

Aktionärsbrief



APG|SGA auf einen Blick

148 867

analoge & digitale Werbeflächen

30 554

abgewickelte Kampagnen

7 071

Verträge und Partnerschaften

525

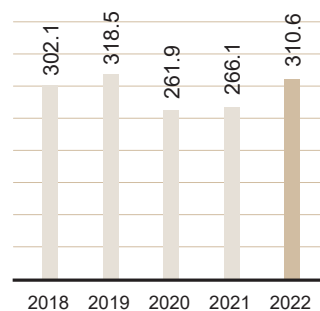
Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen

A-

CDP Score «Climate Change»

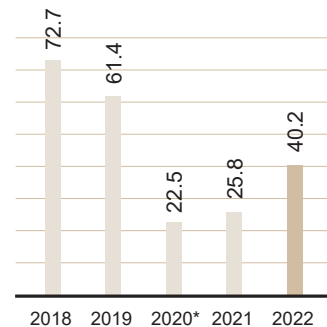
Werbeertrag

Mio. CHF



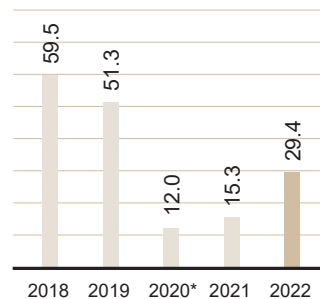
EBITDA

Mio. CHF



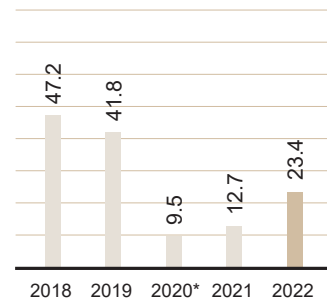
EBIT

Mio. CHF



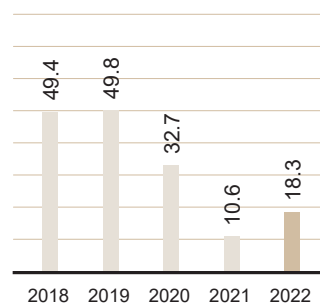
Konzernergebnis

Mio. CHF



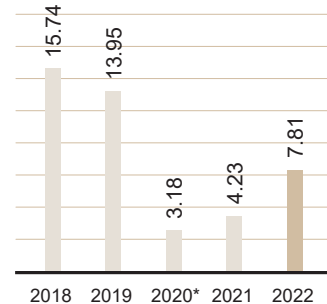
Operativer Cash flow

Mio. CHF



Gewinn pro Aktie

Mio. CHF



* bereinigt um Sondereffekte

Signifikante Steigerung der operativen Leistung.

Portfolio im Bereich Digitalisierung, Data und Programmatic erfolgreich weiterentwickelt.

Nachhaltigkeit als wichtiges Element der Unternehmensstrategie.

Sehr solide finanzielle Situation.

Dividende von CHF 11 pro Aktie.

In Kürze

- Zunahme der Werbeerträge in der Schweiz um 18.1 % auf CHF 297.2 Mio.
- Abnahme der Werbeerträge in Serbien um 8.0 % auf CHF 13.4 Mio. (in Lokawährung auf Vorjahresniveau)
- EBITDA-Marge: 12.8 % (Vorjahr: 9.6 %)
- EBIT-Marge: 9.4 % (Vorjahr: 5.7 %)
- Konzernergebnis von CHF 23.4 Mio. (Vorjahr: CHF 12.7 Mio.)
- Free Cash flow von CHF 14.0 Mio. (Vorjahr: CHF 5.5 Mio.)

Kennzahlen

in 1 000 CHF	2022	2021	Veränderung
Werbeertrag	310 600	266 145	16.7 %
– Schweiz	297 175	251 551	18.1 %
– International	13 425	14 594	–8.0 %
Betriebsertrag	314 133	269 485	16.6 %
EBITDA	40 210	25 828	55.7 %
– in % des Betriebsertrages	12.8 %	9.6 %	
EBIT	29 372	15 344	91.4 %
– in % des Betriebsertrages	9.4 %	5.7 %	
Konzernergebnis	23 392	12 663	84.7 %
– in % des Betriebsertrages	7.4 %	4.7 %	
Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)	18 255	10 589	72.4 %
Free Cash flow¹	13 978	5 480	155.1 %
Investitionen Sachanlagen	5 380	6 610	–18.6 %
– Werbeträger	3 762	4 422	–14.9 %
– Übrige Anlagen	1 618	2 188	–26.1 %
Gewinn pro Aktie, in CHF	7.81	4.23	84.6 %

