten Themen werden durch die Unternehmensleitung sowie den Verwaltungsrat validiert und genehmigt, um sicherzustellen, dass sie eine ganzheitliche Perspektive auf die Nachhaltigkeitsleistung der APG|SGA bieten.

Themen mit relevanten Risiken und/oder Auswirkungen gemäss Wesentlichkeitsanalyse



People

- Anstellungs- und Arbeitsbedingungen
- Geschlechtergleichheit
- Arbeitssicherheit und Gesundheit
- Nachhaltige Beschaffung – soziale Aspekte
- Sozialer Beitrag der Aussenwerbung



Planet

- Klima und Energie
- Kreislaufwirtschaft – Ressourcen und Abfall
- Nachhaltige Beschaffung – ökologische Aspekte



Profit

- Wirtschaftsleistung
- Korruptionsprävention
- Gesetzeskonformes Handeln

Einbindung von Stakeholdern

Die APG|SGA anerkennt die Vielfalt ihrer Interessenträger:innen und pflegt einen respektvollen und wertschätzenden Umgang, der auf gegenseitigem Vertrauen basiert. Die Beziehungen zu internen und externen Stakeholdern sind geprägt von langfristigen Partnerschaften und einem konstanten Dialog. Die APG|SGA stützt sich auf eine breite Palette von Kommunikationsgefässen, um die unterschiedlichen Positionen und Bedürfnisse der Stakeholder zu verstehen und zu berücksichtigen.

Unter den Mitarbeitenden werden eine offene Kommunikationskultur sowie Möglichkeiten zur Partizipation und Feedback gefördert. Bei Partnerschaften mit den Konzessionsgebern, Lieferant:innen und Kund:innen werden langjährige Zusammenarbeiten angestrebt, die durch Vertrauen und gemeinsame Werte gestärkt werden. Durch das visuelle Prägen des öffentlichen Raums werden transparente und kooperative Beziehung zu Behörden, Verbänden und NPOs unerlässlich, deshalb engagiert sich die APG|SGA aktiv in relevanten Dialogen und Initiativen. Durch diesen ganzheitlichen Ansatz stellt die APG|SGA sicher, dass sie die Bedürfnisse und Erwartungen ihrer Stakeholder versteht und in ihre Geschäftsstrategie und -praktiken integriert, um langfristigen Erfolg und gesellschaftlichen Nutzen zu fördern. Die folgende Tabelle zeigt die wichtigsten Austauschgefässe für den Stakeholder-Dialog.

Mitarbeitende

- Mitarbeitendendialog
- Sounding Board
- Intranet
- Roadshows
- interne Tagungen

Private Grundeigentümer und Partner in Städten, Gemeinden und des öffentlichen Verkehrs

- Partnergespräche
- Partnerbefragungen
- Newsletter
- Website

Werbetreibende

- Kundengespräche
- Kundenbefragungen
- Kundenzufriedenheitsprozess
- Roundtables
- Newsletter
- Website
- Schulungen

Kommunikations- und Medienagenturen

- Einzelgespräche
- Kundenzufriedenheitsprozess
- Roundtables
- Newsletter
- Website
- Schulungen

Lieferanten und Lieferantinnen

- Regelmässige Gespräche
- Lieferantenfragebogen
- strategische Zusammenarbeiten

Behörden

- Behördengespräche

Verbände

- Mitgliedschaften
- Teilnahme an Tagungen
- Inputreferate

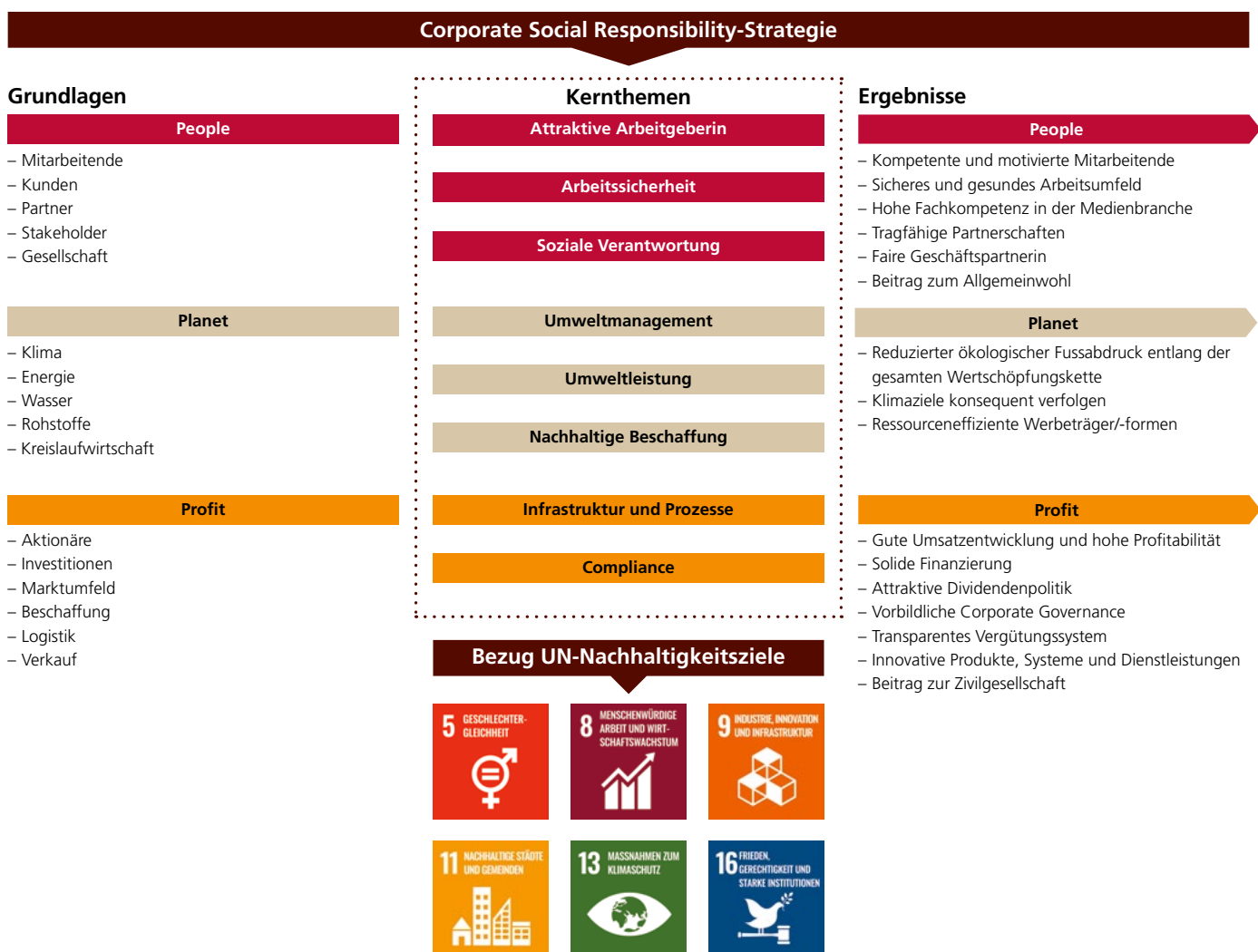
Non-Profit-Organisationen

- Einzelgespräche

Corporate Social Responsibility-Strategie

Corporate Social Responsibility, beziehungsweise Nachhaltigkeit, ist neben Begeisterung, Partnerschaft, Unternehmertum, Integrität und Transparenz einer der sechs Werte, welche im Leitbild der APG|SGA festgehalten und im Arbeitsalltag verankert sind.

Die CSR-Strategie ist integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie und berücksichtigt sämtliche relevanten Stakeholder der APG|SGA mit Fokus auf die Kernthemen aus den drei Bereichen People, Planet, Profit.



Sustainable Development Goals

Die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (UN) umfasst insgesamt 17 Nachhaltigkeitsziele (SDGs), um grundlegende Verbesserungen der Lebensverhältnisse aller

Menschen heute und auch in Zukunft sowie den Schutz des Planeten Erde zu bewirken. Die APG|SGA leistet ihren Beitrag und fokussiert sich auf die folgenden sechs Ziele.



Die Lohnungleichheit zwischen den Geschlechtern ist bei der APG|SGA unabhängig geprüft und mit dem Zertifikat «Fair-ON-Pay Advanced» beglaubigt. In den kommenden Jahren wird sich die Diversität in Führungspositionen kontinuierlich erhöhen.



Die APG|SGA generiert seit fast 125 Jahren einen Mehrwert für rund 500 Mitarbeitende sowie für Partner:innen und Werkbund:innen. Dabei legen wir grossen Wert auf die Lohnungleichheit zwischen den Geschlechtern und fördern individuelle Aus- und Weiterbildungen. Wir achten auf die Einhaltung sozialer Standards und der Arbeitsrechte in unserer Lieferkette.



Bei Produktentwicklungen, Produktoptimierungen und Innovationen setzt die APG|SGA auf effiziente Verfahren und Technologien. Die Werbeflächen leisten einen wertvollen Beitrag für das Fortbestehen und die Entwicklung von lokalem Gewerbe und KMU.



Durch die nachhaltige und energieeffiziente Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen unterstützen wir Städte sowie Gemeinden in ihren Energiezielen. Unser Engagement für eine zielführende Energiewende und eine Ressourcensparsamkeit nehmen wir sehr ernst und setzen laufend Verbesserungen an unserem Werbemobilien um. Afficheur:innen sorgen für ein gepflegtes Umfeld des Werbemobils (wie Bushaltestellen, Perronbänke oder Telefonkabinen).



Die APG|SGA setzt sich für die Reduktion des Energieverbrauchs und die Senkung des CO₂-Ausstosses ein. Wir ersetzen fossile durch erneuerbare Rohstoffe dort, wo es unter technischen und ökologischen Gesichtspunkten sinnvoll ist. Wir setzen uns mittel- und langfristige wissenschaftsbasierte Klimaziele im Einklang mit dem globalen 1.5°C-Ziel.



Neben der Einhaltung sämtlicher Compliance- und Antikorruptionsrichtlinien leistet die APG|SGA mit ihrer Aussenwerbung einen Beitrag zur unabhängigen und öffentlichen Information der Bevölkerung.



Attraktive Anstellungs- und Arbeitsbedingungen

Die Mitarbeitenden sind die Grundlage des langjährigen Erfolgs der APG|SGA, deshalb engagiert sie sich für zukunftsfähige und attraktive Arbeitsplätze in einem anspruchsvollen Arbeitsumfeld und fördert Arbeitnehmende. Die unterschiedlichen beruflichen Richtungen – von handwerklichen Tätigkeiten über Logistik, IT, Verkauf, Administration bis hin zu kreativen Berufen ist alles dabei – erfordern eine kontinuierliche Auseinandersetzung mit den Bedürfnissen des Unternehmens und eine aktive Schaffung von gemeinsamen Werten und Leitplanken, um ein reibungsloses und konstruktives Arbeitsumfeld zu gewährleisten.

Managementansatz

Die Anstellungs- und Arbeitsbedingungen der APG|SGA basieren auf einem starken Fundament von gelebten Unternehmenswerten und dem gültigen Arbeitsrecht. Die APG|SGA investiert konsequent in die Ausbildung und Entwicklung ihrer Mitarbeitenden, um sicherzustellen, dass sie über die notwendigen Fähigkeiten und Kompetenzen verfügen, um erfolgreich zu sein. Diese Investitionen dienen auch dazu, Mitarbeitende langfristig im Unternehmen zu halten, indem sie Entwicklungsmöglichkeiten und Karrierepfade bieten. Darüber hinaus bietet die APG|SGA attraktive Arbeitsbedingungen mit substanzieller Beteiligung (Prämien) am Unternehmenserfolg und zeitgemässen Fringe Benefits, mit dem Ziel, den Mitarbeitenden ein interessantes und gesundes Arbeitsumfeld zu bieten. Die APG|SGA legt grossen Wert darauf, dass ihre Mitarbeitenden sich gehört und geschätzt fühlen. Sie schafft daher Möglichkeiten für Mitarbeitende, sich aktiv einzubringen und ihre Meinungen und Ideen kundzutun. Eine transparente Feedbackkultur ermöglicht es den Mitarbeitenden, konstruktive Kritik zu äussern und Verbesserungsvorschläge einzubringen. Dies fördert nicht nur das Engagement und die Zufriedenheit der Mitarbeitenden, sondern trägt auch dazu bei, dass das Unternehmen sich kontinuierlich weiterentwickelt und verbessert.

