

Aktionärsbrief



APG|SGA auf einen Blick

149 942

analoge und digitale Werbeflächen

32 729

abgewickelte Kampagnen

7 160

Verträge und Partnerschaften

533

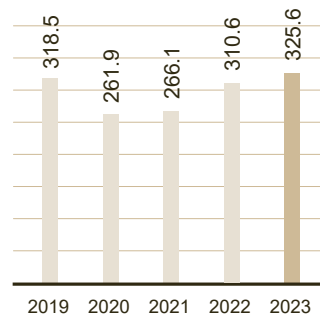
Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen

A-

CDP Score «Climate Change»

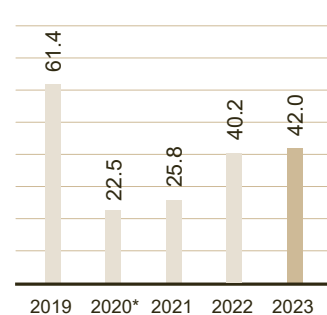
Werbeertrag

Mio. CHF



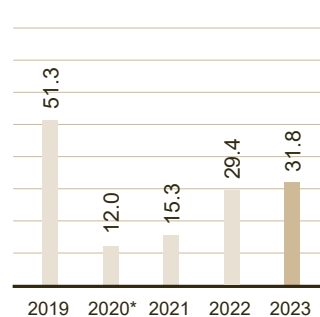
EBITDA

Mio. CHF



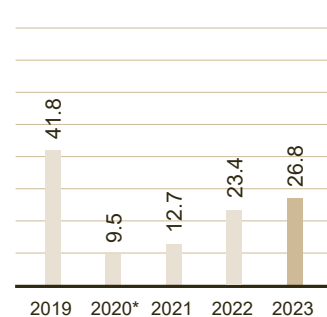
EBIT

Mio. CHF



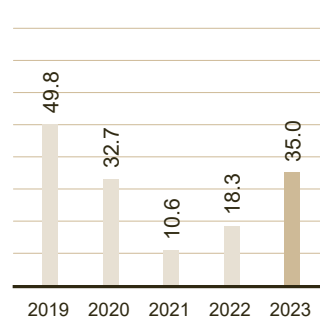
Konzernergebnis

Mio. CHF



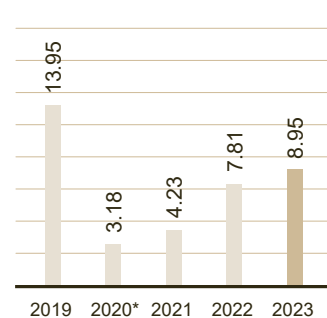
Operativer Cash flow

Mio. CHF



Gewinn pro Aktie

Mio. CHF



* bereinigt um Sondereffekte

Erfreuliche Wachstumsdynamik.
 Gesteigerte Ertragskraft und starke Bilanz.
 Konsequenter Ausbau des digitalen Leistungsportfolios.
 Dividende von CHF 11 pro Aktie.

In Kürze

- Zunahme der Werbeerträge in der Schweiz um 4.8 % auf CHF 311.3 Mio.
- Zunahme der Werbeerträge in Serbien um 6.8 % auf CHF 14.3 Mio.
- EBITDA-Marge: 12.8 % (Vorjahr: 12.8 %)
- EBIT-Marge: 9.7 % (Vorjahr: 9.4 %)
- Konzernergebnis von CHF 26.8 Mio. (Vorjahr: CHF 23.4 Mio.)
- Free Cash flow von CHF 31.3 Mio. (Vorjahr: CHF 14.0 Mio.)

Kennzahlen

in 1 000 CHF	2023	2022	Veränderung
Werbeertrag	325 632	310 600	4.8 %
– Schweiz	311 292	297 175	4.8 %
– International	14 340	13 425	6.8 %
Betriebsertrag	328 758	314 133	4.7 %
EBITDA	41 980	40 210	4.4 %
– in % des Betriebsertrages	12.8 %	12.8 %	
EBIT	31 789	29 372	8.2 %
– in % des Betriebsertrages	9.7 %	9.4 %	
Konzernergebnis	26 815	23 392	14.6 %
– in % des Betriebsertrages	8.2 %	7.4 %	
Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)	35 042	18 255	92.0 %
Free Cash flow¹	31 325	13 978	124.1 %
Investitionen Sachanlagen	5 277	5 380	–1.9 %
– Werbeträger	2 737	3 762	–27.2 %
– Übrige Anlagen	2 540	1 618	57.0 %
Gewinn pro Aktie, in CHF	8.95	7.81	14.6 %

