

Aktionärsbrief



APG|SGA auf einen Blick

154 615

analoge & digitale Werbeflächen

27 941

abgewickelte Kampagnen

7 373

Verträge & Partnerschaften

531

Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen

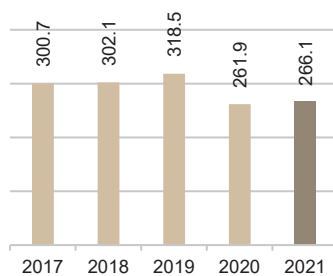
B

CDP Score «Climate Change»

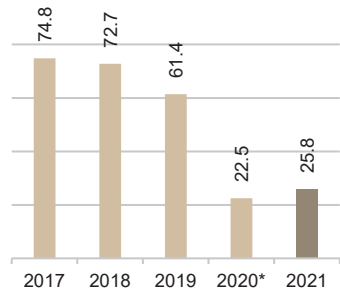
-4 %

Reduktion der Treibhausgasemissionen gegenüber 2020

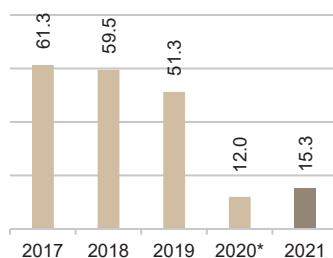
Werbeertrag
(Mio. CHF)



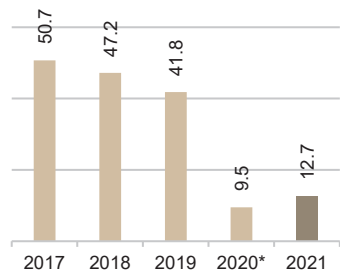
EBITDA
(Mio. CHF)



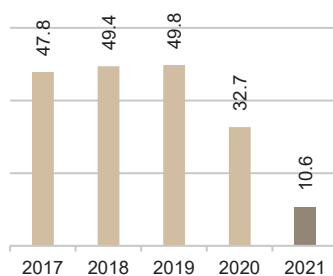
EBIT
(Mio. CHF)



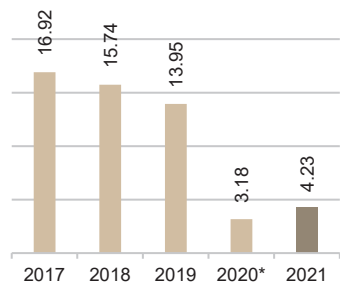
Konzernergebnis
(Mio. CHF)



Operativer Cash Flow
(Mio. CHF)



Gewinn pro Aktie
(CHF)



*bereinigt um Sondereffekte

Signifikanter Einfluss der Pandemie auf Geschäftsjahr 2021.

Verbesserte Margen durch Kostensenkungsprogramm.

Sehr solide finanzielle Situation.

Dividende von CHF 11 pro Aktie.

In Kürze (bereinigt um Sondereffekte)

- Zunahme der Werbeerträge in der Schweiz um 0.3 % auf CHF 251.6 Mio.
- Zunahme des Werbeertrages in Serbien um 32.7 % auf CHF 14.6 Mio.
- EBITDA-Marge: 9.6 % (Vorjahr: 8.5 %)
- EBIT-Marge: 5.7 % (Vorjahr: 4.5 %)
- Konzernergebnis von CHF 12.7 Mio. (Vorjahr: CHF 9.5 Mio.)
- Free Cash flow von CHF 5.5 Mio. (Vorjahr: CHF 19.8 Mio.)