APG|SGA Beschäftigte

Per Ende Kalenderjahr 2023 hat die APG|SGA die folgende Anzahl Personen beschäftigt.

Anzahl Personen

Stand 31.12.2023

Total ¹	Schweiz	Serbien
Anzahl Mitarbeitende ²	442	48
Lernende und Praktikanten ³	8	0

Nach Merkmalen

	Schweiz	Serbien
Anteil Männer, in %	72	71
Anteil Frauen, in %	28	29
Anteil Vollzeitstellen (=100 %), in %	76	100
Anteil Teilzeitstellen (< 100 %), in %	24	0
Anteil unbefristete Angestellte, in %	99	98
Anteil befristete Angestellte, in %	1	2

¹ Basis Vollzeitäquivalent 100 %, Prozentwerte gerundet

² Ohne Lernende und Praktikanten

³ Schweiz: kaufmännisch 7, Logistik 1, Informatik 0

People



Die APG|SGA beschäftigt per Ende 2023 acht Lernende und bietet eine Integrationsvorlehre im Bereich Logistik an. Bei diesem Programm des Bundesrates geht es darum, Flüchtlinge und vorläufig Aufgenommene gezielt und praxisorientiert auf eine Berufslehre vorzubereiten. Seit Sommer 2021 steht das Programm auch Jugendlichen und jungen Erwachsenen ausserhalb des Asylbereichs offen. Im Fokus stehen Personen mit Ausbildungsbedarf aus EU/EFTA- sowie Drittstaaten.

Zusätzlich zu den eigenen Mitarbeitenden generierte die APG|SGA im Kalenderjahr 2023 für 23 Personen eine Beschäftigung mit weitgehender Kontrolle über deren Arbeit, ohne dass diese jedoch in einem Angestelltenverhältnis zur APG|SGA standen.¹ Davon waren 10 Personen über Personalagenturen angestellt und 13 über Dienstleister. Zu den ausgeführten Tätigkeiten gehörten der Aushang von Werbematerial, die Medienproduktion, die Entwicklung von Applikationen, administrative Tätigkeiten sowie Dienstleistungen im Bereich Analyse, Beratung und Management.

Die APG|SGA ist keinem Gesamtarbeitsvertrag unterstellt.

Leistungen und Fringe Benefits

Eine hohe Mitarbeitendenzufriedenheit ist der APG|SGA ein grosses Anliegen. 2023 hat die Allgemeine Plakatgesellschaft AG deshalb zum ersten Mal an der standardisierten Erhebung von Great Place to Work® teilgenommen. Dank einer generellen

Zustimmung von 68 % bei einer Rücklaufquote von 84 % wurde die Allgemeine Plakatgesellschaft AG auf Anhieb mit der Zertifizierung «Great Place to Work» ausgezeichnet. Die Resultate liegen deutlich über dem repräsentativen Schweizer Benchmark, jedoch noch hinter den schweizweit besten Organisationen mit mehr als 250 Mitarbeitenden. In Arbeitsgruppen werden Massnahmen erarbeitet, um eine noch höhere Mitarbeitendenzufriedenheit erzielen zu können.

Mitarbeitende der APG|SGA können sowohl spontan als auch über standardisierte Wege Feedback geben. Aus diesem Grund wurden die jährlich stattfindenden Mitarbeitendengespräche bei der Allgemeinen Plakatgesellschaft AG durch eine offenere Form des Dialogs ersetzt, der kollaborativ geführt wird und die Individualität in den Vordergrund rückt. Dabei werden auch jeweils die Unternehmenswerte als Fokusthema eingebracht. In diesem Zusammenhang tagt auch das divers besetzte Sounding Board viermal jährlich. Im Berichtszeitraum wurden vom Sounding Board diverse Veränderungen mit positiven Auswirkungen für die Belegschaft angestossen. So wurden beispielsweise die Homeoffice- und Arbeitszeitenreglemente dahingehend angepasst, dass das Arbeitspensum zeitlich und örtlich noch flexibler erfüllt werden kann, und eine Hilfestellung mit den wichtigsten Tipps und Informationen für werdende Mütter verfasst.

Neben der finanziellen Beteiligung an Weiterbildungen erhalten Mitarbeitende Personalrabatte und -angebote. So ist die interne Plattform für Veranstaltungstickets eine der beliebtesten Intranetseiten. 2023 haben 31 Mitarbeitende die neu eingeführte Möglichkeit genutzt, bis zu zwei Wochen zusätzliche Ferien pro Jahr zu günstigen Konditionen zu kaufen.

¹ Sogenannte Personalmieten oder Mitarbeitende, die keine Angestellten sind

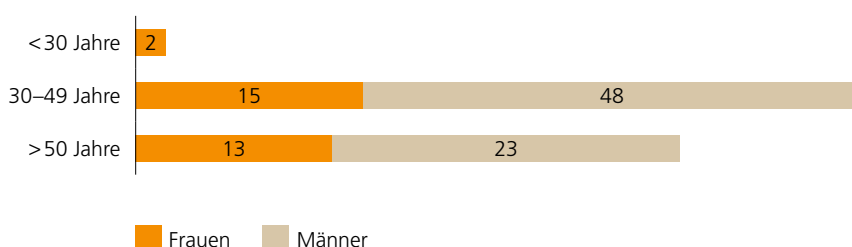
Altersstruktur

Stand 31.12.2023, in Prozent, ohne Lernende und Praktikanten

Schweiz



Serbien





Geschlechtergleichheit

Die APG|SGA ist bemüht, unabhängig vom Geschlecht sämtlichen Arbeitnehmenden identische Arbeitsbedingungen zu bieten und langfristig eine statistisch ausgeglichene Verteilung der Geschlechter, insbesondere in den Führungsstrukturen, zu erreichen. Aktuell arbeiten bei der APG|SGA mehr Männer als Frauen. Dies liegt in erster Linie daran, dass der Beruf Afficheur:in mit wenigen Ausnahmen von Männern ausgeführt wird und die Afficheure rund ein Drittel der gesamten Belegschaft ausmachen.

Managementansatz

Das Ziel der APG|SGA ist es, für sämtliche Arbeitnehmenden unabhängig vom Geschlecht eine attraktive Arbeitgeberin zu sein und die externe und interne Rekrutierung so zu gestalten, dass es für niemanden strukturelle Hindernisse oder Ungleichheiten gibt. Besonders wichtig sind der APG|SGA die Lohnungleichheit zwischen den Geschlechtern sowie moderne, flexible Arbeitsmodelle, die bestmöglich die Bedürfnisse der Belegschaft abbilden. Sämtliche Formen von Diskriminierung sind verboten und werden sanktioniert.

Umsetzungsmassnahmen

Die APG|SGA bietet eine faire markt- und leistungsorientierte Entlohnung, wobei per 2024 alle Mitarbeitenden der Allgemeinen Plakatgesellschaft AG von einer generellen Lohnerhöhung profitieren, die der marktwirtschaftlichen Entwicklung Rechnung trägt. Die interne Lohnungleichheit zwischen Frauen und Männern bei der Allgemeinen Plakatgesellschaft AG wurde 2021 extern geprüft und mit dem Label Fair-ON-Pay+ ausgezeichnet. Bei der Aufrechterhaltungsanalyse im Jahr 2023 konnte die Performance noch einmal gesteigert werden, weshalb die Allgemeine Plakatgesellschaft AG mittlerweile über das Label Fair-ON-Pay Advanced verfügt. Dies bedeutet, dass die geschlechtsspezifische Lohn Differenz unterhalb der Toleranzgrenze von 2.5 % liegt.

Bei der Zufriedenheitsbefragung gaben 85 % der Mitarbeitenden an, dass sie, unabhängig von ihrem Geschlecht, fair behandelt werden. Dieser hohe Wert steht im Einklang mit den Unternehmenswerten der APG|SGA, die Fairness, respektvollen Umgang und gleichberechtigte Chancen versprechen.

2023 wurde ein neuer Leitfaden für eine geschlechterneutrale Sprache eingeführt. Der bewusste Umgang mit Sprache ist ein Qualitätskriterium bei der APG|SGA, daher ist es wichtig, im Arbeitsalltag, in Publikationen und im Auftritt der wichtigen Repräsentation aller Geschlechter gerecht zu werden. Der Leitfaden findet zum ersten Mal auch bei der Berichterstattung über das Geschäftsjahr 2023 Anwendung.

Mit dem Merkblatt zum Verbot von Diskriminierung und Belästigung wurde ein weiteres Instrument geschaffen, um die Persönlichkeit und die Gesundheit der Mitarbeitenden zu schützen. Verstöße gegen die im Merkblatt enthaltenen Grundsätze und/oder gegen die bei APG|SGA geltenden Regeln werden mit disziplinarischen Massnahmen und individuellen Sanktionen geahndet.

Beim Anteil Frauen in Führungspositionen konnten im letzten Jahr bereits Fortschritte erzielt werden, trotzdem besteht noch Verbesserungspotenzial. Auf den Hierarchiestufen mit Führungsverantwortung FS 2 und FS 3 stieg der Frauenanteil gegenüber Vorjahr um 8 % (von 17 % auf 23 %). Im selben Zeitraum wurde die Unternehmensleitung (FS 4) mit einer Frau ergänzt und von fünf auf sieben Personen vergrössert. Gezielte Anpassungen am internen und externen Rekrutierungsprozess sollen zu einer weiteren Steigerung des Frauenanteils in Führungspositionen führen.

People



Arbeitssicherheit und Gesundheit

Die Gewährleistung von Arbeitssicherheit und Gesundheit ist für die APG|SGA von zentraler Bedeutung. Durch die regelmässige Zusammenarbeit verschiedener Unternehmensbereiche sowie externer Dienstleister werden Richtlinien und Standards erarbeitet und entsprechende Massnahmen konsequent umgesetzt. Die Investitionen in Sicherheitsschulungen, Gesundheitsförderung und infrastrukturelle Massnahmen sowie die statistische Erfassung und Analyse von Krankheiten und Unfällen unterstreichen das Engagement der APG|SGA für das Wohlbefinden und die Sicherheit ihrer Mitarbeitenden.

Managementansatz

Die APG|SGA betreibt eine Sicherheitskultur auf hohem Niveau, die auf den Säulen Analyse, Information/Prävention und Umsetzungsmassnahmen aufbaut. Um den Anforderungen an ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld gerecht zu werden, sind die Unternehmensbereiche Human Resources, Infrastruktur, Operations, Logistics & Operations Services und CSR Corporate Responsibility in einem Gremium vertreten, das sich regelmässig zum Thema Arbeitssicherheit und Gesundheit austauscht und für die Strategie und Umsetzung verantwortlich ist. Unterstützt wird dieses Gremium von drei externen Dienstleistern für die Bereiche Sicherheitsaudits, Beratung, Präventions- und Interventionsdienstleistungen.

Das Gremium verantwortet die Umsetzung der Richtlinien der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit (EKAS), Gebäudesicherheit, Ergonomie am Arbeitsplatz, Sicherheitsschulungen und -übungen, die Organisation von Workshops zur physischen und psychischen Gesundheit sowie die Erhebung von Statistiken zu Krankheiten und Unfällen.

Gefahrenidentifizierung

Die Gefahrenidentifizierung ist ein laufender Prozess, der in Zusammenhang mit den externen Dienstleistern durchgeführt wird. Ihm zugrunde liegen Analysen der Arbeitsabläufe, die Gebäudesicherheitsaudits, die Auswertungen der Ausfallmeldungen, der jährliche Sicherheitsbericht sowie Rückmeldungen der Mitarbeitenden in allen ihnen zur Verfügung stehenden Gefässen. Punktuell werden zudem spezifische Analysen oder Erhebungen durchgeführt, so zum Beispiel zum Thema Ergonomie im Jahr 2015, zum Thema betriebliches Gesundheitsmanagement im Jahr 2021 und eine Analyse der körperlichen Belastung der Afficheure Anfang 2024. Die APG|SGA arbeitet nicht mit Gefahrstoffen und setzt keine besonders risikoreichen Methoden oder Prozesse ein, die speziellen Auflagen unterliegen.

Je nach Arbeitstätigkeit oder Funktionsgruppen wurden unterschiedliche Gefahren und Risiken identifiziert. Eine Einstufung als Gefahr oder Risiko bedeutet nicht zwingend, dass eine hohe Inzidenz vorliegt, sondern in erster Linie, dass geeignete Massnahmen getroffen werden müssen, um diesen Gefahren und Risiken vorzubeugen.