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 18 255 (Vorjahr: CHFt 10 589) abzüglich Geldfluss aus Investitionstätigkeit CHFt 4 277 (Vorjahr: CHFt 5 109), (siehe Seite 10 Konsolidierte Geldflussrechnung)

Sehr geehrte Damen und Herren

Allgemeine Geschäftsentwicklung

Die Aufhebung der Covid-19-Massnahmen zu Beginn des Jahres führte, wie erwartet, zu einer anhaltenden Belebung des Mobilitätsverhaltens und damit – verbunden mit unseren verstärkten Marketing- und Sales-Aktivitäten – zu einer Steigerung der Werbeerträge. Beeinträchtigt wurde diese positive Entwicklung einerseits durch die wirtschaftlichen Auswirkungen des Angriffs auf die Ukraine, andererseits durch die steigende Inflation, Rezessionsängste und insbesondere im 4. Quartal durch Unsicherheiten in Bezug auf eine Strommangellage und allfällige Auswirkungen auf unsere Geschäftstätigkeit. Werbeauftraggeber planten und buchten in der Folge ihre Kampagnen noch kurzfristiger als in den Vorjahren.

Trotz dieser anspruchsvollen Rahmenbedingungen konnte über das gesamte Geschäftsjahr gegenüber dem Vorjahr eine signifikante Steigerung der analogen und digitalen Umsätze erreicht werden. Aufgrund der weiterhin herausfordernden geopolitischen und makroökonomischen Lage und der damit verbundenen eingeschränkten Visibilität wurden seitens APG|SGA die Massnahmen zur Optimierung der umsatzunabhängigen operativen Kosten entschlossen weitergeführt. Gleichzeitig jedoch wurde das Leistungsportfolio in den Bereichen Digitalisierung, Data und Programmatic weiter erfolgreich ausgebaut.

APG|SGA Gruppe

Im Geschäftsjahr 2022 hat der Gruppenumsatz um 16.7 % zugenommen. Die Immobilienerträge stiegen um 5 % auf CHF 1.9 Mio. Die übrigen Betriebserträge sind Veräusserungsgewinne nicht mehr benötigter Sachanlagen und haben im Berichtsjahr um 6.7 % zugenommen. Dadurch hat sich im Geschäftsjahr 2022 ein Betriebsertrag von CHF 314.1 Mio. ergeben, was einer Zunahme gegenüber dem Vorjahr von 16.6 % entspricht.

Die Konzessionen und Kommissionen haben im Berichtsjahr um 12.2 % zugenommen. Diese unterproportionale Erhöhung im Vergleich zu den Verkaufserlösen ist auf umsatzunabhängige Konzessionsverträge in Verbindung mit dem höheren Verkaufsvolumen zurückzuführen. Der Personalaufwand stieg im Geschäftsjahr 2022 um 9.7 %. Dies ist vor allem auf leicht höhere variable Vergütungen und weniger Kurzarbeitsentschädigungen als im Vorjahr zurückzuführen. Der Betriebs- und Verwaltungsaufwand hat im Berichtsjahr um 19.2 % zugenommen. Bei gleichbleibenden direkt operativen Betriebs- und Verwaltungsaufwänden gegenüber dem Vorjahr sind die Aufwände für Sponsoring von Plakatkampagnen in den Bereichen Kultur und Sport stark angestiegen.

Durch Skaleneffekte, Prozessoptimierungen und Kostendisziplin konnten die Margen deutlich erhöht werden. Im Geschäftsjahr 2022 wurde eine EBITDA-Marge von 12.8 % (Vorjahr 9.6 %) und eine EBIT-Marge von 9.4 % (Vorjahr 5.7 %) erreicht. Im Jahr 2022 wurde ein Nettoergebnis von CHF 23.4 Mio. erzielt (Vorjahr CHF 12.7 Mio.), was einer Zunahme von 84.7 % entspricht.

Cash flow

Im Geschäftsjahr 2022 wurde ein operativer Cash flow von CHF 18.3 Mio. erwirtschaftet (Vorjahr CHF 10.6 Mio.). Dies entspricht einer Zunahme von 72.4 %. Im Berichtsjahr 2022 wurde der operative Cash flow stark negativ durch eine verzögerte Konzessionszahlung für die Vorjahre im Zusammenhang mit Covid-Nachverhandlungen beeinflusst. Nach einem Abzug für den Geldfluss aus Investitionstätigkeit von CHF 4.3 Mio. (Vorjahr CHF 5.1 Mio.) resultiert ein Free Cash flow von CHF 14.0 Mio. (Vorjahr CHF 5.5 Mio.).