Kennzahlen

in 1 000 CHF	2021	2020	2020 bereinigt um Sondereffekte ¹	Veränderung	Veränderung bereinigt um Sondereffekte
Werbeertrag	266 145	261 904	261 904	1.6 %	1.6 %
– Schweiz	251 551	250 903	250 903	0.3 %	0.3 %
– International	14 594	11 001	11 001	32.7 %	32.7 %
Betriebsertrag	269 485	269 528	265 158	0.0 %	1.6 %
EBITDA	25 828	26 876	22 506	–3.9 %	14.8 %
– in % des Betriebsertrages	9.6 %	10.0 %	8.5 %		
EBIT	15 344	16 323	11 953	–6.0 %	28.4 %
– in % des Betriebsertrages	5.7 %	6.1 %	4.5 %		
Konzernergebnis	12 663	13 243	9 521	–4.4 %	33.0 %
– in % des Betriebsertrages	4.7 %	4.9 %	3.6 %		
Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)	10 589	32 674	32 674	–67.6 %	–67.6 %
Free Cash flow²	5 480	25 799	19 762	–78.8 %	–72.3 %
Investitionen Sachanlagen	6 610	8 868	8 868	–25.5 %	–25.5 %
– Werbeträger	4 422	7 821	7 821	–43.5 %	–43.5 %
– Übrige Anlagen	2 188	1 047	1 047	109.0 %	109.0 %
Gewinn pro Aktie, in CHF	4.23	4.42	3.18	–4.3 %	33.0 %

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

EBIT: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

¹ bereinigt um die Auswirkungen des Liegenschaftsverkaufes

² Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow) CHFt 10 589 (Vorjahr: CHFt 32 674) abzüglich Geldfluss aus Investitionstätigkeit CHFt 5 109 (Vorjahr: CHFt 6 875), (siehe Seite 10 Konsolidierte Geldflussrechnung)

Sehr geehrte Damen und Herren

Allgemeine Geschäftsentwicklung

Die im Rahmen der Covid-19-Pandemie von den Behörden weitergeführten Einschränkungen hatten auch im Geschäftsjahr 2021 einen massgeblichen Einfluss auf die Umsatz- und Ertragsentwicklung der APG|SGA.

Die Homeoffice-Pflicht in der Schweiz führte im ersten Halbjahr sowie gegen Ende des Jahres zu einem massiven Rückgang der Mobilität – insbesondere im öffentlichen Verkehr. Das Geschäftsmodell eines Aussenwerbeunternehmens aber basiert auf möglichst vielen Kontakten, welche ihre Werbeträger bei der Bevölkerung erzielen. Bei der APG|SGA sind dies analoge und digitale Werbeflächen im öffentlichen Raum, insbesondere aber in den Bahnhöfen, im ÖV oder auch im Flughafen, die allesamt ganz erheblich von Frequenzrückgängen betroffen waren. Hinzu kamen weitgehende Einschränkungen für gewisse Wirtschaftssektoren, was wiederum dazu führte, dass deren Werbeinvestitionen deutlich gekürzt wurden. Dazu kamen die Auswirkungen auf das Ergebnis, welche auf Minimalgarantien und höhere Umsatzabgaben zurückzuführen sind.

Angesichts dieser äusserst schwierigen Rahmenbedingungen wurden seitens APG|SGA verschiedene Massnahmen zur Kostensenkung und Liquiditätssicherung umgesetzt. Aktionäre, Mitarbeitende und Vertragspartner zeigten sich dabei solidarisch und trugen ihrerseits dazu bei, das Unternehmen in dieser anhaltenden Krisensituation zu unterstützen. Gleichzeitig aber wurden die digitalen Wachstumsprojekte konsequent weiterentwickelt und das Leistungsportfolio zukunftsorientiert ausgebaut. Zudem konnten auch im vergangenen Jahr verschiedene Vermarktungsverträge neu abgeschlossen oder verlängert werden. Trotz der nach wie vor schwierigen Umstände und der eingeschränkten Visibilität bleiben die fundamentalen Faktoren sowohl für die Aussenwerbung als auch für die APG|SGA aus unserer Sicht unverändert positiv. Das zeigte sich im zweiten Quartal sowie auch zu Beginn des vierten Quartals, wo sich nach der Lockerung einzelner Einschränkungen unmittelbare Erholungstendenzen abzeichneten.