People

**Arbeitsstätigkeit / Funktionsgruppen, Gefahren und Risiken****Affichieren, Bau und Wartung**

- Stolperunfälle, ausrutschen, stürzen
- Muskuloskelettale Symptome und Schmerzen
- Sonnenbrand und Folgerisiken

Logistik

- Stolperunfälle, ausrutschen, stürzen
- Muskuloskelettale Symptome und Schmerzen
- Gefahren und Risiken durch Geräte und Maschinen

Geschäftsfahrten

- Verletzungsgefahr bei Unfällen im Strassenverkehr

Bürotätigkeiten

- Muskuloskelettale Symptome und Schmerzen aufgrund von Fehlhaltungen oder fehlender Bewegung

Allgemein

- Psychomentele Belastungen
- Gefahren und Risiken im Bereich Gebäudesicherheit

Massnahmen und Leistungen für Arbeitssicherheit und berufliches Gesundheitsmanagement

Alle Mitarbeitenden der APG|SGA sind ins System für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz integriert und profitieren von allgemeinen Angeboten, Dienstleistungen und vom Versicherungsschutz. Je nach Funktion gibt es Unterschiede bei den Anforderungen und der Intensität der Sicherheitsvorschriften. Während Büroangestellte und Aussendienstmitarbeitende punktuell zu Themen wie Ergonomie, psychische Gesundheit, Brandschutz, Erste Hilfe oder Fahrsicherheit trainiert werden, arbeiten Afficheur:innen und Mitarbeitende mit Aufgaben in Bau und Wartung von Werbeflächen nach den Sicherheitsvorschriften im Mitarbeitendenhandbuch. Beim Eintritt in die APG|SGA und später in regelmässigen Abständen werden sie zu den Anforderungen und allfälligen Neuerungen geschult. Sie erhalten zudem Arbeitskleidung und Schutzausrüstung, die die relevanten Sicherheitsstandards erfüllen und es ermöglichen, bei sämtlichen Witterungen die körperliche Arbeit im Freien erledigen zu können. Personalmieten oder Mitarbeitende, die keine Angestellten sind, erhalten bei Bedarf die entsprechenden Sicherheitsschulungen, Arbeitskleidung oder Schutzausrüstung, sie sind aber ansonsten dem Gesundheitsmanagement, inklusive Versicherung, ihres jeweiligen Arbeitgebers angegliedert.

2023 wurden für die Mitarbeitenden der Allgemeinen Plakatgesellschaft AG freiwillige Seminare zur Früherkennung und Bewältigung von Stress und zur Resilienz durchgeführt. Ausserdem wurden in Workshops, die für die Mitarbeitenden mit Personalführungsfunktion obligatorisch waren, die Prinzipien der gesunden (Selbst-)Führung vermittelt.

Mitarbeitende der APG|SGA können sich während der Arbeitszeit auf Kosten des Unternehmens jährlich gegen Grippe impfen lassen.

Im Bereich Ergonomie und Gebäudesicherheit wurde in Lärm-schutzmassnahmen in den Grossraumbüros investiert sowie weitere Büroarbeitsplätze mit höhenverstellbaren Schreibtischen und hochwertigen Bürostühlen ausgestattet. Der Umsetzungsgrad in der Schweiz liegt bei über 80 %.

In einem regelmässigen Turnus werden Gebäude-/Arbeitssicherheits-/Brandschutzaudits mithilfe der ASA¹-Kontrollbögen durchgeführt. 2023 wurden die Standorte Bern, St. Gallen und Zürich

¹ ASA ist die Abkürzung für «Beizug von Arbeitsärzten und anderen Spezialisten der Arbeitssicherheit»

People



kontrolliert und 2024 werden die Standorte Grand-Saconnex, Lausanne und Sion auditiert.

Im Rahmen eines ganzheitlichen betrieblichen Gesundheitsmanagements wird 2024 ein externes und unabhängiges Beratungsangebot mit einem breiten Themenspektrum eingeführt, das den Mitarbeitenden der Allgemeinen Plakatgesellschaft AG kostenlos und vertraulich zur Verfügung steht. Für sämtliche Anfragen wird eine individuelle Beratung mit allfälligen Folgeangeboten initiiert.

Arbeitsbedingte Ausfälle

Die generellen Ausfalltage über die Schweizer Gesellschaften des Unternehmens sind, gemäss Statistik SECO/SUVA, mit anderen Unternehmen in der Schweiz vergleichbar und die Ausfalltage aufgrund von Berufsunfällen liegen tiefer als der Schweizer

Durchschnitt. Da das Personal gut geschult ist, über viel Arbeits Erfahrung verfügt und die erforderlichen Sicherheitsvorkehrungen eingehalten werden, hatten 99 % der Belegschaft im Kalenderjahr 2023 keinen Berufsunfall. Die tiefe Anzahl Unfälle lässt keine spezifischen Rückschlüsse auf Verbesserungspotenzial in der Unfallverhütung zu.

Da bei krankheitsbedingten Ausfällen gegenüber dem Arbeitgeber weniger Details meldepflichtig sind, sind über die Art dieser Ausfälle keine spezifischen Informationen verfügbar. 54 % der Mitarbeitenden in der Schweiz und 65 % der Mitarbeitenden in Serbien hatten keine Ausfälle aufgrund von Krankheiten. Insbesondere nach Langzeitausfällen sucht die APG|SGA nach individuellen Lösungen, um die betroffenen Personen möglichst schonend und nachhaltig wieder in einen für sie geeigneten Arbeitsalltag zurückzuführen.

Unfälle und Abwesenheitstage

	Allgemein ¹	Frauen	Männer
Anzahl Berufsunfälle	4		
Abwesenheitstage Berufsunfälle	9		
Abwesenheitstage Nichtberufsunfälle	577	47	530
Anzahl Krankheitstage ²	3 542	1 006	2 536
Anzahl gearbeitete Stunden ³	928 328		
Rate der Berufsunfälle per 1 000 000 Std ⁴	4.3		
Anzahl Berufsunfälle mit schweren Folgen	0		
Anzahl Todesfälle aufgrund von Berufsunfällen	0		

¹ Aufgrund der tiefen Anzahl Berufsunfälle wird aus Datenschutzgründen auf eine Aufteilung zwischen Frauen und Männern verzichtet.

² Die Tage entsprechen jeweils Volleittagen, d.h., 2 halbe Abwesenheitstage werden in einem vollen Tag ausgewiesen.

³ Berechnung: Bei Vollzeitstellung 2 210 Arbeitsstunden pro Jahr, abzüglich 7 Wochen für Ferien und sonstige Abwesenheiten, ergibt eine errechnetes Stundensaldo von 1 912.5 Stunden pro Vollzeitäquivalent.

⁴ Die auf 1 000 000 gearbeiteten Stunden basierende Rate entspricht der Anzahl der arbeitsbedingten Verletzungen pro 500 vollzeitbeschäftigte Mitarbeitenden über einen Zeitraum von einem Jahr.



Nachhaltige Beschaffung – soziale Aspekte

Soziale Aspekte und Umweltleistungen gewinnen in der Gestaltung der Lieferketten immer mehr an Wichtigkeit. Als nachhaltiges Unternehmen möchte die APG|SGA allfällige negative Auswirkungen ihrer Einkaufstätigkeiten auf ein Minimum reduzieren. Deshalb wurde die Analyse der Lieferketten in den letzten Monaten verstärkt und die direkte Einflussnahme auf Lieferant:innen wird in Zukunft erhöht.

Managementansatz

Der Unternehmensbereich Beschaffung ist federführend bei der Definition der Anforderungen und Leistungskriterien der von der APG|SGA eingekauften Produkte und Dienstleistungen. In Zusammenarbeit mit dem Bereich CSR Corporate Responsibility wird für die wichtigsten Produktgruppen periodisch oder bei Bedarf ad hoc definiert, welche sozialen Aspekte in der entsprechenden Lieferkette berücksichtigt werden müssen. Dabei dienen das Unternehmensleitbild, der Code of Conduct sowie spezifische Vorgaben der Mitgliedschaften der APG|SGA (z.B. UN Global Compact) als Grundlagen. Wenn immer möglich, stützt sich die APG|SGA auf bestehende und anerkannte Zertifikate, Labels und Gütesiegel.

Evaluation der Lieferant:innen

Seit 2023 müssen die wichtigsten Lieferant:innen der APG|SGA eine Selbstevaluation ausfüllen, die verschiedene Aspekte der Nachhaltigkeit abdeckt. Der Fragebogen umfasst die Einhaltung von sozialen Aspekten, Massnahmen für Klima- und Umweltschutz, genaue Angaben zur Produktherkunft sowie Informationen zu Zertifikaten und Labels. Die Ergebnisse dieser Bewertung dienen als Grundlage für die Bewertung der Lieferantenbeziehungen und tragen dazu bei, die Zusammenarbeit in Richtung einer nachhaltigeren Lieferkette zu lenken. Ausserdem spielen sie eine wichtige Rolle bei der Erfüllung der Sorgfaltspflicht im Bereich Kinderarbeit. Bisher wurden Lieferant:innen und Dienstleistungsunternehmen evaluiert, die rund 75 % des durchschnittlichen jährlichen Einkaufsvolumens abdecken.

Auf dieser Basis wird durch individuelle Gespräche mit den Lieferant:innen das Verbesserungspotenzial in Bezug auf Umwelt- und soziale Themen eruiert und gegebenenfalls Massnahmen definiert. Mittels Code of Conduct für Lieferant:innen werden die Ansprüche der APG|SGA an Themen wie Gesundheitsschutz, Arbeitnehmerrechte, Umwelt- und Klimaschutz oder Compliance genauer definiert und eingefordert.

Sorgfaltspflicht im Bereich Kinderarbeit

Die APG|SGA hat den Anspruch, mit Lieferant:innen zu arbeiten, die sich verpflichten, in ihrer Lieferkette keine Kinderarbeit einzusetzen oder zu tolerieren. Mit der Teilnahme am UN Global Compact und im eigenen Code of Conduct verpflichtet sich die APG|SGA, den Schutz der Menschenrechte einzuhalten, für das Abschaffen von Kinderarbeit einzutreten und gesetzeskonform zu handeln.

Durch das Inkrafttreten der gesetzlichen Bestimmungen zu Sorgfalts- und Berichtspflichten bezüglich Konfliktmineralien und Kinderarbeit (Art. 964j OR) und der dazugehörigen Verordnung (VSoTr) ist die APG|SGA ab dem Berichtsjahr dazu verpflichtet, ihre Sorgfaltspflicht hinsichtlich Kinderarbeit wahrzunehmen.

Die Risikoanalyse im Bereich Kinderarbeit ergab im ersten Schritt, dass die APG|SGA die gesetzlich vorgeschriebenen Schwellenwerte in Bezug auf Bilanzsumme, Umsatzerlös und Vollzeitstellen überschreitet. In einem zweiten Schritt wurden zur Ermittlung der Herkunftsländer der standardisierte Fragebogen an die Zulieferer, Produktangaben, Befragungen von Zulieferern und

People



internen Beschaffungsverantwortlichen sowie Internetrecherchen verwendet. Acht Herkunftsländer von bezogenen Produkten weisen gemäss UNICEF-Index ein mittleres (enhanced) Risiko für Kinderarbeit auf.

In einem dritten Schritt wurde für diese acht Länder geprüft, ob mit Bezug auf ein von der APG|SGA bezogenes konkretes Produkt oder eine konkrete Dienstleistung ein begründeter Verdacht auf Kinderarbeit besteht. Für die Prüfung wurde eine Medien- und Internetrecherche betrieben sowie Berichte von Non-Government-Organisationen, Nachhaltigkeitsberichte der Zulieferer und allfällige Meldungen an die APG|SGA Compliance-Meldestelle beigezogen. Für das Kalenderjahr 2023 wurden bei der Prüfung der Hersteller und Produkte, die aus den acht Herkunftsländern mit mittlerem Risiko für Kinderarbeit stammen, keine konkreten begründeten Verdachte auf Kinderarbeit festgestellt.

Somit ist die APG|SGA von weiteren Sorgfalts- und Berichterstattungspflichten im Bereich Kinderarbeit gemäss Art. 964^{sexies f.} OR befreit.

Die APG|SGA führt weder Konfliktmineralien in die Schweiz ein noch bearbeitet sie Konfliktmineralien in der Schweiz. Eine Berichtspflicht über die Erfüllung der Sorgfaltspflichten bezüglich Konfliktmineralien entfällt.



