

APG|SGA Umwelt

Umweltbericht 2015

Fakten und Zahlen



Willkommen bei APG|SGA

Die APG|SGA ist das führende Aussenwerbeunternehmen der Schweiz – spezialisiert auf digitale und analoge Out of Home-Lösungen an stark frequentierten Standorten. In der ganzen Schweiz decken wir zusammen mit unseren Segmentmarken Airport, Mega Poster, Mountain, Rail und Traffic alle Bereiche der Aussenwerbung ab. Unsere Marke steht für Leidenschaft und Integrität, Partnerschaft und Nachhaltigkeit. Über 650 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sorgen im Kontakt mit Grund- und Immobilienbesitzern, Behörden und der Werbewirtschaft dafür, dass sich Marken und Institutionen in der Öffentlichkeit in einem wirkungsvollen Rahmen präsentieren.

Inhalt

- 3** Den Tatbeweis antreten
- 4** Energiewende bereits eingeleitet
- 5** Mit stetigen Verbesserungen Energieziele erreichen
- 6** Messung der Umweltleistung: Grundlagen
- 7** APG|SGA Umweltleistung im Überblick
- 8** 5-Jahres-Vergleich
- 9** Digitalisierung – eine Herausforderung für die Zukunft
- 10** APG|SGA Umweltmanagement: Zielkatalog

Den Tatbeweis antreten

Vor Ihnen liegt der 13. APG|SGA Umweltbericht. Ihr Interesse an unseren Aktivitäten zur Reduktion der Umweltbelastung freut uns.

Ausserhalb der gesetzlichen Vorschriften ist ein Unternehmen nicht verpflichtet, den Energie- und Ressourcenverbrauch zu reduzieren. Wir von APG|SGA machen es aus Überzeugung trotzdem – und dies mit beträchtlichem Mitteleinsatz, grosser Begeisterung und auch ein wenig Stolz. Seit Jahren setzen wir im Umweltbereich mit unserem Engagement neue Massstäbe und schaffen es, für unsere hochgesteckten Ziele in den Bereichen Energie, Ressourcen und Umwelt nachhaltige Beiträge zu leisten. Mit der kontinuierlichen Steigerung unserer Umweltleistung haben wir Benchmarks gesetzt, die weitherum Anerkennung finden. Wir sind davon überzeugt, dass Unternehmen langfristig nur dann Erfolg haben, wenn sie zusätzlich zu den relevanten wirtschaftlichen und sozialen Faktoren ihre Verantwortung im Umweltbereich wahrnehmen.

Wir erachten es deshalb als zwingend notwendig, dass gerade bei öffentlichen Ausschreibungen Nachweise der Umweltleistung verbindlich gefordert und Art und Umfänge solcher Engagements als wesentliche Zuschlagskriterien gewichtet und bewertet werden. Denn nur damit können ambitionierte Umweltziele nicht nur proklamiert, sondern gemeinsam auch tatsächlich erreicht werden.

Wir freuen uns, Ihnen die neusten Fakten und Zahlen zu präsentieren, und laden Sie für weitere Informationen zu einem Besuch auf unserer Website ein:

www.apgsga.ch/umwelt



Markus Ehrle
CEO APG|SGA



«Wir sind davon überzeugt, dass Unternehmen langfristig nur dann Erfolg haben, wenn sie zusätzlich zu den relevanten wirtschaftlichen und sozialen Faktoren ihre Verantwortung im Umweltbereich wahrnehmen.»

Energiewende bereits eingeleitet

Der Schweizer Stromverbrauch steigt und steigt. Dafür sind mehrere Faktoren verantwortlich – wie das Wirtschaftswachstum, die Bevölkerungszunahme, der Ersatz von fossil betriebenen Heizungen mit Wärmepumpen oder die zunehmende Anzahl stromverbrauchender Haushaltsgeräte aller Art. Für die Beleuchtung werden in der Schweiz knapp 13% des Stroms verbraucht. Nach der Antriebs- und Prozessenergie sowie der Prozesswärme ist dies die dritt wichtigste Verbrauchskategorie¹. In der Energiestrategie 2050 ist die Energieeffizienz ein wichtiger Pfeiler, um die darin formulierten Ziele zu erreichen.