APG|SGA Gruppe

Die gruppenweiten Verkaufserlöse nahmen im Geschäftsjahr 2021 um 1.6 % auf CHF 266.1 Mio. zu. Die Immobilienenerträge stiegen um 6.4 % auf CHF 1.8 Mio. an. Die übrigen Betriebserträge sind Veräusserungsgewinne nicht mehr benötigter Sachanlagen und lagen in der Berichtsperiode bei CHF 1.5 Mio. Dadurch ergab sich im Geschäftsjahr 2021 ein Betriebsertrag von CHF 269.5 Mio., was bereinigt um Sondereffekte im Vorjahr einer Zunahme von 1.6 % entspricht.

Konzessionen und Kommissionen stiegen im Geschäftsjahr 2021 um 3.1 % an. Diese überproportionale Zunahme im Vergleich zu den Verkaufserlösen ist auf umsatzunabhängige Abgaben und die verschärfte Wettbewerbssituation auf dem Beschaffungsmarkt zurückzuführen.

Im Geschäftsjahr 2021 gelang es der APG|SGA, die Aufwände für Personal, Betrieb und Verwaltung nochmals zu reduzieren. Trotz weiterer Ausgaben in Wachstumsprojekte wie Ausbau des digitalen Leistungsportfolios sowie digitaler Buchungs- und Abwicklungsplattformen konnte der Betriebs- und Verwaltungsaufwand durch eine Mischung von temporären und nachhaltigen Kosteneinsparmassnahmen um 3.9 % gesenkt werden. Der Personalaufwand konnte in der Berichtsperiode um 5.9 % reduziert werden. Nebst Prozessoptimierungen trugen Kurzarbeitsentschädigungen zu dieser Abnahme bei.

Trotz vielfältiger Massnahmen hatte die Pandemie in der Berichtsperiode einen signifikanten Einfluss auf das operative Resultat. Für das Geschäftsjahr 2021 resultierten ein EBITDA von CHF 25.8 Mio. (Vorjahr bereinigt um Sondereffekte: CHF 22.5 Mio.), ein EBIT von CHF 15.3 Mio. (Vorjahr bereinigt um Sondereffekte: CHF 12.0 Mio.) und ein Konzernergebnis von CHF 12.7 Mio. (Vorjahr bereinigt um Sondereffekte: CHF 9.5 Mio.). Die Margen konnten durch weitere Kostensenkungen verbessert werden.

Cash flow

Im Geschäftsjahr 2021 wurde ein operativer Cash flow von CHF 10.6 Mio. erarbeitet (Vorjahr: CHF 32.7 Mio.). Der signifikante Rückgang von 67.6 % ist vor allem durch massiv höhere Forderungen gegenüber Kunden zu begründen. Nach Abzug des Geldflusses aus Investitionstätigkeit von CHF 5.1 Mio. resultierte ein Free Cash flow von CHF 5.5 Mio.

Bilanz

Die Bilanzsumme stieg im Geschäftsjahr 2021 um CHF 10.3 Mio. auf CHF 215.5 Mio. an. Durch die Aktivierung des Goodwills von der Übernahme der WWP AG nahm das Anlagevermögen zu. Die immateriellen Anlagen beliefen sich auf CHF 25 Mio., was 11.6 % der Bilanzsumme entspricht.

Das Umlaufvermögen nahm um CHF 7.4 Mio. zu. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen nahmen um CHF 7.4 Mio. zu, während die kurzfristigen Finanzanlagen (Festgeld) um CHF 6.0 Mio. abnahmen. Per 31.12.2021 betrugen die flüssigen Mittel CHF 72.4 Mio. Das Eigenkapital belief sich auf CHF 101.7 Mio., was einem Eigenfinanzierungsgrad von 47.2 % entspricht.