Gesellschaftliche Aspekte der APG|SGA Aussenwerbung

Aussenwerbung findet per Definition in der Öffentlichkeit statt und hat den Sinn und Zweck, Menschen zu informieren und deren Entscheidungen zu beeinflussen. Die APG|SGA geht mit dieser Aufgabe im Rahmen der sozialen Marktwirtschaft verantwortungsvoll um und sorgt dafür, dass Gesetze und ethische Aspekte in der Werbung eingehalten werden. Ausserdem nutzt die APG|SGA ihre Plattformen für positive Beiträge an die Gesellschaft.

Rechtliche und ethische Überprüfungen

Die APG|SGA unterstützt und respektiert das subjektive Recht auf freie Meinung und Werbung und waltet nicht als Zensurstelle. Trotzdem werden alle Werbemittel bei Erhalt des Layouts oder der tatsächlichen Anlieferung des Werbemittels einer rechtlichen und ethischen Prüfung unterzogen, bei der es darum geht, grenzüberschreitende oder verbotene Elemente zu entfernen, jedoch den Werbekunden den gebuchten Auftrag zu ermöglichen.

Die rechtliche Prüfung beinhaltet Aspekte wie Jugendschutz, Verkehrssicherheit, Urheberrechte, Datenschutz, Lauterkeit, Trittbrettwerbung oder Regeln bei politischer Werbung. Die ethischen Aspekte sind vielfältig und umfassen beispielsweise Rassismus, Sexismus, Erotik oder Gewalt. Sobald ein Sujet als kritisch eingestuft wird, darf es nicht in den Aushang gebracht oder ausgestrahlt werden, bis der gesamte Abklärungsprozess abgeschlossen ist. Dieser mündet entweder in einer kompletten oder teilweisen Sperrung des Sujets oder in einer Freigabe. Wenn immer möglich, wird die rechtliche und ethische Überprüfung vor der physischen Produktion der Werbemittel durchgeführt, um kundenseitige Mehrkosten, die bei einer allfälligen erneuten Produktion anfallen, zu vermeiden.

Schweizerische Lauterkeitskommission

Neben der internen rechtlichen und ethischen Überprüfung existiert mit der Schweizerischen Lauterkeitskommission (SLK) eine weitere, externe Kontrollinstanz. Es handelt sich um eine neutrale, unabhängige Institution zum Zweck der werblichen Selbstkontrolle. Sie ist Teil der Stiftung für die Lauterkeit in der

kommerziellen Kommunikation, der alle bedeutenden Organisationen der schweizerischen Kommunikationsbranche angehören.

Jede Person hat die Möglichkeit, Werbung, die aus ihrer Sicht nicht korrekt beziehungsweise unlauter ist, bei der SLK zu beanstanden. Die SLK spricht zwar keine staatlich durchsetzbaren Urteile aus, sie erlässt aber Empfehlungen, die von Werbetreibenden zukünftig berücksichtigt und umgesetzt werden. Die neutrale Beurteilung durch die SLK und die damit einhergehende Selbstregulierung hat sich bestens etabliert und wird sowohl von Kund:innen als auch Vertragspartner:innen akzeptiert.

Zwei Mitarbeitende der Allgemeinen Plakatgesellschaft AG sind als Mitglied des Stiftungsrats und als Experte für Aussenwerbung für die SLK tätig.

Beitrag zur politischen und demokratischen Information

Das aktuelle Weltgeschehen zeigt einmal mehr die Wichtigkeit von freier Meinungsäusserung, Rechtsstaatlichkeit und demokratischen Prozessen. Die APG|SGA ist politisch neutral und bietet sämtlichen Parteien und Personen die Möglichkeit, politische Werbung oder Wahlkampfwerbung zu betreiben, solange die Auflagen für politische Plakatierung eingehalten werden. Somit leistet die APG|SGA einen wichtigen Beitrag zur freien Meinungsbildung und einer funktionierenden Demokratie.

People



Plakatsponsoring und Spenden

Non-Profit-Organisationen sowie Kultur- und Sportveranstaltungen werden mittels grosszügiger Rabatte sowie Plakatsponsoring in Form von zusätzlichem Aushang oder Ausstrahlungen als Ergänzung zu ihren gebuchten Kampagnen unterstützt. 2023 wurden in diesem Zusammenhang Sachleistungen mit einem Medienwert in kleiner zweistelliger Millionenhöhe geleistet. Im Rahmen einer jährlichen Spende wird jeweils eine gemeinnützige Organisation unterstützt, 2023 war dies der Schweizerische Blinden- und Sehbehindertenverband (SBV).

Zusammenarbeit mit sozialen Einrichtungen

Die APG|SGA arbeitet regelmässig mit sozialen Institutionen zusammen. Haushaltartikel werden via Schweizerische Blinden- und Sehbehindertenwerkstatt bezogen. Ausgediente IT-Geräte werden entweder zur Weiterverwendung aufbereitet oder zusammen mit anderem Elektronikabfall an die Sozialen Dienste Bezirk Uster (sdbu) abgegeben, wo sie fachgerecht recycelt werden. Die sdbu setzen für diese Arbeit Langzeitarbeitslose ein, denen der Wiedereinstieg ins Berufsleben gelingen soll. Der Verein Drahtzug bietet Menschen mit psychischer Beeinträchtigung eine unterstützende Alltagsstruktur und Arbeitsplätze. Für die APG|SGA und ihre Kund:innen näht Drahtzug nützliche Alltagsprodukte aus ausrangierten Werbebannern und gibt diesen somit ein zweites Leben.

Meilensteine in der Umsetzung des Umweltleitbildes

1999

Einführung der Energie-Buchhaltung, Anschaffung der ersten Gasfahrzeuge, erste Eco-Drive-Kurse

2000

Verabschiedung des Umweltleitbildes mit dem Kernsatz: «Wir verringern die Umweltbelastung über gesetzliche Vorgaben hinaus, entlang der gesamten Wertschöpfungskette, nach den Grundsätzen: Vermeiden, Vermindern, Verwerten.»

2001

Erster Zwischenbericht, Einführung des konsequenten Plakatabfall-Recyclings

2002

Anschaffung erster Hybrid-Autos. Beginn des Umbaus alter Leuchtkästen zu höherer Energieeffizienz

2003

Erster Umweltbericht

2004

Beginn der wärmetechnischen Gebäudesanierungen

2005

Erste Ausgabe des alljährlich publizierten Folders «Fakten und Zahlen»

2008

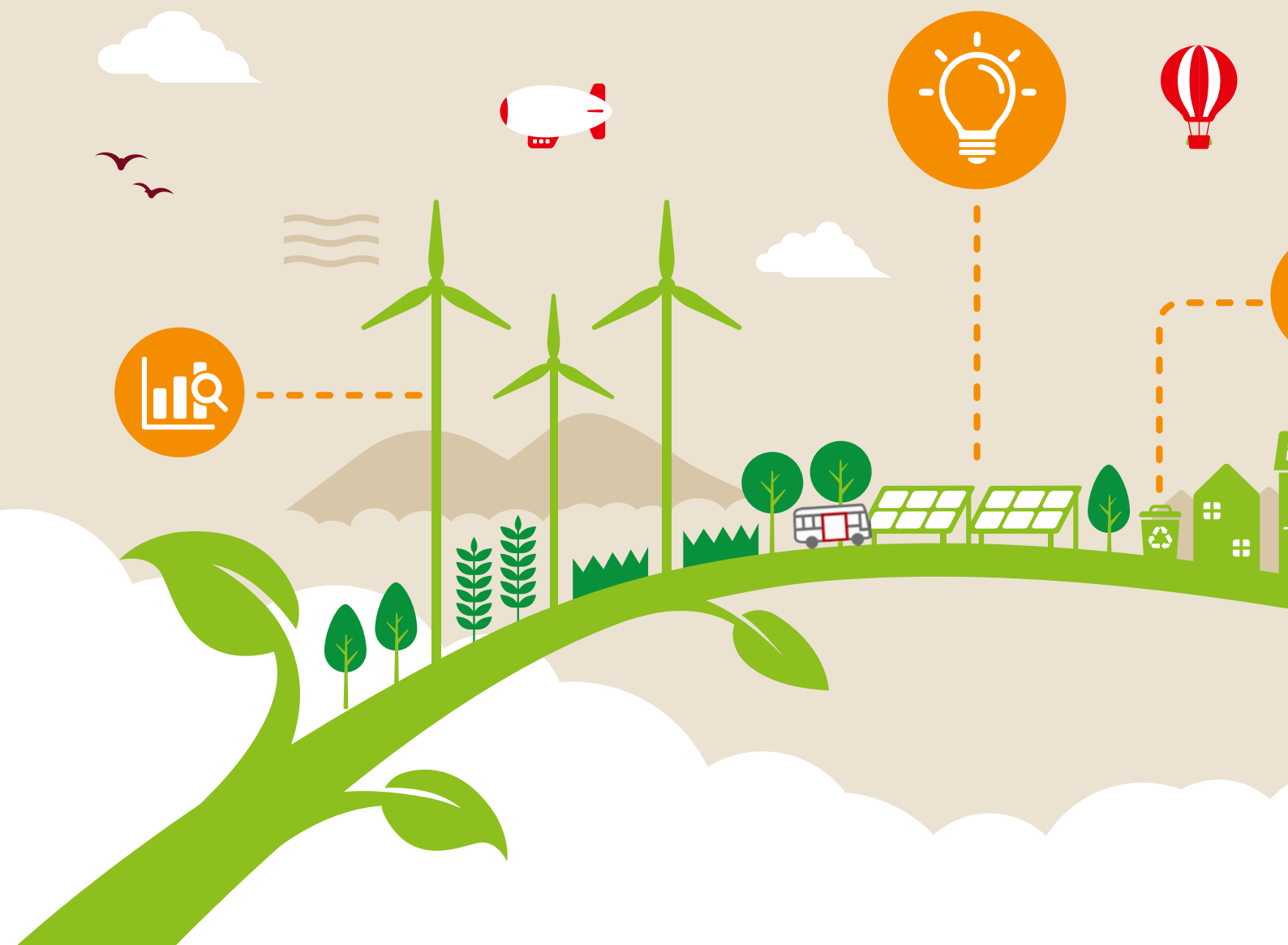
Einkauf 100 Prozent Ökostrom für die Leuchtwerbung, Umwelt als Titelgeschichte des Geschäftsberichts

2012

Einkauf 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energien für Gebäude: Erneuerbare Energien decken nun 100 Prozent des gesamten APG|SGA Stromverbrauchs

2013

Optimierung aktueller Lichtkonzepte in Werbeträgern



2014

Einkauf 100 Prozent Ökostrom «naturemade star» für Gebäude: Der gesamte APG|SGA Stromverbrauch wird zu 100 Prozent mit Ökostrom gedeckt

2016

Interne Beschaffungsstrategie für digitale Werbeträger (Energieeffizienz). Upgrade zur neuesten Generation der «ePanels» mit Einsparung von 80 Prozent

2017

Ausbau der Umweltleistungsmessung zur Nachhaltigkeitsmessung durch die Ergänzung mit sozialen und gesellschaftlichen Indikatoren

2019

Erste Anschlüsse an Fernwärmenetze und Einführung mittel- und langfristiger wissenschaftsbasierter Klimaziele im Einklang mit dem 1.5°C-Ziel

2022

Schaffung der Stelle Leitung Nachhaltigkeit

2023

Installation der ersten PV-Anlage, Erweiterung der Treibhausgasbilanzierung auf die gesamte Gruppe





Umweltmanagement

Die APG|SGA versteht ihr ganzheitliches Umweltmanagement als einen zyklischen Prozess, der aus folgenden Teilen besteht: Identifikation bedeutender Umweltaspekte, Zielsetzung, Massnahmenplanung, Steuerung/Überwachung der Umsetzung und bei Bedarf Anpassungen. Ziel ist dabei eine kontinuierliche Verbesserung der Umweltleistung.

Bedeutende Umweltaspekte

Zur Identifikation und Überprüfung bedeutender Umweltaspekte dient die jährliche Umweltleistungsmessung (Umweltbelastung und Treibhausgasemissionen). Sie sind deckungsgleich mit den umweltbezogenen Themen aus der Wesentlichkeitsanalyse (Klima und Energie, Kreislaufwirtschaft - Ressourcen und Abfall, nachhaltige Beschaffung - ökologische Aspekte).