Bilanz

Die Bilanzsumme nahm im Geschäftsjahr 2022 um CHF 26.1 Mio. auf CHF 189.4 Mio. ab. Diese Abnahme ist vor allem durch den tieferen Bestand an flüssigen Mitteln und Festgeldanlagen sowie deutlich verminderten passiven Rechnungsabgrenzungen zu begründen. Die Net Cash Position beläuft sich per Jahresende 2022 auf CHF 53.3 Mio. Das entspricht einer Abnahme gegenüber dem Jahresende 2021 von CHF 19.1 Mio. Sie ist auf die Dividendenzahlung und auf die oben erwähnte verzögerte Konzessionszahlung zurückzuführen. Das Eigenkapital belief sich auf CHF 91.2 Mio., was einem Eigenfinanzierungsgrad von 48.2 % entspricht.

Markt Schweiz

Die Werbeerträge lagen 2022 mit CHF 297.2 Mio. insgesamt um 18.1 % über dem Vorjahr. Nach einem sehr starken Jahresbeginn – dies nach vollständiger Aufhebung der Massnahmen zur Bekämpfung von Covid-19 – verflachte sich das Wachstum im zweiten Halbjahr aufgrund der anspruchsvollen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

Während sich bei der APG|SGA über das gesamte Jahr 2022 die Werbeinvestitionen von Branchen wie Grossverteilern, Banken, Krankenkassen, Kunst- und Kulturveranstaltungen positiv entwickelten, bewegten sie sich insbesondere in der Automobilbranche aufgrund anhaltender Lieferengpässe nach wie vor auf einem unterdurchschnittlichen Niveau.

Im Bereich der Promotionsflächen-, Verkehrsmittel- und Flughafenwerbung erholten sich die Umsätze – aufgrund langsameren Frequenzwachstums sowie grösseren Anteils von Jahresflächen-Buchungen – etwas verhaltener. Rasch hingegen stieg im Jahresverlauf die Nachfrage nach Impact-starken, grossflächigen Angeboten an Toplagen am Flughafen, in den Bergen sowie auch in den Städten. Ebenfalls positiv entwickelten sich im Jahr 2022 die Umsätze beim analogen Angebot. Insgesamt wurden durch unsere interne APG|SGA Logistikorganisation über 716 500 Plakate in den Standardformaten «F4», «F200», «F12» sowie «F24» verarbeitet und in hoher Qualität in den Aushang gebracht.

Eine erfreuliche Entwicklung zeigten die Umsätze auch auf unseren digitalen Werbeträgern. Dies liegt einerseits daran, dass den Werbetreibenden seitens APG|SGA ein stetig wachsendes digitales Portfolio zur Verfügung gestellt wurde, und andererseits daran, dass die Auftraggeber und deren Agenturen die Kurzfristigkeit und Flexibilität bei der Buchung und Ausspielung von «Digital Out of Home» schätzen.

Die APG|SGA investierte im Jahr 2022 weiter in den digitalen Ausbau sowie in die weitere Flexibilisierung ihrer Angebote. So konnten im Laufe des Jahres neue «ePanels» in Aarau, Bern, Thun, Zürich sowie auch in Genève Cornavin installiert werden. In Zusammenarbeit mit dem Flughafen Zürich wurden 10 neue «XXL eBoards» in Betrieb genommen. Und Anfang 2023 sind 44 neue «Airport ePanels», konzentriert auf der Flugseite, dazugekommen. Diese werden in einem neuen Digital Network mit insgesamt 12 Netzen auf 234 Screens vermarktet.

Auch im Jahr 2022 konnten zahlreiche neue, qualitativ hochwertige analoge und auch digitale Flächen auf Privatgrund bereitgestellt und viele Vertragsverlängerungen abgeschlossen werden. Insgesamt verfügen wir in der Schweiz über ein stabiles, langfristig abgesichertes Portfolio von über 7 000 Verträgen mit der öffentlichen Hand sowie privaten Grundeigentümern.