Verschiedenste Werbeträger, die Strom verbrauchen, rücken Werbung ins richtige Licht. Denn Leuchtwerbung ist naturgemäss mit Stromverbrauch verbunden. Bereits im Jahr 2000 haben wir deshalb mit der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) eine erste Zielvereinbarung unterzeichnet und uns darin zu einer höheren Energieeffizienz verpflichtet. Gleichzeitig haben wir erste Umsetzungsprojekte gestartet, um den Stromverbrauch der konventionellen Leuchtwerbeträger – der Leuchtkästen – zu senken. Wie sich herausstellte, konnten wir durch einen Umbau der Kästen eine vergleichbare Ausleuchtung mit einem 60% geringeren Stromverbrauch erzielen. Im Wissen, dass Leuchtwerbung immer Strom verbrauchen wird, haben wir uns entschieden, unsere Umweltbelastung durch den Strom mit dem Einkauf von Ökostrom zu verringern. Seit 2008 kaufen wir nur noch «naturemade star»-zertifizierten Strom für unsere Leuchtwerbung ein.

¹ Quelle: bfe, Analyse des schweizerischen Energieverbrauchs 2000–2013 nach Verwendungszwecken, 2014

Effizienzbonus

Ab 2020 ist in der Schweiz mit Lenkungsabgaben im Energiesektor zu rechnen. Werden die Sparziele der Versorger nicht erreicht, bezahlen diese einen Malus. Werden sie überschritten, ist ein Bonus zu erwarten. Strom sparen lohnt sich schon heute. APG|SGA erhält von den ewz (Elektrizitätswerk der Stadt Zürich) beim Nachweis der effizienten Energieverwendung einen Effizienzbonus.

Weitere Informationen:

www.stadt-zuerich.ch

APG|SGA Meilensteine

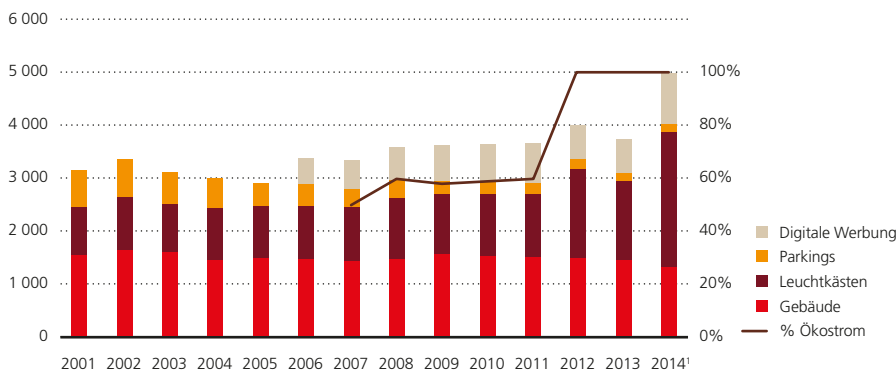
- 1999** Einführung der Energie-Buchhaltung, Anschaffung der ersten Gasfahrzeuge, erste Eco-Drive-Kurse
- 2000** Verabschiedung des Umweltleitbildes, mit dem Kernsatz: «Wir verringern die Umweltbelastung über gesetzliche Vorgaben hinaus, entlang der gesamten Wertschöpfungskette, nach den Grundsätzen: 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