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

EBIT: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

¹ Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow) CHFt 35 042 (Vorjahr: CHFt 18 255) abzüglich Geldfluss aus Investitionstätigkeit CHFt 3 717 (Vorjahr: CHFt 4 277), (siehe Seite 10 Konsolidierte Geldflussrechnung)

Sehr geehrte Damen und Herren

Allgemeine Geschäftsentwicklung

Trotz anspruchsvoller geopolitischer und auch wirtschaftlicher Rahmenbedingungen konnte die Aussenwerbung dank ihrer überzeugenden Qualitäten als breit akzeptiertes, vertrauenswürdiges sowie reichweitenstarkes und effizientes Werbemedium ihren Marktanteil im Media-Mix weiter erhöhen.

Die APG|SGA konnte ihre Werbeerträge 2023 gegenüber dem Vorjahr signifikant steigern und verzeichnete eine positive Entwicklung über alle Segmente und Kommunikationsräume. Damit bewegten sich die Umsätze auch deutlich über dem Pre-Covid-Niveau des Jahres 2019.

Das Digital Out of Home-Geschäft wuchs auch 2023 überdurchschnittlich. Entsprechend der gestiegenen Nachfrage wurden im Berichtsjahr die digitalen und programmatischen Leistungsangebote gezielt weiter ausgebaut. Parallel dazu wurden Massnahmen zur weiteren Prozess- und Kostenoptimierung umgesetzt. Ebenfalls wurden die organisatorischen Voraussetzungen geschaffen, um der ausgeprägten Kurzfristigkeit bei der Planung und Abwicklung von Werbekampagnen Rechnung zu tragen sowie die Chancen der fortschreitenden Digitalisierung und der technologischen Entwicklungen weiter konsequent zu nutzen.

APG|SGA Gruppe

Im Geschäftsjahr 2023 nahm der Gruppenumsatz um 4.8 % auf CHF 325.6 Mio. zu. Bei den Immobilienerträgen wurde ein Rückgang von 3.2 % verzeichnet. Die übrigen Betriebserträge sind Veräusserungsgewinne nicht mehr benötigter Sachanlagen und nahmen im Berichtsjahr um 21.0 % ab. Dadurch ergab sich im Geschäftsjahr 2023 ein Betriebsertrag von CHF 328.8 Mio., was einer Zunahme von 4.7 % gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Die Konzessionen und Kommissionen nahmen im Berichtsjahr um 3.4 % zu. Dieser Anstieg ist auf die höheren Verkaufsvolumen zurückzuführen. Der Personalaufwand stieg im Geschäftsjahr 2023 um 9.2 %. Dies ist vor allem auf den Wegfall von Kurzarbeitsentschädigungen und auf leicht höhere variable Vergütungen zurückzuführen. Der Betriebs- und Verwaltungsaufwand nahm im Berichtsjahr um 5.1 % zu. Vor allem Einmal-effekte, wie die Anwaltskosten in Serbien im Zusammenhang mit einem Schiedsgerichtsverfahren, beeinflussten diese Kostenentwicklung.

Im Geschäftsjahr 2023 konnte der EBITDA um 4.4 % auf CHF 42.0 Mio. erhöht werden. Der EBIT erhöhte sich im Finanzjahr 2023 um 8.2 % auf CHF 31.8 Mio. Dies entspricht einer EBIT-Marge für das Geschäftsjahr 2023 von 9.7 % (Vorjahr: 9.4 %). Im Berichtsjahr 2023 wurde ein Nettoergebnis von CHF 26.8 Mio. erzielt (Vorjahr: CHF 23.4 Mio.), was einer Zunahme von 14.6 % entspricht.

Cash flow

Im Geschäftsjahr 2023 wurde ein operativer Cash flow von CHF 35.0 Mio. erwirtschaftet (Vorjahr: CHF 18.3 Mio.). Dies entspricht einer Zunahme von 92.0 %. Nach einem Abzug für den Geldfluss aus Investitionstätigkeit von CHF 3.7 Mio. (Vorjahr: CHF 4.3 Mio.) resultiert ein Free Cash flow von CHF 31.3 Mio. (Vorjahr: CHF 14.0 Mio.).