Markt Schweiz

Die Werbeerträge lagen 2021 mit CHF 251.6 Mio. um 0.3 % knapp über dem bereits ebenfalls von der Pandemie stark negativ beeinflussten Vorjahr. Aufgrund der reduzierten Passagierfrequenzen litten erneut insbesondere die Angebote in den Kommunikationsräumen Bahnhöfe, ÖV, Flughafen sowie das Promotionsflächengeschäft unter den Mobilitätseinschränkungen. Besonders negativ betroffen waren die Umsätze in den Branchen Tourismus/Reisen und Events/Kultur sowie auch – bedingt durch Engpässe in den Lieferketten – in der Automobilbranche. Bei der monatlichen Umsatzentwicklung zeigte sich eine ausgesprochen hohe Volatilität entlang der Corona-Wellen und der entsprechenden behördlichen Massnahmen.

Trotz allem wurde auch 2021 das Angebots- und Leistungsportfolio konsequent ausgebaut. So wurde das digitale Angebot in verschiedenen Kommunikationsräumen substanziell weiterentwickelt. Es kamen 88 grosse «ePanels» und 120 «TrafficMediaScreens» schweizweit dazu. Insgesamt stehen mittlerweile über 1 000 grossformatige «ePanels» und «eBoards» im Angebot. Im Rahmen unserer umfassenden Digitalstrategie hat die APG|SGA eine komplett neue E-Commerce-Plattform in Betrieb genommen. Diese beinhaltet eine neue Website, einen umfassenden Product Finder, welcher 160 000 Werbeflächen umfasst, sowie mit APG|SGA easy einen Webshop, der neue Massstäbe in der Planung und Buchung von analoger und digitaler Aussenwerbung setzt.

Per 30. September 2021 wurde die WWP Plakatwerbung AG mit über 650 Plakatstellen vollständig übernommen. Ausserdem konnte die APG|SGA im Rahmen von verschiedenen Ausschreibeverfahren sowie Vertragserneuerungen (u.a. Schaffhausen, Sierre, Genève-Meyrin, tl Lausanne) ihr Portfolio weiter optimieren und damit gute Voraussetzungen für weiteres Wachstum schaffen.

Markt Serbien

Unsere Tochtergesellschaft Alma Quattro d.o.o. trug im Geschäftsjahr 2021 5.5 % zum Gruppenumsatz bei. Aufgrund des sehr frühen Impfstarts in Serbien, gepaart mit weitreichenden Lockerungen im öffentlichen Leben, konnte sich die Wirtschaft in der Berichtsperiode rasch erholen. Die Werbeerträge nahmen im Geschäftsjahr 2021 um 32.7 % zu und sind in der Grössenordnung wie vor der Pandemie.

Organisation

Anlässlich der Generalversammlung der APG|SGA AG vom 28. April 2021 wurden alle zur Wiederwahl stehenden Mitglieder des Verwaltungsrates für ein weiteres Jahr bestätigt. Der Verwaltungsrat setzt sich zusammen aus Dr. Daniel Hofer (Präsident), Xavier Le Clef (Vizepräsident), Dr. Maya Bundt, Jolanda Grob, Stéphane Prigent und Markus Scheidegger. Jolanda Grob (Vorsitzende) und Markus Scheidegger wurden in den Vergütungsausschuss des Verwaltungsrates gewählt.

Alle Mitglieder des Verwaltungsrates werden sich an der kommenden Generalversammlung zur Wiederwahl stellen. Der Verwaltungsrat beschloss im Januar 2022, dass die ordentliche Generalversammlung vom 28. April 2022 gestützt auf die Covid-19-Verordnung 3 des Bundes zum Schutz der Aktionäre und Mitarbeitenden ohne physische Präsenz der Aktionärinnen und Aktionäre oder Aktionärsvertreter durchgeführt wird. Die APG|SGA Aktionäre können ihre Rechte auf schriftlichem oder elektronischem Weg durch den unabhängigen Stimmrechtsvertreter ausüben.