Einbezug der Leitungsgremien

Unternehmensleitung und Verwaltungsrat traktandieren regelmässig Umweltthemen. Dabei verabschieden diese Gremien die Zielsetzung und besprechen ausführlich die Umsetzung allfälliger Massnahmen. Konkrete Ziele zur Reduktion von Treibhausgasemissionen und die entsprechenden Absenkpfade beeinflussen die Entscheidungsfindung im operativen Geschäft.

Auf der Basis wissenschaftlicher Klimaszenarien analysierte ein interdisziplinäres Team 2023 die klimawandelbedingten Risiken und Chancen. Die gewonnenen Erkenntnisse dienen der Optimierung von Klimastrategie und Geschäftsprozessen.

Berechnung der Umweltbelastung und der Treibhausgasemissionen

Die Methode zur Berechnung der Umweltbelastung ist die der ökologischen Knappheit (Umweltbelastung: Ökofaktoren Schweiz 2021 gemäss der Methode der ökologischen Knappheit. Methodische Grundlagen und Anwendung auf die Schweiz, Bundesamt für Umwelt (BAFU), Umwelt-Wissen Nr. 2121, Bern, 2021).

Die Treibhausgasemissionen wurden gemäss dem World Resources Institute (WRI)/World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard (überarbeitete Ausgabe) berechnet. Wie vom Greenhouse Gas (GHG) Protocol und CDP empfohlen, wurden Faktoren für das globale Erwärmungspotenzial verwendet, die mit dem sechsten Bewertungsbericht des Zwischenstaatlichen Ausschusses für Klimaänderungen der Vereinten Nationen übereinstimmen; bei den berücksichtigten Treibhausgasen handelt es sich um Kohlendioxid (CO₂), Methan (CH₄), Distickstoffoxid (N₂O), teilhalogenierte Fluorkohlenwasserstoffe (HFC), perfluorierte Kohlenwasserstoffe (PFC), Schwefelhexafluorid (SF₆) und Stickstofftrifluorid (NF₃), wie sie im geänderten Anhang A des Kyoto-Protokolls aufgeführt sind. Umweltbelastung und Treibhausgasemissionen wurden mit dem Expertensystem REGIS berechnet. Die Hintergrundprozesse basieren seit 2016 auf ecoinvent Version 3 (aktuellste Version v3.10).

Planet



Umweltleistung

Die APG|SGA bestimmt und überwacht ihre Umweltleistung bereits seit 2001, indem sie jährlich sowohl die Umweltbelastung als auch die Treibhausgasemissionen berechnet. Die Ergebnisse dienen der Formulierung von Umweltzielen und der Definition von Massnahmen zur Zielerreichung.

Klimawandel – Meilenstein erreicht und bedeutende Veränderungen angestossen

Im Jahr 2018 hatten die APG|SGA AG¹ und die Allgemeine Plakatgesellschaft AG sich ein kurzfristiges wissenschaftsbasiertes Reduktionsziel für die Treibhausgasemissionen gesetzt, das geeignet war, die Begrenzung der Klimaerwärmung auf 1.5°C zu unterstützen. Die Emissionen im Scope 1+2 sollten im 2023 30 % tiefer sein (987 t CO₂eq) als im Referenzjahr 2017 (1410 t CO₂eq). Dieses Ziel hat das Unternehmen mit Treibhausgasemissionen im Scope 1+2 von 976 t CO₂eq sogar übererfüllt.

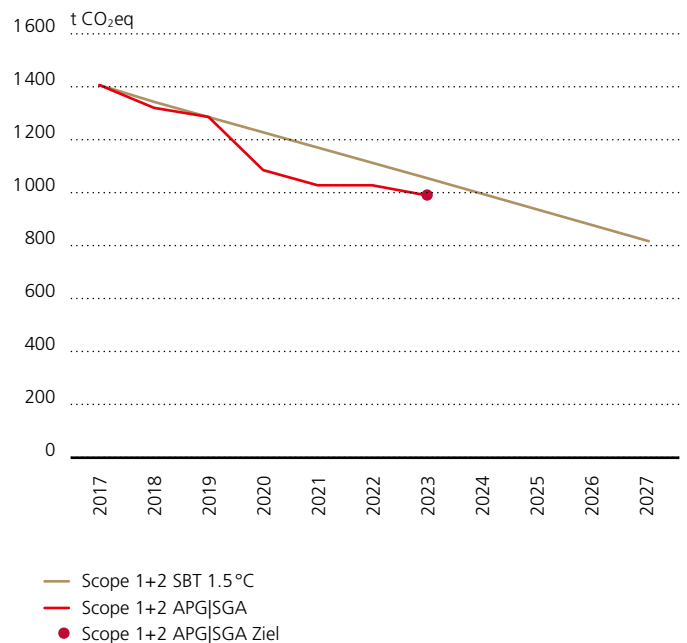
Die APG|SGA hat sich bereits im zweiten Halbjahr 2022 gegenüber der SBTi verpflichtet, weiterführende wissenschaftsbasierte Reduktionsziele für die Treibhausgasemissionen in den Scopes 1, 2 und 3 zu setzen mit 2023 als Basisjahr. Diese neuen Ziele – darunter auch ein Netto-Null-Ziel – will das Unternehmen der SBTi zur Validierung einreichen. Sie werden ebenfalls darauf ausgelegt sein, die Klimaerwärmung gemäss Pariser Klimaabkommen auf 1.5°C zu begrenzen.

Die APG|SGA hat als Voraussetzung für diesen Schritt wichtige Weichen gestellt und die Systemgrenzen der Ökobilanzierung erweitert. Zum einen ist seit 2023 die gesamte APG|SGA Gruppe abgedeckt. Zum anderen wurde die Datenerhebung für die vorgelagerten Prozesse vervollständigt. Neu werden nun alle Werbematerialien (nicht nur Papierplakate) sowie Investitionsgüter erfasst.

Zur Berechnung der Intensität dient neu der Werbeertrag als Bezugsgrösse anstelle der Anzahl Plakate. Diese Umstellung lag nahe, weil die Gruppengesellschaften unterschiedliche Anteile an analogen und digitalen Werbeformen sowie klassischen Papierplakaten haben und der Werbeertrag eine bessere Vergleichbarkeit bietet.

Entwicklung des kurzfristigen wissenschaftsbasierten Reduktionsziels

(APG|SGA AG¹, Allgemeine Plakatgesellschaft AG)



¹ Beinhaltet alle direkten Mitarbeitenden der Holding und deren operatives Tagesgeschäft

Planet



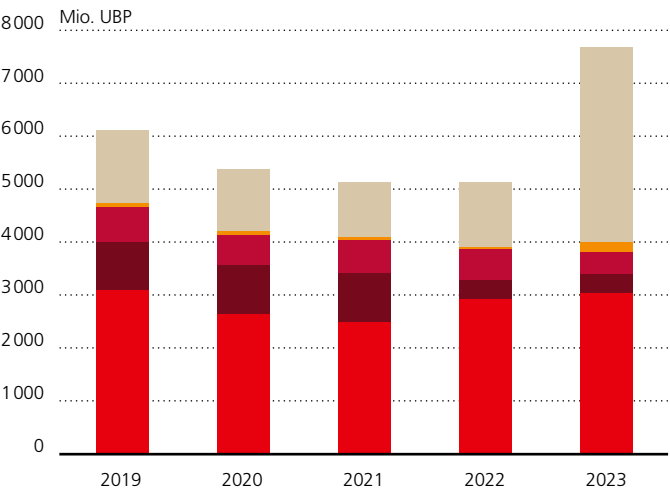
Ökobilanz und Treibhausgasemissionen

Im Fünfjahresvergleich der Umweltbelastung ist bei den Materialien ein deutlicher Anstieg zu erkennen. Dieser ist auf die Erweiterung der Systemgrenzen auf sämtliche Materialien, das zugehörige Abfallaufkommen, Investitionsgüter und den Heiz-

energieverbrauch vermieteter Flächen zurückzuführen. Der positive Trend hin zu einer kontinuierlichen Verringerung hat sich im Prinzip fortgesetzt, vor allem mit Blick auf die Intensität. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Betrachtung der Treibhausgasemissionen.

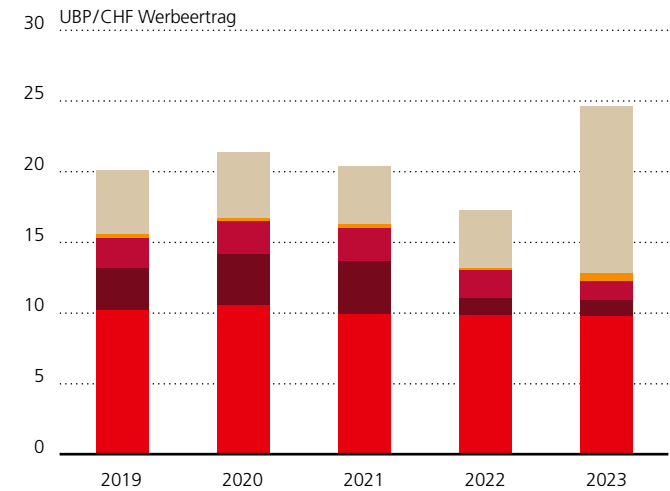
Umweltbelastung 2019–2023

(APG|SGA AG¹, Allgemeine Plakatgesellschaft AG)



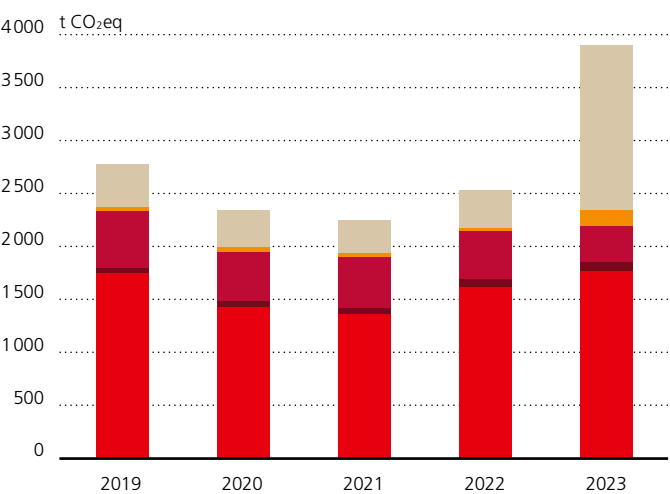
Intensität der Umweltbelastung 2019–2023

(APG|SGA AG¹, Allgemeine Plakatgesellschaft AG)



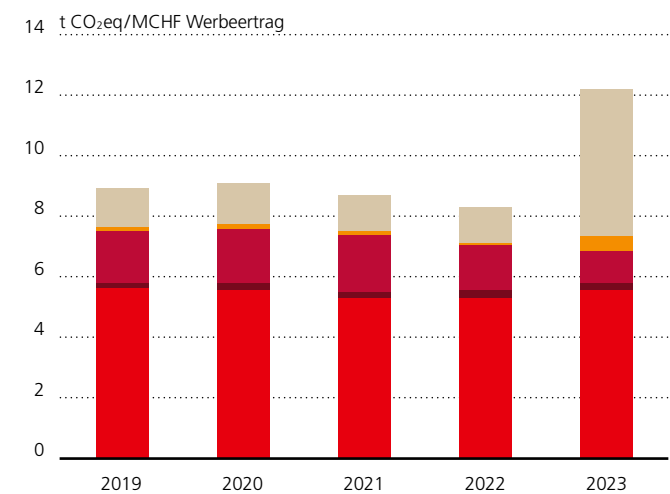
Treibhausgasemissionen 2019–2023

(APG|SGA AG¹, Allgemeine Plakatgesellschaft AG)



Intensität der Treibhausgasemissionen 2019–2023

(APG|SGA AG¹, Allgemeine Plakatgesellschaft AG)



■ Materialien² ■ Entsorgung ■ Heizung ■ Strom ■ Verkehr

¹ Beinhaltet alle direkten Mitarbeitenden der Holding und deren operatives Tagesgeschäft

² Einschliesslich Investitionsgüter und Heizenergieverbrauch vermieteter Flächen

Planet



Geografische Erweiterung der Systemgrenzen

Im Rahmen der Erweiterung der Systemgrenzen der Ökobilanzierung, die im Einklang mit den Anforderungen von SBTi steht, werden neu sämtliche Gruppenunternehmen unter vollständiger betrieblicher Kontrolle der APG|SGA und die vorgelagerten Prozesse komplett berücksichtigt. Während die Gruppengesellschaft in Serbien, Alma Quattro, für gut 4 % des Werbeertrags sorgt, ist sie für über 50 % der Umweltbelastung und der Treibhausgasemissionen verantwortlich. Das liegt einerseits daran, dass sie im Gegensatz zur Schweizer Gesellschaft kein systematisches Umweltmanagement betreibt, sondern sich auf die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben beschränkt. Andererseits fallen bei genauerer Betrachtung der erstmals aufgestellten Ökobilanz zwei Treiber auf: Strom und Entsorgung.