Bilanz

Die Bilanzsumme nahm im Geschäftsjahr 2023 um CHF 1.7 Mio. auf CHF 191.1 Mio. zu. Diese Zunahme ist durch höhere Forderungen aus Lieferung und Leistungen sowie aktiven Rechnungsabgrenzungen zu begründen. Die Net Cash Position beläuft sich per Jahresende 2023 auf CHF 51.6 Mio. Das entspricht einer Abnahme gegenüber dem Jahresende 2022 von CHF 1.7 Mio. Das Eigenkapital beläuft sich auf CHF 83.9 Mio., was einem Eigenfinanzierungsgrad von 43.9% entspricht.

Markt Schweiz

Die Werbeerträge der APG|SGA in der Schweiz lagen 2023 mit CHF 311.3 Mio. um 4.8% über dem Vorjahr. Insgesamt entwickelten sich die Umsätze sowohl im analogen wie auch im digitalen Aussenwerbebusiness positiv.

Ausgesprochen erfreulich entwickelten sich die Umsätze bei der APG|SGA aus der Banken-, Versicherungs-, Auto-, Reisebranche sowie beim Internetversandhandel. Auch die politische Werbung verzeichnete – da 2023 Parlamentswahlen stattfanden – einen signifikanten Zuwachs.

Das erfreuliche Umsatzwachstum der APG|SGA in der Schweiz wurde in einem für die Werbung insgesamt sehr anspruchsvollen wirtschaftlichen Umfeld realisiert. Dies zeigt ein Blick auf die Statistik von Media Focus für die Schweiz, welche im Vergleich zum Vorjahr im klassischen Werbemarkt insgesamt einen Rückgang der Brutto-Werbeausgaben um 1.1% ausweist. Die positive Entwicklung im Vergleich zum Gesamtmarkt zeigt die Stärke von (Digital) Out of Home als Medium und insbesondere des überzeugenden Leistungsportfolios unseres Unternehmens.

Eine überdurchschnittliche Entwicklung zeigten die Umsätze auf unseren digitalen Werbeträgern. Dies liegt einerseits daran, dass wir den Werbetreibenden ein stetig wachsendes digitales Portfolio zur Verfügung stellen und andererseits daran, dass die Auftraggeber und deren Agenturen auf die Kurzfristigkeit und Flexibilität sowie neue programmatische Möglichkeiten bei der Buchung und Ausspielung von Digital Out of Home setzen. Dabei können sich unsere Kunden auf die Prozesse und die Gewährleistung der vereinbarten Ausstrahlungen vollumfänglich verlassen. In einem detaillierten Prüfverfahren verifizierte PwC alle Prozesse bezüglich Ausstrahlung, Inhaltsüberprüfung und Hardware. Damit setzt die APG|SGA einen sehr hohen Standard hinsichtlich Transparenz und Sicherheit der Leistungserbringung, was von den Werbeauftraggebern geschätzt wird.

Im Partnermarkt konnten auch im Jahr 2023 zahlreiche neue, qualitativ hochwertige analoge und auch digitale Flächen akquiriert sowie viele Vertragsverlängerungen abgeschlossen werden. Mit SBB Personenverkehr konnte eine Übereinkunft über eine mehrjährige Laufzeitverlängerung der Verträge im Bereich der Vermarktung der Innen- und Aussenflächen von Zügen erzielt werden. Nicht fortgesetzt seitens der APG|SGA wird ab 2024 hingegen die Vermarktung und Bewirtschaftung von rund 190 Promotionsflächen der SBB.

Insgesamt verfügt die APG|SGA in der Schweiz über ein stabiles, langfristig abgesichertes Portfolio von über 7 000 Verträgen und Partnerschaften mit der öffentlichen Hand sowie privaten Grundeigentümern.

Markt Serbien

Die APG|SGA ist im Ausland in Serbien operativ tätig, wo 4.4% des Gruppenumsatzes erzielt werden. Die dortige Tochtergesellschaft Alma Quattro verfügt über ein Werbeinventar mit gesamthaft mehr als 4 600 Werbeflächen an sehr attraktiven Standorten vor allem in den Städten Belgrad, Novi Sad, Niš, Valjevo, Čačak, Užice und Kragujevac.