Dividende

Wie erwartet, war auch das Geschäftsjahr 2021 nochmals stark durch die Pandemie geprägt. Trotz sehr schwieriger Rahmenbedingungen gelang es dem Unternehmen jedoch, mit zahlreichen konsequenten Massnahmen im Bereich des Kostenmanagements und der Liquiditätssicherung eine sehr solide finanzielle Situation sicherzustellen. Basierend auf dieser Ausgangslage und im Hinblick auf die positiven Perspektiven, welche sich nach einer Aufhebung der Einschränkungen hoffentlich bald einstellen, erachtet der Verwaltungsrat eine Dividendenzahlung als angemessen. Die letztes Jahr angekündigte aktionärsfreundliche Dividendenpolitik soll daher für das Geschäftsjahr 2021 wie geplant umgesetzt werden. Diese beinhaltet die Absicht, für die Geschäftsjahre 2021, 2022 und 2023 jeweils 100 % des Konzerngewinns, jedoch mindestens CHF 11 pro Aktie als Dividendenzahlung vorzuschlagen. Der Verwaltungsrat wird deshalb der Generalversammlung beantragen, eine Dividende von CHF 11 je Aktie für das Geschäftsjahr 2021 auszuzahlen.

Ausblick

Zu Beginn des Jahres 2022 prägte die Omikron-Variante mit sehr hohen Ansteckungszahlen die allgemeine Situation. In dieser Zeit war deshalb seitens der Werbeauftraggeber eine spürbare Zurückhaltung bei den Kampagnen für das erste Quartal 2022 zu verzeichnen. Die weitere Entwicklung der Umsatzsituation wird nun massgeblich davon abhängen, wie rasch insbesondere die Mobilität im öffentlichen Raum und in den öffentlichen Verkehrsmitteln nach Aufhebung der meisten einschränkenden Massnahmen in der Schweiz per 17. Februar 2022 wieder Normalität erreicht. Erfreulicherweise konnten wir im Verlaufe der letzten zwei Jahre diesbezüglich immer wieder feststellen, dass rasch eine positive Umsatzdynamik einsetzt, sobald Lockerungen Tatsache wurden. Das Werbeverhalten bleibt in diesen Zeiten mit geringer Visibilität aber entsprechend kurzfristig ausgerichtet. Eine Prognose für den Geschäftsverlauf ist daher derzeit nicht zuverlässig machbar.

Die Perspektiven für die Out of Home-Medien und die APG|SGA sind nach Bewältigung der Pandemie aus unserer Sicht aber grundsätzlich sehr gut. Denn gerade jetzt wird es für Unternehmen aus allen Branchen entscheidend sein, ihre Marken, Produkte oder Dienstleistungen mit grosser Reichweite im öffentlichen Raum und in allen Bevölkerungsschichten zu präsentieren. Im Kommunikationsmix dürfte hierbei die Out of Home-Werbung aufgrund ihrer einzigartigen Stärken eine besondere Stellung haben.

Sowohl die analogen als auch die digitalen Angebote sowie die Dienstleistungen der APG|SGA als führendes Out of Home-Medienunternehmen der Schweiz bilden eine vorteilhafte Ausgangslage für die künftige Entwicklung.

Der Verwaltungsrat und die Unternehmensleitung bleiben davon überzeugt, dass die APG|SGA insgesamt sehr solide aufgestellt ist und mit ihrem bewährten Geschäftsmodell robust aus dieser Krise hervorgehen wird und die mittel- und langfristigen Markt- und Ertragsperspektiven im operativen Geschäft für die APG|SGA positiv bleiben.

Wir danken an dieser Stelle ganz herzlich allen Mitarbeitenden, welche unter schwierigen Rahmenbedingungen Ausserordentliches leisten und mit ihrer Fachkompetenz und grossem persönlichem Engagement beeindrucken.