Markt Serbien

Die Tochtergesellschaft Alma Quattro d.o.o. trug im Geschäftsjahr 2022 4.3 % zum Gruppenumsatz bei. Das Jahr 2022 war auch in Serbien stark durch den Ukrainekrieg beeinflusst. Die lokal sehr hohe Inflation und die massiven Erhöhungen der Energiepreise führten zu schwierigen Rahmenbedingungen für die Wirtschaft. Zusätzlich kam es zu Spannungen an der Grenze zum Kosovo. Trotz dieser Umstände konnten die Werbe-

erträge in Lokalwährung mit einer Reduktion von 1.2% fast gehalten werden. Auf Basis des Schweizer Francs ist aufgrund der Währungsschwächen des serbischen Dinars ein Rückgang von 8.0% zu verzeichnen.

Alma Quattro verfügt über ein Werbeinventar mit gesamthaft mehr als 4600 Werbeflächen an sehr attraktiven Standorten vor allem in den Städten Belgrad, Novi Sad, Niš, Valjevo, Čačak, Užice und Kragujevac.

Organisation

Anlässlich der Generalversammlung der APG|SGA vom 28. April 2022 wurden alle zur Wiederwahl stehenden Mitglieder des Verwaltungsrates für ein weiteres Jahr bestätigt. Der Verwaltungsrat setzt sich aus Dr. Daniel Hofer (Präsident), Xavier Le Clef (Vizepräsident), Dr. Maya Bundt, Jolanda Grob, Stéphane Prigent und Markus Scheidegger zusammen. Jolanda Grob (Vorsitzende) und Markus Scheidegger wurden erneut in den Vergütungsausschuss des Verwaltungsrates gewählt. Stéphane Prigent, Mitglied des Verwaltungsrates der APG|SGA seit 2015, hat angekündigt, dass er als Folge seiner Pensionierung an der kommenden ordentlichen Generalversammlung nicht mehr zur Wiederwahl stehen wird. Wir danken ihm bereits an dieser Stelle für seine kompetente und engagierte Mitarbeit im Verwaltungsrat und als Vorsitzender des Kontrollausschusses. Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung David Bourg, Group Chief Financial and Administration Officer der JCDecaux SE, zur Wahl in den Verwaltungsrat vorschlagen.

Im September wurde bekannt gegeben, dass die APG|SGA per 1. Januar 2023 ihre Unternehmensleitung erweitert und Claudia Fischbacher als neue Leiterin Human Resources ernennt. Damit unterstreicht die APG|SGA die wachsende Bedeutung und Herausforderung strategischer und operationeller Personalthemen für eine erfolgreiche und nachhaltige Geschäftsentwicklung. Im Dezember wurde kommuniziert, dass der Finanzchef der APG|SGA, Beat Hermann, sich entschieden hat, das Unternehmen nach über zehn Jahren per Ende 2023 in bestem Einvernehmen zu verlassen. In diesem Kontext wurde entschieden, die CFO-Position auf die Kernfunktionen im Finanzbereich zu fokussieren sowie neu eine Position CITO (Chief Information & Technology Officer) auf Unternehmensleitungsebene zu schaffen. Dies, um der weiter zunehmenden Bedeutung von IT, Data und Adtech bei der APG|SGA Rechnung zu tragen. Die entsprechenden Rekrutierungsprozesse wurden lanciert.

Das Nachhaltigkeits-Reporting der APG|SGA wurde im Mai publiziert und weist eine positive Gesamtbilanz aus. Die APG|SGA beweist Kontinuität in der Nachhaltigkeit und hat sich zu einem ambitionierten CO₂-Reduktionspfad verpflichtet. Im Klima-Ranking der globalen Umweltorganisation CDP wurde die APG|SGA für ihre Strategie und deren Umsetzung mit der Note A– ausgezeichnet. Somit zählt die APG|SGA zu den Unternehmen, die im globalen Vergleich eine Vorreiterrolle hinsichtlich Nachhaltigkeit einnehmen. Diese Entwicklung steht im Einklang mit der konsequenten Umsetzung der Corporate-Social-Responsibility-Strategie (CSR-Strategie) der APG|SGA und der stetigen Intensivierung der Anstrengungen. Die APG|SGA rückt Nachhaltigkeit und unternehmerische Verantwortung noch stärker in den Fokus und hat hierfür eine zusätzliche Stelle geschaffen und mit Andres Trautmann besetzt. Der neue Leiter Nachhaltigkeit verantwortet die Umsetzung der Corporate-Responsibility-Strategie (CRS) der APG|SGA und wird die Kernthemen Umweltmanagement und soziale Verantwortung noch stärker auf die Zukunft ausrichten.