In der Berichtsperiode konnten die Werbeerträge in Lokalwährung gegenüber dem Vorjahr um 10.3 % gesteigert werden. Zu dieser erfreulichen Umsatzentwicklung haben auch Werbeaufträge im Zusammenhang mit politischen Wahlen im vierten Quartal beigetragen. Wegen der Abschwächung des Dinars resultierte in CHF jedoch lediglich eine Zunahme der Werbeerträge von 6.8 % auf CHF 14.3 Mio.

Das von uns eingeleitete Verfahren vor dem Internationalen Zentrum für die Beilegung von Investitionsstreitigkeiten (International Center for the Settlement of Investment Disputes – ICSID) in Washington, D.C. gegen den serbischen Staat wegen Verletzung des Schweizer Investitionsschutzabkommens mit Serbien wurde wie geplant fortgesetzt. Mit einer Entscheidung wird gegen Ende 2024 gerechnet.

Organisation

Anlässlich der Generalversammlung der APG|SGA AG vom 27. April 2023 wurden alle zur Wiederwahl stehenden Mitglieder des Verwaltungsrates für ein weiteres Jahr bestätigt. Neu wurde David Bourg, Group Chief Financial, IT and Administration Officer und Mitglied des Executive Board der JCDecaux SE, in den Verwaltungsrat gewählt. Stéphane Prigent, Mitglied des Verwaltungsrates der APG|SGA seit 2015, stand infolge seiner Pensionierung nicht mehr zur Wahl. Der Verwaltungsrat setzt sich neu zusammen aus Dr. Daniel Hofer (Präsident), Xavier Le Clef (Vizepräsident), David Bourg, Dr. Maya Bundt, Jolanda Grob und Markus Scheidegger. Jolanda Grob (Vorsitzende) und Markus Scheidegger wurden erneut in den Vergütungsausschuss des Verwaltungsrates gewählt.

Die APG|SGA investiert im Rahmen ihrer Marktstrategie nachhaltig in ihre Leistungsfähigkeit mit dem erklärten Ziel, ihre führende Stellung im analogen und digitalen Out of Home-Medien-Markt in einem sich wandelnden Umfeld langfristig sicherzustellen und auszubauen. Um der weiter zunehmenden Bedeutung von IT, Daten und Adtech Rechnung zu tragen, wurde auf Ebene der Unternehmensleitung die Position eines CITO (Chief Information & Technology Officer) geschaffen, die am 1. September 2023 mit Dr. Dominik Franke besetzt werden konnte. Beat Holenstein übernahm zu diesem Zeitpunkt zusätzlich zum Bereich Marketing den Bereich Partnermarkt von Christian Gotter, der sich wieder auf die vielfältigen Aufgaben im Bereich Logistics & Operations fokussiert. Wie bereits im September 2023 angekündigt, wird am 1. März 2024 Nico Benz-Müller als neuer CFO zur APG|SGA stossen und den aktuellen CFO, Beat Hermann, ablösen, dessen Arbeitsverhältnis per Ende April 2024 enden wird.

Nachhaltigkeit

Das inzwischen 20. Nachhaltigkeits-Reporting der APG|SGA wurde im April 2023 publiziert. Der Report weist für die APG|SGA eine positive Gesamtbilanz aus und berichtet transparent und umfassend über die jährlichen Entwicklungen im Bereich der Nachhaltigkeit sowie auch über den Stand der umgesetzten Massnahmen und Ziele im Rahmen der Corporate-Social-Responsibility-Strategie (CSR). Die Note A– im CDP Score Climate Change beweist, dass die APG|SGA eine Führungsrolle in der Berichterstattung über Klimaschutz einnimmt. Auch bei den ambitionierten Mehrjahreszielen zu «Netto-null-Emissionen bis 2035» sind wir als Unternehmen auf Kurs.

Dividende

Die erfreuliche Entwicklung im vergangenen Jahr mit einer weiteren Steigerung der Ergebnisse und die starke Bilanz der APG|SGA sind für den Verwaltungsrat die Grundlage, die für die Geschäftsjahre 2021–2023 angekündigte Dividendenpolitik auch für das Geschäftsjahr 2023 umzusetzen. Der Verwaltungsrat wird deshalb der Generalversammlung beantragen, eine Dividende von CHF 11 je Aktie für das Geschäftsjahr 2023 aus-zuzahlen.

Der Verwaltungsrat ist zuversichtlich, dass die Perspektiven für den Out of Home-Markt und die APG|SGA positiv sind und auch in Zukunft eine aktionärsfreundliche Dividendenpolitik erlauben.