Ein grosses Dankeschön geht im Namen von Verwaltungsrat und Unternehmensleitung auch an unsere Aktionäre, Konzessionsgeber, Werbekunden sowie weitere Marktpartner, welche sich gegenüber der APG|SGA in diesen herausfordernden und ungewissen Zeiten solidarisch zeigen, uns unterstützen und damit ihr Vertrauen in das Unternehmen zum Ausdruck bringen.



Dr. Daniel Hofer
Präsident des Verwaltungsrates



Markus Ehrle
Chief Executive Officer

Konsolidierte Bilanz

Aktiven

in 1 000 CHF	31.12.2021	31.12.2020
Immobilien	27 412	29 065
Werbeträger	22 353	23 459
Übrige Sachanlagen	3 870	3 495
Sachanlagen	53 635	56 019
Aktive latente Steuern	1 708	1 515
Übrige Finanzanlagen	6 622	6 653
Finanzanlagen	8 330	8 168
Goodwill	11 024	5 298
Vertragliche Werberechte	13 956	14 546
Immaterielle Anlagen	24 980	19 844
Anlagevermögen	86 945	84 031
Vorräte	4 478	4 885
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	37 712	30 353
Übrige Forderungen	9 166	8 359
Rechnungsabgrenzung Aktiven	4 870	5 040
Kurzfristige Finanzanlagen		6 000
Flüssige Mittel und Festgeldanlagen	72 362	66 587
Umlaufvermögen	128 588	121 224
Total	215 533	205 255

Passiven

in 1 000 CHF	31.12.2021	31.12.2020
Aktienkapital	7 800	7 800
Kapitalreserven	13 060	12 938
Eigene Aktien	-918	-1 491
Umrechnungsdifferenzen	-3 169	-2 128
Gewinnvortrag	84 954	72 291
Eigenkapital	101 727	89 410
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	370	
Rückstellungen	6 070	7 299
Passive latente Steuern	2 733	2 651
Langfristiges Fremdkapital	9 173	9 950
Finanzverbindlichkeiten		298
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4 532	7 785
Geschuldete Steuern	3 202	4 879
Übrige Verbindlichkeiten	30 483	27 059
Rechnungsabgrenzung Passiven	65 909	64 967
Rückstellungen	507	907
Kurzfristiges Fremdkapital	104 633	105 895
Fremdkapital	113 806	115 845
Total	215 533	205 255

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1 000 CHF	2021	2020	Veränderung
Werbeertrag	266 145	261 904	1.6 %
Immobilienenertrag	1 799	1 690	6.4 %
Übriger Betriebsertrag	1 541	5 934	-74.0 %
Betriebsertrag	269 485	269 528	0.0 %
Konzessionen und Kommissionen	-169 720	-164 630	3.1 %
Personalaufwand	-48 400	-51 443	-5.9 %
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	-25 537	-26 579	-3.9 %
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	25 828	26 876	-3.9 %
Abschreibungen Sachanlagen	-9 001	-9 267	-2.9 %
Abschreibungen immaterielle Anlagen	-1 057	-937	12.8 %
Abschreibungen Goodwill	-426	-349	22.0 %
Betriebsergebnis (EBIT)	15 344	16 323	-6.0 %
Finanzergebnis	-155	23	
Ordentliches Ergebnis vor Ertragssteuern	15 189	16 346	-7.1 %
Ertragssteuern	-2 526	-3 103	-18.6 %
Konzernergebnis	12 663	13 243	-4.4 %
Basis- und verwässerter Gewinn pro Aktie, in CHF	4.23	4.42	-4.3 %

Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in 1 000 CHF	Aktienkapital	Kapital- reserven	Eigene Aktien	Umrechnungs- differenzen	Gewinnvortrag	Eigenkapital
per 01.01.2020	7 800	13 246	-853	-2 098	59 048	77 143
Konzernergebnis					13 243	13 243
Umrechnungsdifferenzen				-30		-30
Kauf eigene Aktien			-1 637			-1 637
Verkauf eigene Aktien		-294	999			705
Eigenkapital Transaktionskosten		-14				-14
per 31.12.2020	7 800	12 938	-1 491	-2 128	72 291	89 410
Konzernergebnis					12 663	12 663
Umrechnungsdifferenzen				-1 041		-1 041
Kauf eigene Aktien			-2			-2
Verkauf eigene Aktien		123	575			698
Eigenkapital Transaktionskosten		-1				-1
per 31.12.2021	7 800	13 060	-918	-3 169	84 954	101 727

Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1 000 CHF	2021	2020
Konzernergebnis	12 663	13 243
Abschreibungen	10 484	10 553
Veränderung der Rückstellungen	-1 558	-757
Veränderung der latenten Steuern	-139	-816
Nicht liquiditätswirksames Finanzergebnis	-53	-40
Gewinne aus Veräusserung von Anlagevermögen	-1 541	-5 925
Veränderung der Vorräte	384	-1 021
Veränderung Forderungen	-8 369	12 999
Veränderung aktive Rechnungsabgrenzung	287	1 442
Veränderung Verbindlichkeiten	-2 074	-5 517
Veränderung passive Rechnungsabgrenzung	505	8 513
Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)	10 589	32 674
Erwerb von Sachanlagen	-6 610	-8 868
Erwerb von immateriellen Anlagen	-671	-1 345
Erwerb von kurzfristigen Finanzanlagen		-6 000
Erwerb von Tochtergesellschaften	-5 490	
Veräusserungserlös Sachanlagen	1 662	8 525
Veräusserungserlös übrige Finanzanlagen		813
Veräusserungserlös kurzfristige Finanzanlagen	6 000	
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-5 109	-6 875
Kauf eigene Aktien	-2	-1 637
Verkauf eigene Aktien	697	691
Rückzahlung von Finanzverbindlichkeiten	-298	-51
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	397	-997
Fremdwährungseinflüsse auf flüssige Mittel	-102	23
Veränderung der flüssigen Mittel	5 775	24 825
Bestand flüssige Mittel per 01. Januar	66 587	41 762
Bestand flüssige Mittel per 31. Dezember	72 362	66 587

Begriffserklärungen Finanzen

EBIT

Earnings before interest and taxes: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

EBITDA

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

Eigenfinanzierungsgrad

Eigenkapital in % der Bilanzsumme

Free Cash flow

Mittelfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit abzüglich Mittelfluss aus Investitionstätigkeit

Termine und Publikationen

Bekanntgabe des Jahresabschlusses 2021 und Publikation des Geschäftsberichtes

Mittwoch, 16. März 2022

Generalversammlung

Donnerstag, 28. April 2022

(Gestützt auf die Covid-19-Verordnung 3 des Bundes zum Schutz der Aktionäre und Mitarbeitenden wird die ordentliche Generalversammlung ohne physische Präsenz der Aktionärinnen und Aktionäre oder Aktionärsvertreter durchgeführt werden. Die APG|SGA Aktionäre werden ihre Rechte auf schriftlichem oder elektronischem Weg durch den unabhängigen Stimmrechtsvertreter ausüben können.)

Bekanntgabe des Halbjahresabschlusses 2022

Freitag, 29. Juli 2022

Publikationen: Geschäftsbericht und Financial Report

Auf www.apgsga.ch/geschaeftsbericht sind der Geschäftsbericht sowie auch der Financial Report online abrufbar. Für Bestellungen der Publikationen in gedruckter Form bitte das entsprechende Formular unter www.apgsga.ch/order-reporting ausfüllen.

Auskünfte

Markus Ehrle, Chief Executive Officer
T +41 58 220 71 73

Beat Hermann, Chief Financial Officer
T +41 58 220 77 47



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

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