Mit stetigen Verbesserungen Energieziele erreichen

Strom war für uns seit jeher ein wichtiger Produktionsfaktor und wird mit der sich verändernden Werbeträger-Landschaft – Stichwort Digital-Produkte – zunehmend wichtiger. Bis 2006 haben sich bei APG|SGA der Stromverbrauch für die Leuchtwerbung und derjenige für den Betrieb (Gebäude) in etwa die Waage gehalten. Ab 2006 ist der Anteil für die Leuchtwerbung kontinuierlich gestiegen und hat 2014 – aufgrund der vollständigen Integration des Geschäftsbereichs Rail – mit rund 75% seinen vorläufigen Höhepunkt erreicht. Im gleichen Zeitraum haben wir mit verschiedensten Massnahmen einer noch stärkeren Zunahme und damit höheren Umweltbelastung entgegengewirkt: Optimierung Leuchtkästen/Lichtkonzepte, Einbezug des Stromverbrauchs bereits bei der Evaluation von neuen Produkten, Einkauf von Ökostrom, u.a. Wir konnten dabei von der technologischen Entwicklung bei den Leuchtmitteln und einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten profitieren. Die Potentiale werden wir weiterhin kontinuierlich ausschöpfen. Stromeffizienz bleibt bei uns im Fokus.

Stromverbrauch APG|SGA 2001–2014

in kWh (links), Einkauf Ökostrom in % (rechts)

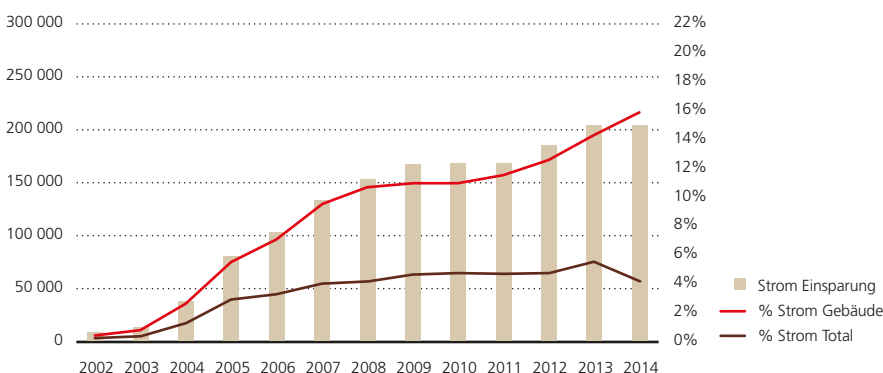


Die Grafik zeigt den Stromverbrauch der APG|SGA seit 2001, aufgeteilt in die Kategorien Gebäude und Leuchtwerbung (Leuchtkästen, Parkings und digitale Werbung). 2006 wurden erste digitale Werbeträger installiert. Seither ist ein ansteigender Trend des Stromverbrauchs feststellbar, der seit 2012 zu 100% durch Ökostrom gedeckt wird.

¹ Ab 2014 inkl. Stromverbrauch APG|SGA Rail

Stromeinsparung durch Optimierung des Lichtkonzepts in Leuchtkästen

in kWh (links), in % des Gesamtstromverbrauchs resp. des Stroms der Gebäude (rechts)



Die Grafik zeigt die kumulierte Stromeinsparung durch das Optimierungsprogramm Leuchtkästen. Insgesamt konnte seit 2002 eine Stromeinsparung von mehr als 1.6 Millionen kWh erzielt werden. Dies entspricht dem Jahresverbrauch von rund 400 Schweizer Haushalten. Zusätzlich sind die Prozentangaben der Einsparung beim Stromverbrauch unserer Gebäude bzw. beim Totalverbrauch angezeigt.

Messung der Umweltleistung: Grundlagen

Kernaktivität unseres Umweltengagements sind die systematische Erhebung der Umweltleistung und die kontinuierliche Ausweitung der Datenerhebung auf alle Unternehmensbereiche. Die daraus erstellten Analysen bilden die Basis für neue Ziele und ermöglichen den effizienten Einsatz unserer finanziellen Mittel.