Ausblick

Aussenwerbung ermöglicht eine wirkungsvolle Botschaft in der Öffentlichkeit und geniesst – gerade in Zeiten von KI (künstlicher Intelligenz) und aufkommenden Deep Fakes – hohes Vertrauen und breite Akzeptanz. Für Werbetreibende sind die Out of Home-Medien auch in Zukunft ein wichtiges Element in der Kommunikationsplanung, wenn es darum geht, erfolgreiche Branding- oder Verkaufsförderungskampagnen zu realisieren. Die Reichweite, Impact-Stärke, die vorteilhafteste CO₂-Bilanz und das beste Preis-Leistungs-Verhältnis unter den Werbemedien machen die Aussenwerbung für Werbeauftraggeber und deren Agenturen zum unverzichtbaren Instrument im Media-Mix. Die Mobilität und das absehbare Bevölkerungswachstum sind weitere positive Faktoren für anhaltenden Bedeutungsgewinn.

Die Wachstumspotenziale der Out of Home-Medien und für die APG|SGA – als führendes Aussenwerbeunternehmen in der Schweiz und in Serbien – sind entsprechend sehr robust und überzeugend, nicht zuletzt auch aufgrund der immer flexibleren Planungs- und Einsatzmöglichkeiten durch Digitalisierung, Daten und Programmatic.

Die APG|SGA ist gut aufgestellt und entschlossen, ihre starke Marktposition durch innovative und zukunftsorientierte Leistungsangebote weiter auszubauen. Wir werden unverändert intensiv an der Weiterentwicklung und der Attraktivität der umfassenden digitalen und analogen Premiumangebote für unsere lokalen, regionalen und nationalen Werbekunden sowie deren Agenturen arbeiten. Dabei bleibt ein konsequentes Kostenmanagement zentraler Bestandteil unseres Handelns.

Gleichzeitig wollen wir eine zuverlässige, der Qualität und Nachhaltigkeit verpflichtete Partnerin von Städten, Gemeinden, Verkehrsbetrieben sowie privaten Grundeigentümern bleiben, welchen wir überzeugende und hochwertige Dienstleistungen sowie sichere Einnahmen garantieren.

Der Verwaltungsrat und die Unternehmensleitung danken an dieser Stelle allen unseren Mitarbeitenden, die sich Tag für Tag mit vorbildlichem Engagement und hoher Professionalität für die APG|SGA einsetzen.

Ein ebenso grosses Dankeschön geht an unsere Aktionärinnen und Aktionäre, Werbekunden, Konzessionsgeber, Lieferanten und weitere Marktpartner für das Vertrauen in unsere Gesellschaft und die positive Zusammenarbeit.



Dr. Daniel Hofer
Präsident des Verwaltungsrates



Markus Ehrle
Chief Executive Officer

Konsolidierte Bilanz

Aktiven

in 1 000 CHF	31.12.2023	31.12.2022
Immobilien	25 120	25 878
Werbeträger	17 082	19 998
Übrige Sachanlagen	3 711	3 647
Sachanlagen	45 913	49 523
Aktive latente Steuern	1 813	1 803
Übrige Finanzanlagen	5 910	6 322
Finanzanlagen	7 723	8 125
Goodwill	9 709	10 366
Vertragliche Werberechte	10 899	12 451
Immaterielle Anlagen	20 608	22 817
Anlagevermögen	74 244	80 465
Vorräte	5 116	4 695
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	40 197	36 505
Übrige Forderungen	9 461	8 537
Rechnungsabgrenzung Aktiven	10 489	5 893
Flüssige Mittel und Festgeldanlagen	51 603	53 311
Umlaufvermögen	116 866	108 941
Total	191 110	189 406

Passiven

in 1 000 CHF	31.12.2023	31.12.2022
Aktienkapital	7 800	7 800
Kapitalreserven	13 028	13 034
Eigene Aktien	-864	-894
Umrechnungsdifferenzen	-5 374	-4 109
Gewinnvortrag	69 268	75 393
Eigenkapital	83 858	91 224
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	167	266
Rückstellungen	3 804	5 198
Passive latente Steuern	2 657	2 873
Langfristiges Fremdkapital	6 628	8 337
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	15 595	10 659
Geschuldete Steuern	4 338	3 347
Übrige Verbindlichkeiten	31 636	28 519
Rechnungsabgrenzung Passiven	47 849	46 593
Rückstellungen	1 206	727
Kurzfristiges Fremdkapital	100 624	89 845
Fremdkapital	107 252	98 182
Total	191 110	189 406