Die serbische Gruppengesellschaft hat einen überproportionalen Stromverbrauch, weil die hinterleuchteten und digitalen Werbeträger meist grossformatiger sind als in der Schweiz. Vom eingekauften Strom ist bekannt, dass er zu 40 % aus Wasserkraft stammt. Für die anderen 60 % liegen keine robusten Daten vor, weshalb für die Ökobilanzierung die Zusammensetzung des Reststroms in Serbien angenommen wurde, der von der Kohleverstromung dominiert wird (2022: 72.8 % Strom aus Braun- und Steinkohlekraftwerken).¹

¹ <https://www.aib-net.org/facts/European-residual-mix/2022>, zuletzt besucht am 05.04.2024

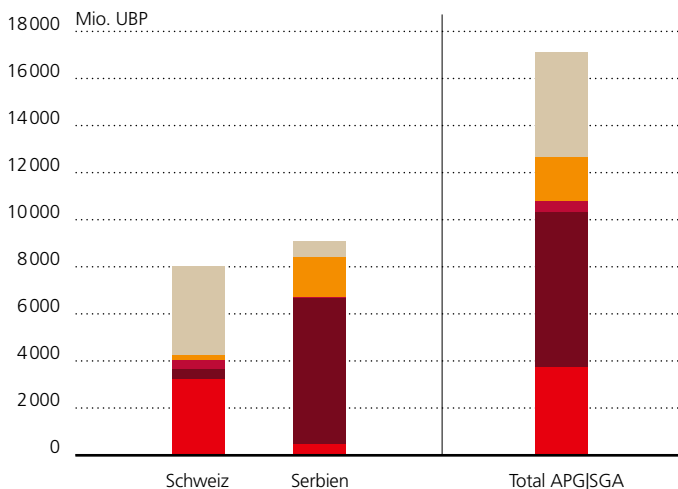
Beim Thema Entsorgung waren in Serbien nur die angefallenen Abfallmengen bekannt. Informationen zu den Entsorgungsweisen waren nicht vorhanden. In einem solchen Fall werden bei der Ökobilanzierung die ungünstigsten Szenarien angenommen, also die Entsorgung des Plakatpapiers und PVC-haltiger Werbelblachen in Mülldeponien und/oder durch unkontrollierte Verbrennung. Möglicherweise wird sich die Umweltbelastung deutlich verringern, sobald die Entsorgungswege bekannt sind, beziehungsweise stark umweltbelastende Entsorgungswege unterbunden werden.

Die genannten Umstände spiegeln sich auch in den Treibhausgasemissionen wider, wobei die Entsorgung weit weniger ins Gewicht fällt.

Neben den bereits ergriffenen Massnahmen zur Reduktion der Treibhausgasemissionen leiten sich aus der Ökobilanz zwei Handlungsfelder im Bereich Umweltschutz in der serbischen Gruppengesellschaft ab:

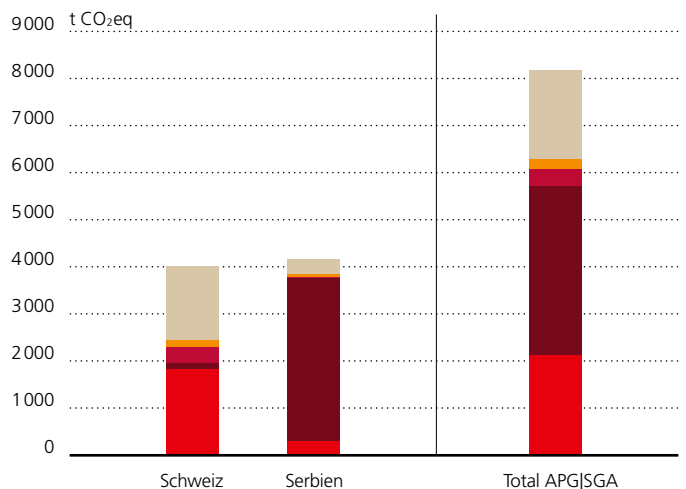
- gezielte Strombeschaffung aus erneuerbaren Quellen (Wasserkraft und Windenergie)
- Transparenz über die Entsorgungswege herstellen in enger Kooperation mit dem beauftragten Entsorgungsunternehmen und stark umweltschädliche Entsorgungswege verhindern

Umweltbelastung 2023 des Schweizer und des internationalen Geschäfts sowie der APG|SGA Gruppe



■ Materialien¹ ■ Entsorgung ■ Heizung ■ Strom ■ Verkehr

Treibhausgasemissionen 2023 des Schweizer und des internationalen Geschäfts sowie der APG|SGA Gruppe



¹ Einschliesslich Investitionsgüter und Heizenergieverbrauch vermieteter Flächen

Planet



Die folgenden Detailbetrachtungen der Umweltleistung beziehen sich ausschliesslich auf die APG|SGA AG¹ und die Allgemeine Plakatgesellschaft AG.

Energie

Der Gesamtenergieverbrauch in kWh sank gegenüber 2022 um 2 %. Angesichts des erhöhten Werbeertrags und des leicht angestiegenen Treibstoff- und Stromverbrauchs ist das eine sehr positive Entwicklung, die von einer deutlichen Verringerung des Heizenergieverbrauchs getrieben wurde.

Strom

Der Stromverbrauch hat gegenüber 2022 um 3 % zugenommen. Beim eingekauften Strom handelte es sich zu 100 % um Ökostrom, der das Gütesiegel «naturemade star» trägt. Während diverse Effizienzmassnahmen, wie beispielsweise die Umrüstung von elektrischen Werbeträgern, zu Reduktionen in Teilbereichen führten, wurde mehr Strom für das erweiterte Angebot an digitalen Werbeträgern benötigt (7 % mehr Spots gegenüber 2022, ohne «Elevator ePanels»). Diese digitalen Werbeträger sind für knapp 50 % des Stromverbrauchs verantwortlich.

Am Standort Zürich wurde eine Photovoltaikanlage in Betrieb genommen, an den Standorten Lausanne und Wallisellen befinden sich Anlagen im Bau, die 2024 fertiggestellt werden. Für die Standorte Lugano und Sion werden Machbarkeitsanalysen durchgeführt.

Heizenergie

Durch gezielte Sparmassnahmen, Optimierungen der Heizsysteme und Sanierungsmassnahmen an einzelnen Gebäuden konnte der Heizenergieverbrauch gegenüber 2022 um 21 % reduziert werden. Für 2024 sind weitere Sanierungsmassnahmen in Prüfung, die die Gebäudeeffizienz der Standorte Zürich und Lugano steigern sollen.

Verkehr

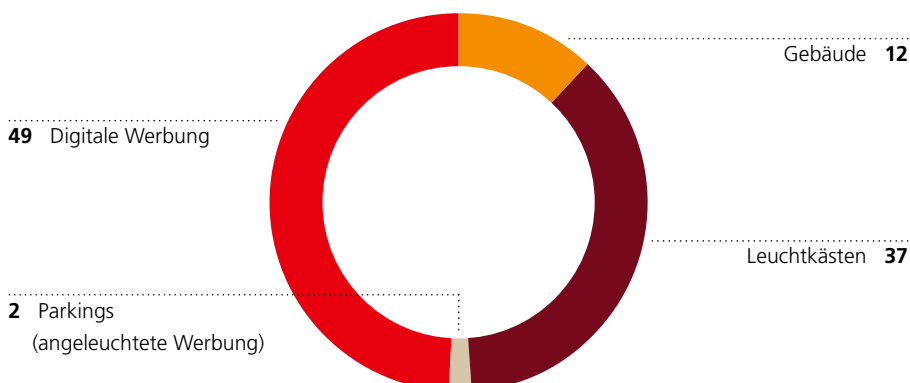
Der Treibstoffverbrauch für die gesamte Fahrzeugflotte ist um 4 %² gestiegen. Die Beschaffung von energieeffizienten und stromgetriebenen Fahrzeugen sowie die kontinuierliche Optimierung der Plakatierungsroutenplanung sollen hier in Zukunft zu Reduktionen führen.

Der schweizweite Pendelverkehr ist konstant geblieben. Dabei sank der Streckenanteil, der mit Autos mit Benzin-/Dieselantrieb zurückgelegt wurde, um 7 %. Flexible Arbeitsmodelle und unkompliziertes digitales Arbeiten sollen künftig zu einer Reduktion des Pendlerverkehrs führen.

¹ Beinhaltet alle direkten Mitarbeitenden der Holding und deren operatives Tagesgeschäft

² Im Geschäftsbericht 2023 wurde auf Seite 42 derselbe Wert mit 3 % angegeben. Die Korrektur erfolgt aufgrund einer Überprüfung und Anpassung der Treibstoffmessung

Anteile der Aktivitäten am Stromverbrauch in Prozent



Planet



Kreislaufwirtschaft

Gegenüber Vorjahr ist der Gesamtabfall 2023 um 1 % oder 4 Tonnen angestiegen. Die Recyclingquote bei Plakatabfällen liegt bei 79 %. Die Entsorgung sämtlicher Materialien geschieht nach den landesüblichen hohen Standards und wird durch lokale Recyclingpartner begleitet. Bei Plakatabfällen wird eine Recyclingquote von 90 % angestrebt. Wenn immer möglich, wird der Lebenszyklus von nicht mehr benötigten Produkten durch Aufbereitung oder Umnutzung verlängert.

Materialien

Mit ihren Lieferant:innen arbeitet die APG|SGA laufend daran, nachhaltigere Materialien einzusetzen und Prozesse so zu optimieren, dass weniger Input-Material benötigt wird. Gegenüber 2022 konnte die APG|SGA AG bei den Grossformaten die Materialmenge reduzieren und klebte weniger klassische Plakate. Gleichzeitig wurden für den Bereich Transport Advertising mehr Werbeprodukte produziert.

Nachhaltige Beschaffung – ökologische Aspekte

Die APG|SGA hat den Anspruch, mit Lieferant:innen zu arbeiten, die alle Umweltgesetze und -verordnungen einhalten, ein systematisches Umweltmanagement betreiben und bestrebt sind, ihre Umweltleistung fortlaufend zu verbessern und ihre Treibhausgasemissionen bis hin zu Netto-Null zu verringern. Letzteres ist für die APG|SGA der Schlüssel zur Verringerung der eigenen Treibhausgasemissionen im Scope 3. Die genannten Kriterien sind Teil der regelmässigen Lieferant:innenbewertung.

Darüber hinaus werden die Lieferant:innen in Zukunft eine wichtige Rolle bei der Verbesserung der Datenqualität zur Berechnung von Ökobilanz und Treibhausgasemissionen spielen. Sie werden dabei unterstützt, die Umweltbelastung und die Treibhausgasemissionen der gelieferten Produkte zu bestimmen und der APG|SGA zur Verfügung zu stellen. Diese sogenannten Primärdaten vermitteln gegenüber den Sekundärdaten aus Datenbanken ein realistischeres Bild.