Im Zusammenhang mit der EU-Whistleblowing-Richtlinie wurde für sämtliche Mitarbeitende der APG|SGA die Möglichkeit eingerichtet, im Rahmen eines professionellen Hinweisgebersystems Verstösse gegen Werte und Regeln sowie gegen die Anti-Bestechungs- und -Korruptionsrichtlinien an eine externe Whistleblowing-Meldestelle anonym zu übermitteln.

Dividende

Trotz der wiederum anspruchsvollen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen kann die APG|SGA im Geschäftsjahr 2022 eine signifikante Steigerung des Ergebnisses verzeichnen und befindet sich in einer sehr soliden finanziellen Situation. Der Verwaltungsrat ist daher der Auffassung, dass die für die Geschäftsjahre 2021–2023 angestrebte aktionärsfreundliche Dividendenpolitik mit einer Auszahlung von 100 % des Konzerngewinns, jedoch mindestens CHF 11 pro Aktie, auch für das Geschäftsjahr 2022, wie vorgesehen, umgesetzt werden soll.

Der Verwaltungsrat wird deshalb der Generalversammlung beantragen, eine Dividende von CHF 11 je Aktie für das Geschäftsjahr 2022 auszuzahlen.

Ausblick

Das Wachstumspotenzial der Out of Home-Medien, insbesondere auch aufgrund der neuen Planungs- und Einsatzmöglichkeiten durch Digitalisierung, Data und Programmatic, ist überzeugend. Die Reichweite, Impact-Stärke und das beste Preis-Leistungs-Verhältnis machen die Aussenwerbung für Werbeauftraggeber und deren Agenturen zum unverzichtbaren Instrument im Media-Mix. Gleichzeitig zeichnen sich Out of Home-Medien durch grosse Akzeptanz in der Öffentlichkeit und die vorteilhafteste CO₂-Bilanz unter den Werbemedien aus. Die wieder zurückgekehrte Mobilität und das absehbare Bevölkerungswachstum sind weitere positive Faktoren, welche uns zuversichtlich stimmen.

Die Perspektiven für die Out of Home-Medien und die APG|SGA als führendes Aussenwerbeunternehmen der Schweiz sind somit unverändert positiv, werden aber auch im Jahr 2023 massgeblich von der weiteren Entwicklung der makroökonomischen und geopolitischen Faktoren beeinflusst. Das Unternehmen ist gut aufgestellt, um diese Herausforderungen auch weiterhin erfolgreich zu bewältigen und seine starke Marktposition durch innovative und zukunftsorientierte Leistungsangebote auszubauen. Das Werbeverhalten bleibt in diesen Zeiten erhöhter Unsicherheit jedoch kurzfristig ausgerichtet, weshalb eine Prognose für den Geschäftsverlauf auch weiterhin nicht zuverlässig machbar ist.

Seitens APG|SGA werden wir unverändert intensiv am Ausbau unserer umfassenden digitalen und analogen Premiumangebote für unsere lokalen, regionalen und nationalen Werbekunden sowie deren Agenturen arbeiten. Gleichzeitig bleiben wir eine zuverlässige, der Qualität und Nachhaltigkeit verpflichtete Partnerin der Städte, Gemeinden, Verkehrsbetriebe sowie privater Grundeigentümer, welchen wir überzeugende Konzepte, hochwertige Services und sichere Einnahmen anbieten.

Der Verwaltungsrat und die Unternehmensleitung danken an dieser Stelle unseren Mitarbeitenden, die Grossartiges leisten und sich täglich mit vorbildlichem Engagement und hoher Professionalität für die APG|SGA einsetzen. Ein grosses Dankeschön geht aber auch an unsere geschätzten Aktionäre, Werbekunden, Konzessionsgeber, Lieferanten und weitere Marktpartner, mit welchen wir eine vertrauensvolle und positive Zusammenarbeit pflegen dürfen.



Dr. Daniel Hofer
Präsident des Verwaltungsrates



Markus Ehrle
Chief Executive Officer

Konsolidierte Bilanz

Aktiven

in 1 000 CHF	31.12.2022	31.12.2021
Immobilien	25 878	27 412
Werbeträger	19 998	22 353
Übrige Sachanlagen	3 647	3 870
Sachanlagen	49 523	53 635
Aktive latente Steuern	1 803	1 708
Übrige Finanzanlagen	6 322	6 622
Finanzanlagen	8 125	8 330
Goodwill	10 366	11 024
Vertragliche Werberechte	12 451	13 956
Immaterielle Anlagen	22 817	24 980
Anlagevermögen	80 465	86 945
Vorräte	4 695	4 478
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	36 505	37 712
Übrige Forderungen	8 537	9 166
Rechnungsabgrenzung Aktiven	5 893	4 870
Flüssige Mittel und Festgeldanlagen	53 311	72 362
Umlaufvermögen	108 941	128 588
Total	189 406	215 533