Die Öbu-Methode¹, die für unsere Ökobilanz verwendet wurde, unterscheidet zwischen den direkt am Standort eines Unternehmens verursachten Umwelteinwirkungen (Standortbilanz) und Umwelteinwirkungen, die bei der Energiebereitstellung und Abfallentsorgung anfallen. Diese sind vom Unternehmen direkt beeinflusst und zur Kernbilanz zusammengefasst. Alle übrigen, mit den Verbrauchsmaterialien «eingekauften» Umwelteinwirkungen finden Eingang in der Komplementärbilanz. Kernbilanz und Komplementärbilanz zusammengefasst ergeben ein Abbild der gesamten Umweltbelastung.

Für die Bewertung unserer Umwelteinwirkungen verwenden wir die Methodik der ökologischen Knappheit 2013, welche den aktuellen Umweltzustand der Schweiz zu den Zielen der schweizerischen Umweltpolitik in Beziehung setzt, sowie die Öko-Inventardaten von *ecoinvent*². Dies erlaubt klare Aussagen darüber, wo wir durch eine Verminderung von Energie- und Stoffflüssen zur Erreichung einer ökologisch nachhaltigen Schweiz beitragen können.

Weitere Informationen: www.apgsga.ch/umwelt

¹ Die Öbu ist ein national tätiger und international vernetzter Verband als Kompetenzzentrum für Nachhaltigkeit in Unternehmen: www.oebu.ch

² *Ecoinvent*, das Schweizer Zentrum für Ökoinventare hat in den vergangenen Jahren die Basis für harmonisierte, aktuelle Ökobilanzdaten in den Bereichen Energie, Transport, Materialien, Entsorgung und Bauwesen geschaffen: www.ecoinvent.ch



Optimierung Leuchtdrehsäulen

2014 wurde das Lichtkonzept von 19 Leuchtdrehsäulen optimiert (Startower). Dabei konnte der Stromverbrauch um 33% reduziert und gleichzeitig eine homogenere Ausleuchtung des Werbeträgers erzielt werden.

APG|SGA Umwelleistung im Überblick

Kennzahlen¹

¹ Erfasste Firmen: APG|SGA, APG|SGA Digital Sales, APG|SGA Airport, APG|SGA Mega Poster, APG|SGA Mountain, APG|SGA Rail, APG|SGA Traffic

		2010	2011	2012	2013	2014	Veränderung 2014/2013
--	--	------	------	------	------	------	--------------------------

Energieverbrauch

Total	MWh	11 533	11 401	11 994	11 868	11 980	1%
-------	-----	--------	--------	--------	--------	--------	----

Verkehr

Treibstoffverbrauch ²	1000 l	525	556	544	520	523	1%
	l/100 km	8.7	9.0	8.5	8.5	8.3	-3%
Geschäftsverkehr ³	Mio. km	6.1	6.2	6.4	6.1	6.3	4%

² Umgerechnet auf Liter Benzin (Benzin-Äquivalent)

³ Seit 2012 inkl. der Schwesterfirmen APG|SGA Airport und APG|SGA Mega Poster

Strom

Total	MWh	3 624	3 643	3 999	3 728	4 981	34%
Gebäude	MWh	1 514	1 484	1 473	1 437	1 296	-10%
Leuchtkästen ⁴	MWh	1 167	1 197	1 686	1 490	2 562	72%
Parkings	MWh	236	212	198	164	160	-2%
Digitale Werbung ⁵	MWh	707	750	642	636	963	51%
Anteil Ökostrom, inkl. Gebäude ⁶		58%	59%	100%	100%	100%	0%

⁴ Seit 2014 inkl. Stromverbrauch Leuchtkästen APG|SGA Rail

⁵ Seit 2014 inkl. Stromverbrauch ePanels

⁶ Seit 2014: Strom Gebäude 100% naturemade star

Heizenergie

Heizöl	1000 l	149	135	142	158	98	-38%
Erdgas	MWh	1 739	1 466	1 736	1 931	1 372	-29%

Entsorgung

Abfall in KVA	t	106	115	91	90	58	-36%
Abwasser	m ³	10 706	13 298	13 063	14 222	10 645	-25%
Papier in Recycling	t	512	500	526	492	547	11%