Planet



Leistungskennzahlen im Überblick

GRI	EPIs ¹		APG SGA Gruppe	APG SGA AG ² & Allgemeine Plakatgesellschaft AG				
			2023	2023	2022	2021	2020	2019
302	Energie							
	Total	MWh	14 771	9 369	9 563	9 703	9 683	10 422
	erneuerbar	%	49	57	55	55	52	47
	Strom eingekauft	MWh	9 401	4 715	4 503	4 545	4 449	4 427
	erneuerbar	%	70	100	100	100	100	100
	Wärme eingekauft ³	MWh	255	178	195	168	162	71
	erneuerbar	%	46	67	62	82	69	71
	Strom Eigenproduktion	MWh	5	5	–	–	–	–
	erneuerbar	%	100	100	–	–	–	–
	Total Brenn- und Treibstoffe	MWh	5 109	4 471	4 864	4 990	5 071	5 924
	erneuerbar	%	11	12	12	13	9	7
	Erdgas	MWh	1 972	1 954	2 093	2 227	2 346	2 681
	Biogas	MWh	545	545	595	630	464	401
	Heizöl	MWh	255	255	495	560	525	671
	Diesel	MWh	1 585	1 177	1 278	1 255	1 453	1 802
	Benzin	MWh	753	540	403	319	283	369
303	Wasser							
	Trinkwasser	m ³	6 434	6 102	7 180	7 822	7 809	8 729
301	Materialien							
	Total	t	429	350	285	260	298	348
	erneuerbar	%	77	83	99	99	99	99
	Papier	t	294	255	257	242	276	318
	Leim inkl. Zusatzstoffe	t	31	30	24	17	18	23
	Sonstiges Werbematerial	t	100	61	–	–	–	–
	Sonstiges Material	t	4.5	4.2	3.9	0.6	4.5	6.6
306	Entsorgung							
	Total	t	566	484	403	407	418	442
	Siedlungsabfälle (Verbrennung)	t	86	84	40	66	76	69
	Werbematerial (Verbrennung)	t	50	50	–	–	–	–
	Werbematerial (nicht bekannt)	t	78	–	–	–	–	–
	Inerte Abfälle (Deponie CH)	t	2.3	2.3	–	–	–	–
	Papier (Recycling)	t	333	333	363	341	342	372
	Metalle (Recycling)	t	14	14	–	–	–	–
	Elektronik (Recycling)	t	0.7	0.7	–	–	–	–
	Banner (Recycling)	t	1.6	1.6	–	–	–	–

Planet



GRI	EPIs ¹		APG SGA Gruppe	APG SGA AG ² & Allgemeine Plakatgesellschaft AG				
			2023	2023	2022	2021	2020	2019
302	Geschäftsverkehr⁴							
	Total	km	406 786	403 088	530 959	350 427	476 449	626 450
	PKW	%	11	11	10	11	16	19
	Flugzeug	%	7	6	5	–	–	–
	Bahn	%	82	83	85	89	84	81
302	Pendlerverkehr⁵							
	Total	Mio. km	1.9	1.6	1.5	0.6	0.4	0.5
	PKW	%	44	39	37	100	100	100
	Öffentlicher Verkehr	%	54	60	62	–	–	–
	THG-Emissionen (CO₂eq)⁶							
	Total		8 178	3 811	2 686	2 197	2 287	2 719
305-1	Scope 1	t CO ₂ eq	1 134	959	1 007	1 013	1 072	1 285
305-2	Scope 2 ⁷	t CO ₂ eq	2 920	17	19	16	14	6
305-3	Scope 3	t CO ₂ eq	4 123	2 835	1 660	1 168	1 201	1 428
305-4	Intensität Scope 1+2	kg CO ₂ eq/kCHF Nettoerlös	12.5	3.1	3.4	4.1	4.3	4.2
	Umweltbelastung⁸							
	Kernbilanz	Mio. UBP	10 696	2 389	2 347	2 724	2 800	3 120
	Gesamtbilanz	Mio. UBP	17 097	7 687	5 130	5 132	5 373	6 108
	References							
	Net sales	Mio. CHF	326	311	297	252	251	304

¹ Erfasste Firmen: bis 2022 APG|SGA AG & Allgemeine Plakatgesellschaft AG, ab 2023 auch gesamte APG|SGA Gruppe

² Beinhaltet alle direkten Mitarbeitenden der Holding und deren operatives Tagesgeschäft

³ Seit 2019 Fernwärme an den Standorten Basel und Lausanne

⁴ Mit externen Fahrzeugen (Kilometer eigene Fahrzeuge nicht enthalten)

⁵ Seit 2022 neue Pendlerverkehrserfassung inkl. ÖV

⁶ Berechnung Treibhausgasemissionen: 2019 v3.6, 2020 v3.7.1, 2021 v3.8, 2022 v3.9.1, 2023 v3.10. Methoden: 2018–2021 IPCC2013, ab 2022 IPCC2021

⁷ Marktbezogen (standortbezogen: 50 t CO₂eq)

⁸ Berechnung Umweltbelastung: 2019–2021 v3.8, 2022 v3.9.1, 2023 v3.10 ; Methode UBP2021. Mio. UBP = 1 000 000 Umweltbelastungspunkte (UBP)



Scope-3-Kategorien

Als Voraussetzung für die Festlegung neuer wissenschaftsbasierter Reduktionsziele hat die APG|SGA mit der Erweiterung der Systemgrenzen für die Ökobilanzierung und der Verbesserung der Datenerfassung für vor- und nachgelagerte Prozesse wichtige Weichen gestellt.

Aufschlüsselung der Scope-3-Emissionen nach Kategorien des Greenhouse Gas Protocol (GHGP)

Zu den primären Dienstleistungen der APG|SGA gehören die Beschaffung, Installation und Wartung von analogen und digitalen Werbeflächen im öffentlichen Raum und, damit verbunden, die Vermarktung und Vermietung dieser Werbeflächen. Alle Prozesse ihrer Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette sind in dieses Treibhausgas-(THG-)Inventar integriert. Da das Inventar somit vollständig ist, ist kein weiteres Screening erforderlich.

In der folgenden Tabelle beziehen sich die Zahlen für 2022 auf die Aktivitäten in der Schweiz, während die Zahlen für 2023 die gesamte Gruppe berücksichtigen.¹

¹ Für Berechnung benutzte Datenbank:
- 2022, ecoinvent v3.9.1
- 2023, ecoinvent v3.10.

Planet



Scope-3-Kategorie	2023 t CO ₂ eq	2022 t CO ₂ eq	Kommentare
1 Erworbene Waren und Dienstleistungen	1 216	464	Hauptemissionsquelle: Werbematerial (z.B. Nassplakate)
2 Investitionsgüter	951	452	Emissionsquellen: eigene Fahrzeuge und Werbeinfrastruktur (z.B. ePanels)
3 Tätigkeiten im Zusammenhang mit Brennstoffen und Energie (nicht in Scope 1 oder Scope 2 enthalten)	1 108	426	Kraftstoffe für die eigenen Fahrzeuge sind der wichtigste Treiber, gefolgt von Heizung und Strom.
4 Vorgelagerter Transport und Vertrieb	58	22	Hauptemissionsquelle: Lastwagentransporte
5 Abfallaufkommen in Betrieben	228	22	Hauptemissionsquelle: Entsorgung von Werbematerial
6 Geschäftsreisen	21	25	Hauptemissionsquelle: Auto
7 Pendelnde Mitarbeiter	307	208	Hauptemissionsquelle: Pendeln mit dem Auto
8 Vorgelagerte geleaste Wirtschaftsgüter	–	–	Alle relevanten Energieströme (insbesondere von gemieteten Gebäuden oder Werbeflächen) sind in Scope 1 und 2 enthalten.
9 Nachgelagerter Transport	–	–	Der Plakataushang erfolgt mit eigenen Fahrzeugen; daher sind die entsprechenden Emissionen in Scope 1 enthalten.
10 Verarbeitung verkaufter Produkte	–	–	APG SGA ist ein Dienstleistungsunternehmen und verkauft keine Produkte.
11 Verwendung verkaufter Produkte	–	–	APG SGA ist ein Dienstleistungsunternehmen und verkauft keine Produkte. Der Stromverbrauch von Werbeträgern wie Bildschirmen für digitale Werbung ist in Scope 2 enthalten.
12 Behandlung von Produkten am Ende der Lebensdauer	–	–	Nicht anwendbar; APG SGA ist ein Dienstleistungsunternehmen und verkauft keine Produkte.
13 Nachgelagerte geleaste Wirtschaftsgüter	176	–	Heizenergie der vermieteten Flächen. Hauptemissionsquelle: Erdgas
14 Franchises	–	–	Nicht zutreffend; keine Franchises
15 Investitionen	–	–	Nicht zutreffend; APG SGA ist keine Investmentgesellschaft und bietet keine Finanzdienstleistungen an.
Sonstiges (vorgelagert)	59	41	Strasseninfrastruktur berücksichtigt; keine separate Datenerhebung (in den verwendeten ecoinvent-Ökobilanzdaten enthalten)

Aufschlüsselung der Scope-3-THG-Emissionen nach GHGP-Kategorien 2022 und 2023. Die Zahlen für 2022 beziehen sich auf die Aktivitäten der APG|SGA AG¹ und der Allgemeinen Plakatgesellschaft AG, während die Zahlen für 2023 die gesamte APG|SGA Gruppe berücksichtigen.

¹ Beinhaltet alle direkten Mitarbeitenden der Holding und deren operatives Tagesgeschäft

Profit



Wirtschaftsleistung

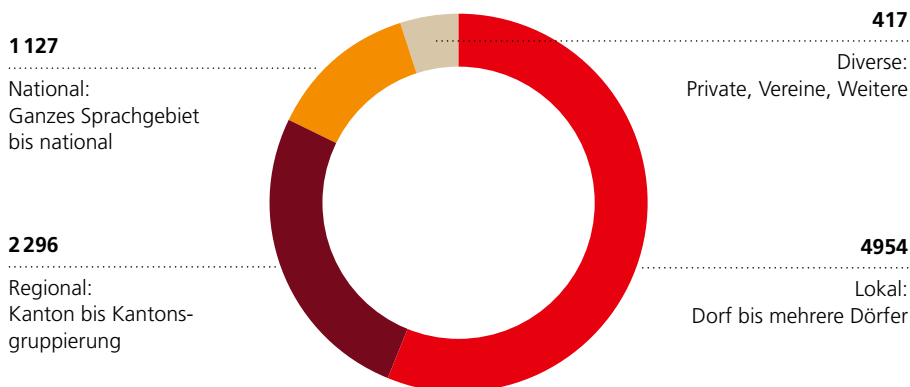
Die optimale Ertragserwirtschaftung und langfristige Beziehungen zu Partnern und Kunden bilden das Fundament für den nachhaltigen Fortbestand und die Konkurrenzfähigkeit des Unternehmens.

Erfolgreiche Partner- und Kundenbeziehungen

Mit fast 125-jähriger Geschichte ist die APG|SGA stolz auf ihr langfristiges Bestehen und auf ein Geschäftsmodell, das dank 7 160 Verträgen und Partnerschaften Einnahmen für Private, Unternehmen und die öffentliche Hand generiert. Demgegen-

über stehen in der Schweiz 8 800 Werbekund:innen von lokaler bis nationaler Ebene, die 2023 Aufmerksamkeit für ihr Unternehmen, ihre Organisation, ihre Dienstleistungen oder Produkte generieren konnten.

Anzahl Kunden pro Kategorie in 2023



Profit

**Kennzahlen**

Im Nachhaltigkeitsbericht werden keine finanziellen Kennzahlen offengelegt, die nicht bereits im Geschäftsbericht oder im Finanzbericht publiziert worden sind, ausserdem wird keine Aufteilung nach Ländern gemacht. Trotzdem gilt, es den wirtschaftlichen Mehrwert, den die APG|SGA für diverse Stakeholder generiert, zu betonen. Zu den wichtigsten Leistungen gehören Löhne an die Belegschaft, Einkaufstätigkeiten von Materialien und Dienstleistungen, Abgaben an die öffentliche Hand in Form von Konzessionszahlungen und Steuern, Erbringungen von Gratisleistungen für gemeinnützige Organisationen, Sport und Kultur in Form von Rabatten und Mehraushang sowie Zahlungen an Kapitalgeber.

Kontinuierliche Verbesserung

Prozessüberarbeitungen zur Effizienzsteigerung von Arbeitsweise und Materialfluss werden kontinuierlich umgesetzt. Zu den grösseren Umsetzungen im Jahr 2023 gehören die Erweiterung des Customer Relationship Management, die Einführung von Lean Project Management sowie die begonnene Überarbeitung sämtlicher Aushangrouten, um die gefahrene Anzahl Kilometer zu reduzieren und eine effizientere Bewirtschaftung der Plakatflächen zu ermöglichen.

2024 wird die Zertifizierung mit einem renommierten Nachhaltigkeitslabel angestrebt, basierend auf dem Standard ISO 26000 – Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung.

Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert in CHF 1000

Position in CHF 1000	2023
Erlöse	325 632
Betriebskosten	k.A.
Löhne und Leistungen für Angestellte	
– Bruttolohnsumme	47 147
– Arbeitgeberbeiträge an Pensionskasse	5 576
– Sozialversicherungsbeiträge an AHV, Krankentaggeld, Unfallversicherung	4 277
– Übrige Personalkosten	941
Zahlungen an Kapitalgeber	32 948
Ertragssteuern	5 073
Konzessionen und Kommissionen	196 826
Investitionen auf kommunaler Ebene	k.A.
Free Cash flow	31 325



Korruptionsprävention

Für die APG|SGA ist es ein wichtiges Ziel, dass sich ausnahmslos alle Mitarbeiter:innen an sämtliche für sie geltenden Rechtsvorschriften und die unternehmensinternen Richtlinien halten. Dazu gehören auch die Antibestechungs- und -korruptionsrichtlinien.