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1000 CHF	2023	2022	Veränderung
Werbeertrag	325 632	310 600	4.8 %
Immobilienenertrag	1 828	1 889	-3.2 %
Übriger Betriebsertrag	1 298	1 644	-21.0 %
Betriebsertrag	328 758	314 133	4.7 %
Konzessionen und Kommissionen	-196 826	-190 380	3.4 %
Personalaufwand	-57 968	-53 104	9.2 %
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	-31 984	-30 439	5.1 %
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	41 980	40 210	4.4 %
Abschreibungen Sachanlagen	-8 488	-9 136	-7.1 %
Abschreibungen immaterielle Anlagen	-1 046	-1 044	0.1 %
Abschreibungen Goodwill	-657	-658	
Betriebsergebnis (EBIT)	31 789	29 372	8.2 %
Finanzergebnis	99	-278	
Ordentliches Ergebnis vor Ertragssteuern	31 888	29 094	9.6 %
Ertragssteuern	-5 073	-5 702	-11.0 %
Konzernergebnis	26 815	23 392	14.6 %
Basis- und verwässerter Gewinn pro Aktie, in CHF	8.95	7.81	14.6 %

Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in 1000 CHF	Aktienkapital	Kapital- reserven	Eigene Aktien	Umrechnungs- differenzen	Gewinnvortrag	Eigenkapital
per 01.01.2022	7 800	13 060	-918	-3 169	84 954	101 727
Konzernergebnis					23 392	23 392
Umrechnungsdifferenzen				-940		-940
Ausschüttung					-32 953	-32 953
Kauf eigene Aktien			-693			-693
Verkauf eigene Aktien		-20	717			697
Eigenkapital Transaktionskosten		-6				-6
per 31.12.2022	7 800	13 034	-894	-4 109	75 393	91 224
Konzernergebnis					26 815	26 815
Umrechnungsdifferenzen				-1 265		-1 265
Ausschüttung					-32 940	-32 940
Kauf eigene Aktien			-563			-563
Verkauf eigene Aktien		4	593			597
Eigenkapital Transaktionskosten		-10				-10
per 31.12.2023	7 800	13 028	-864	-5 374	69 268	83 858

Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1 000 CHF	2023	2022
Konzernergebnis	26 815	23 392
Abschreibungen	10 191	10 838
Veränderung der Rückstellungen	-861	-588
Veränderung der latenten Steuern	-187	69
Nicht liquiditätswirksames Finanzergebnis	107	114
Gewinne aus Veräusserung von Anlagevermögen	-1 254	-1 643
Veränderung der Vorräte	-452	-239
Veränderung Forderungen	-4 110	1 546
Veränderung aktive Rechnungsabgrenzung	-5 694	-1 023
Veränderung Verbindlichkeiten	9 130	5 037
Veränderung passive Rechnungsabgrenzung	1 357	-19 248
Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)	35 042	18 255
Erwerb von Sachanlagen	-5 055	-5 380
Erwerb von immateriellen Anlagen	-27	-169
Erwerb von Tochtergesellschaften		-635
Veräusserungserlös Sachanlagen	1 365	1 786
Veräusserungserlös übrige Finanzanlagen		121
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-3 717	-4 277
Kauf eigene Aktien	-563	-693
Verkauf eigene Aktien	587	691
Dividenden an Aktionäre APG SGA AG	-32 948	-32 953
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-32 924	-32 955
Fremdwährungseinflüsse auf flüssigen Mitteln	-109	-74
Veränderung der flüssigen Mittel	-1 708	-19 051
Bestand flüssige Mittel per 01. Januar	53 311	72 362
Bestand flüssige Mittel per 31. Dezember	51 603	53 311

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 2023

Dienstag, 27. Februar 2024

Publikation des Geschäftsberichtes

Donnerstag, 14. März 2024

Generalversammlung

Donnerstag, 25. April 2024, Genf

Bekanntgabe des Halbjahresabschlusses 2024

Freitag, 26. Juli 2024

Publikationen: Geschäftsbericht und Financial Report

Auf www.apgsga.ch/geschaeftsbericht sind ab dem 14. März 2024 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 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.