Passiven

in 1 000 CHF	31.12.2022	31.12.2021
Aktienkapital	7 800	7 800
Kapitalreserven	13 034	13 060
Eigene Aktien	-894	-918
Umrechnungsdifferenzen	-4 109	-3 169
Gewinnvortrag	75 393	84 954
Eigenkapital	91 224	101 727
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	266	370
Rückstellungen	5 198	6 070
Passive latente Steuern	2 873	2 733
Langfristiges Fremdkapital	8 337	9 173
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	10 659	4 532
Geschuldete Steuern	3 347	3 202
Übrige Verbindlichkeiten	28 519	30 483
Rechnungsabgrenzung Passiven	46 593	65 909
Rückstellungen	727	507
Kurzfristiges Fremdkapital	89 845	104 633
Fremdkapital	98 182	113 806
Total	189 406	215 533

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1 000 CHF	2022	2021	Veränderung
Werbeertrag	310 600	266 145	16.7 %
Immobilienenertrag	1 889	1 799	5.0 %
Übriger Betriebsertrag	1 644	1 541	6.7 %
Betriebsertrag	314 133	269 485	16.6 %
Konzessionen und Kommissionen	-190 380	-169 720	12.2 %
Personalaufwand	-53 104	-48 400	9.7 %
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	-30 439	-25 537	19.2 %
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	40 210	25 828	55.7 %
Abschreibungen Sachanlagen	-9 136	-9 001	1.5 %
Abschreibungen immaterielle Anlagen	-1 044	-1 057	-1.1 %
Abschreibungen Goodwill	-658	-426	54.1 %
Betriebsergebnis (EBIT)	29 372	15 344	91.4 %
Finanzergebnis	-278	-155	
Ordentliches Ergebnis vor Ertragssteuern	29 094	15 189	91.5 %
Ertragssteuern	-5 702	-2 526	125.7 %
Konzernergebnis	23 392	12 663	84.7 %
Basis- und verwässerter Gewinn pro Aktie, in CHF	7.81	4.23	84.6 %

Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in 1 000 CHF	Aktienkapital	Kapital- reserven	Eigene Aktien	Umrechnungs- differenzen	Gewinnvortrag	Eigenkapital
per 01.01.2021	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
Konzernergebnis					23 392	23 392
Umrechnungsdifferenzen				-940		-940
Ausschüttungen					-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

Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1000 CHF	2022	2021
Konzernergebnis	23 392	12 663
Abschreibungen	10 838	10 484
Veränderung der Rückstellungen	-588	-1 558
Veränderung der latenten Steuern	69	-139
Nicht liquiditätswirksames Finanzergebnis	114	-53
Gewinne aus Veräusserung von Anlagevermögen	-1 643	-1 541
Veränderung der Vorräte	-239	384
Veränderung Forderungen	1 546	-8 369
Veränderung aktive Rechnungsabgrenzung	-1 023	287
Veränderung Verbindlichkeiten	5 037	-2 074
Veränderung passive Rechnungsabgrenzung	-19 248	505
Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)	18 255	10 589
Erwerb von Sachanlagen	-5 380	-6 610
Erwerb von immateriellen Anlagen	-169	-671
Erwerb von Tochtergesellschaften	-635	-5 490
Veräusserungserlös Sachanlagen	1 786	1 662
Veräusserungserlös übrige Finanzanlagen	121	
Veräusserungserlös kurzfristige Finanzanlagen		6 000
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-4 277	-5 109
Kauf eigene Aktien	-693	-2
Verkauf eigene Aktien	691	697
Rückzahlung von Finanzverbindlichkeiten		-298
Dividenden an Aktionäre APG SGA AG	-32 953	
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-32 955	397
Fremdwährungseinflüsse auf flüssigen Mitteln	-74	-102
Veränderung der flüssigen Mittel	-19 051	5 775
Bestand flüssige Mittel per 01. Januar	72 362	66 587
Bestand flüssige Mittel per 31. Dezember	53 311	72 362

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 2022 und Publikation des Geschäftsberichtes

Mittwoch, 15. März 2023

Generalversammlung

Donnerstag, 27. April 2023, Genf

Bekanntgabe des Halbjahresabschlusses 2023

Freitag, 28. Juli 2023

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, Shoppingcentern, 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.