Managementansatz

Im Einsatz gegen Bestechung und Korruption ist das Compliance-Komitee das zentrale Gremium. Es ist für alle relevanten Prozesse verantwortlich. Es überprüft die Einhaltung der Richtlinien, aktualisiert diese und steht für Fragen und Beratungen zur Verfügung. Es autorisiert alle Einladungen der APG|SGA an Kund:innen, Partner:innen und sonstige externe Stakeholder, die den in den Richtlinien definierten Geldwert überschreiten. Zudem organisiert das Compliance-Komitee Schulungen und kooperiert direkt mit der externen Whistleblowing-Meldestelle im Falle von Meldungen und Untersuchungen.

Die Antibestechungs- und -korruptionsrichtlinien enthalten sämtliche relevanten Informationen und Regeln und gelten für die gesamte Belegschaft. Sie werden periodisch aktualisiert und überarbeitet.

Korruptionsrisiken

Korruptionsrisiken bestehen vermehrt im Verwaltungsbereich und kaum bei den Afficheur:innen oder Personen mit baulichen Tätigkeiten. Eine erhöhte Gefährdung besteht insbesondere im Partnermanagement, bei Personen, die direkt mit Konzessionsverantwortlichen der öffentlichen Hand zusammenarbeiten, oder im Verkauf, bei Personen mit direktem Kundenkontakt.

Schulung und externe Meldestelle

Sämtliche neuen Mitarbeitenden der APG|SGA in der Schweiz, die in Verwaltungsfunktionen tätig sind, müssen innerhalb der ersten drei Arbeitsmonate eine obligatorische Compliance-Schulung erfolgreich abschliessen. Die Afficheur:innen, rund ein Drittel der Belegschaft, sind von dieser Pflicht ausgenommen. Alle zwei Jahre, so auch 2023, wird die E-Learning-basierte Schulung überarbeitet und sämtliche betroffenen Mitarbeitenden sind verpflichtet, die Schulung erneut erfolgreich zu absolvieren.

Seit 2022 existiert eine externe Meldestelle, die insbesondere Compliance-Verstösse entgegennimmt, aber auch für sämtliche anderen Arten von Meldungen zur Verfügung steht. Die Meldestelle nimmt Hinweise per Telefon oder E-Mail und auf Wunsch anonym entgegen. Sie ist befugt, Untersuchungen anzustossen und durchzuführen. Alle Mitarbeitenden der APG|SGA sind zur uneingeschränkten Kooperation verpflichtet. Die Existenz und Funktionsweise der Meldestelle wird regelmässig und mehrere Male pro Jahr über interne Kanäle an die Mitarbeitenden kommuniziert.

Fälle

Seit Inbetriebnahme der Meldestelle sind keine Meldungen eingegangen. Es gibt keine laufenden internen oder öffentlichen Verfahren oder bestätigte Korruptionsfälle.

Profit



Gesetzeskonformes Handeln

Um das Vertrauen in die Integrität des Unternehmens zu schützen, verpflichtet sich die APG|SGA zu gesetzestreuem Verhalten und zur Einhaltung der selbst aufgestellten Richtlinien und unternehmensethischen Verhaltensregeln.

Laufende Verfahren

Die APG|SGA hält sich konsequent an die national geltenden Gesetze, an jene der Kantone und Gemeinden, das Wettbewerbsrecht, die Personalgesetze sowie die für Ausschreibungen und Submissionen geltenden Regelungen. Mit den Mitbewerbern steht die APG|SGA in fairem Wettbewerb um Marktanteile und die landesüblichen Kartellgesetze und das Wettbewerbsrecht werden eingehalten. Die APG|SGA ist Mitglied von verschiedenen Branchenverbänden, aber es werden keine Absprachen bezüglich Preisen, Gebieten oder Produkten getroffen.

2021 hat die APG|SGA in Serbien ein Verfahren gegen die lokalen Behörden von Belgrad angestrengt, bei dem es um eine allfällige Missachtung eines Exklusivvertrags geht. Das Verfahren war zum Zeitpunkt der Berichtsverfassung hängig.

Die APG|SGA war während des Berichtszeitraums und aktuell in keine anderen Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Verstößen gegen das Kartell- und Monopolrecht involviert. Ausserdem hat die APG|SGA keinerlei andere wesentliche Verstösse gegen Gesetze und Verordnungen begangen.

GRI-Inhaltsindex

Die APG|SGA hat die in diesem GRI-Index genannten Informationen für den Zeitraum 1. Januar 2023 bis 31. Dezember 2023 unter Bezugnahme auf die GRI-Standards berichtet. Verwendeter GRI: GRI 1: Grundlagen 2021

Allgemeine Angaben

GRI-Standard	Angaben	Orte ¹
Die Organisation und ihre Berichterstattungspraktiken GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-1 Organisationsprofil	GB, S. 18–21
	2-2 Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	FR, S. 26 NR, S. 7
	2-3 Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	NR, S. 7, S. 42
	2-4 Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	NR, S. 7
	2-5 Externe Prüfung	NR, S. 7
Tätigkeiten und Mitarbeiter:innen GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-6 Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	GB, S. 4–19 NR, S. 5–7
	2-7 Angestellte	GB, S. 40 / NR, S. 12–13
	2-8 Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind	NR, S. 13
Unternehmensführung GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-9 Führungsstruktur und Zusammensetzung	GB, S. 22–28
	2-10 Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans	GB, S. 24
	2-11 Vorsitzende:r des höchsten Kontrollorgans	GB, S. 22
	2-12 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen	GB, S. 24–25 NR, S. 6–8, S. 24
	2-13 Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	GB, S. 25 NR, S. 6–8, S. 24
	2-14 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	NR, S. 7–8
	2-15 Interessenkonflikte	FR, S. 39 / GB, S. 21–23 / OR, S. 12
	2-16 Übermittlung kritischer Anliegen	GB, S. 25 / OR, S. 11
	2-19 Vergütungspolitik	GB, S. 31–32
	2-20 Verfahren zur Festlegung der Vergütung	GB, S. 24, 30–31
	2-22 Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	NR, S. 4
Strategie, Richtlinien und Praktiken GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-23 Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	GB, S. 29 NR, S. 5, 7–8, 18
	2-25 Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	GB, S. 29
	2-26 Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	GB, S. 29 NR, S. 9, 20, 36
	2-27 Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	NR, S. 37
	2-28 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	NR, S. 7
	2-29 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	NR, S. 9
Einbindung von Stakeholdern GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-30 Tarifverträge	NR, S. 13

¹ Orte: GB = Geschäftsbericht, FR = Financial Report, NR = Nachhaltigkeits-Reporting, OR = Organisationsreglement

Wesentliche Themen

GRI-Standard	Angaben	Orte ¹
Wesentliche Themen	3-1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-2	Liste der wesentlichen Themen
Wirtschaftliche Leistung	3-3	Management von wesentlichen Themen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		Erfolgreiche Partner- und Kundenbeziehungen
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016	201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert
Korruptionsprävention	3-3	Management von wesentlichen Themen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden
GRI 205: Antikorruption 2016	205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung
	205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Massnahmen
Gesetzeskonformes Handeln	3-3	Management von wesentlichen Themen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016	206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung
Klima und Energie	3-3	Management von wesentlichen Themen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
GRI 302: Energie 2016	302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation
Kreislaufwirtschaft – Ressourcen und Abfall	3-3	Management von wesentlichen Themen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	303-3	Wasserentnahme
GRI 303: Wasser und Abwasser 2018	303-4	Wasserrückführung
	303-5	Wasserverbrauch
GRI 305: Emissionen 2016	305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)
	305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)
	305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)
	305-4	Intensität der Treibhausgasemissionen
	305-5	Senkung der Treibhausgasemissionen
GRI 306: Abfall 2020	306-3	Angefallener Abfall
	306-4	Von Entsorgung umgeleiteter Abfall
	306-5	Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall
		Nachhaltige Beschaffung – ökologische Aspekte
Attraktive Anstellungs- und Arbeitsbedingungen	3-3	Management von wesentlichen Themen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		APG SGA Beschäftigte
		Altersstruktur
		Leistungen und Fringe Benefits
		Mitarbeitendenzufriedenheit
Arbeitssicherheit und Gesundheit	3-3	Management von wesentlichen Themen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	403-1	Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
GRI 403: Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz 2018	403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen
	403-5	Mitarbeiterschulungen zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
	403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter

¹ Orte: GB = Geschäftsbericht, FR = Financial Report, NR = Nachhaltigkeits-Reporting, OR = Organisationsreglement

Wesentliche Themen

GRI-Standard	Angaben	Orte ¹
	403-7 Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	NR, S. 16
	403-8 Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz abgedeckt sind	NR, S. 16
	403-9 Arbeitsbedingte Verletzungen	NR, S. 17
	403-10 Arbeitsbedingte Erkrankungen	NR, S. 17
Geschlechtergleichheit GRI 3: Wesentliche Themen 2021 GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016	3-3 Management von wesentlichen Themen	NR, S. 14
	405-1 Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	GB, S. 23 / NR, S. 13–14
Nachhaltige Beschaffung – soziale Aspekte GRI 3: Wesentliche Themen 2021 GRI 408: Kinderarbeit 2016	3-3 Management von wesentlichen Themen	NR, S. 18
	Evaluation der Lieferant:innen	NR, S. 18
	408-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	NR, S. 18–19
Sozialer Beitrag der Aussenwerbung GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	NR, S. 20–21
	Rechtliche und ethische Überprüfung	NR, S. 20
	Schweizerische Lauterkeitskommission	NR, S. 20
	Beitrag zur politischen und demokratischen Information	NR, S. 20–21
	Plakatsponsoring und Spenden	NR, S. 21
	Zusammenarbeit mit sozialen Einrichtungen	NR, S. 21

¹ Orte: GB = Geschäftsbericht, FR = Financial Report, NR = Nachhaltigkeits-Reporting, OR = Organisationsreglement

Abkürzungsverzeichnis

Abkürzung	Bedeutung
APG SGA	APG SGA AG (beinhaltet alle Unternehmen der Gruppe)
ASA	Beizug von Arbeitsärzten und anderen Spezialisten der Arbeitssicherheit
CH	Schweiz
CO ₂ eq	CO ₂ -Äquivalente
CSR	Corporate Social Responsibility
EFTA	European Free Trade Association/Europäische Freihandelsassoziation
EKAS	Eidgenössische Koordinationskommission für Arbeitssicherheit
ESRS	European Sustainability Reporting Standards
EU	Europäische Union
GRI	Global Reporting Initiative
ISO	Internationale Organisation für Normung
NPOs	Non-Profit-Organisationen
OR	Obligationenrecht
PET	Polyethylenterephthalat
PVC	Polyvinylchlorid
RS	Serbien
SBTi	Science Based Targets initiative
sdbu	Soziale Dienste Bezirk Uster
SDGs	UN Sustainable Development Goals
SECO	Staatssekretariat für Wirtschaft
SLK	Schweizerische Lauterkeitskommission
SPR+	Swiss Poster Research Plus AG
SUVA	Schweizerische Unfallversicherungsanstalt
THG	Treibhausgas
UN	United Nations/Vereinte Nationen
UNICEF	United Nations Children's Fund/Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen
VSoTr	Verordnung über Sorgfaltspflichten und Transparenz bezüglich Mineralien und Metallen aus Konfliktgebieten und Kinderarbeit

Bezugstexte und weitere Informationen

Financial Report

Ausführlicher Financial Report:
www.apgsga.ch/finanzbericht

Geschäftsbericht

Vollständiger Geschäftsbericht:
www.apgsga.ch/geschaeftsbericht

Unternehmensleitbild

Vollständiges Unternehmensleitbild mit dem Code of Conduct:
www.apgsga.ch/unternehmensleitbild

Nachhaltigkeits-Reporting

Vollständiger Nachhaltigkeitsbericht und dazugehörigen
unabhängiger Prüfungsbericht der Treibhausgasbilanz
www.apgsga.ch/nachhaltigkeit

Kontakt zum Nachhaltigkeits-Reporting

Andres Trautmann, Leitung Nachhaltigkeit
T +41 58 220 77 54
E-Mail andres.trautmann@apgsga.ch



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

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