Materialien

Frostschutzmittel ⁷	1000 l	0.5	5.8	5.8	1.9	2.9	57%
Leim	t	22	27	28	27	27	0%

⁷ 2014: Aufstockung von Lagerbeständen

Treibhausgasemissionen (CO₂-Äquivalent)⁸

Kernbilanz	kg/Plakat	1.1	1.0	1.0	1.1	0.9	-15%
Gesamtbilanz	kg/Plakat	1.5	1.4	1.4	1.5	1.3	-14%

⁸ CO₂-Äquivalent: Kennzahl für das Treibhausgas-Potential von Stoffen in der Erdatmosphäre wie z.B. Methan (CH₄), Distickstoffoxid (N₂O), FCKW/FKW oder Schwefelhexafluorid (SF₆). Als Referenzwert dient die Treibhauswirkung von Kohlendioxid.

Umweltbelastung⁹

Kernbilanz	kUBP/Plakat	1.2	1.1	1.0	1.0	0.9	-10%
Gesamtbilanz	kUBP/Plakat	1.7	1.7	1.5	1.6	1.4	-9%

⁹ kUBP = 1 000 Umweltbelastungspunkte (UBP)

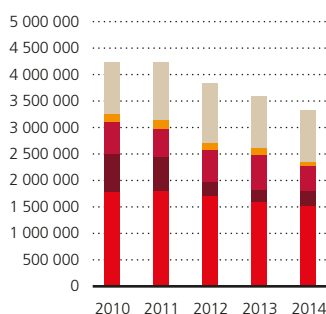
Plakate

Anzahl	F4	2 432 415	2 466 420	2 483 380	2 280 286	2 321 389	2%
--------	----	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	----

5-Jahres-Vergleich

Umweltbelastung APG|SGA

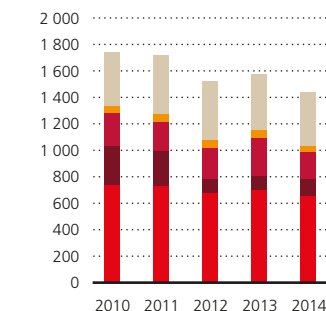
in kUBP



Die Ökobilanz zeigt im 5-Jahres-Vergleich einen erfreulichen Reduktionstrend. Im Vergleich zu 2010 haben wir unsere Umweltbelastung um rund 20% gesenkt. Mit einer Abnahme von knapp 45% trägt der Strom anteilmässig am meisten zu dieser erfreulichen Entwicklung bei. Die hier erzielte Reduktion ist vor allem das Ergebnis unserer kontinuierlichen Anstrengungen beim Stromeinkauf, denn die Integration der Leuchtwerbung von APG|SGA Rail hatte einen deutlichen Anstieg des Stromverbrauchs gegenüber 2013 zur Folge. Der Beitrag des Verkehrs zur Gesamtreduktion beträgt gut 30% und ist auf die Beschaffung und Nutzung von Erdgas- und Hybridfahrzeugen sowie die kontinuierliche Schulung für eine energiesparende Fahrweise zurückzuführen. Der Heizenergieverbrauch trägt rund 20% bei und ist im Wesentlichen auf den warmen Winter 2014 zurückzuführen. Die Entsorgung ist im gleichen Zeitraum mit rund 5% an der Reduktion beteiligt. Der Materialverbrauch ist gleich geblieben.

Umweltbelastung pro Plakat

in UB

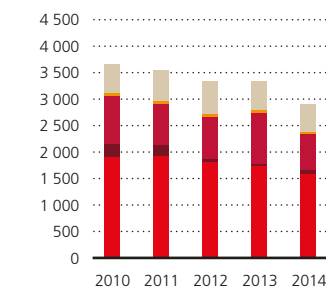


Die Umweltbelastung pro Plakat konnte im Zeitraum 2010–2014 um knapp 20% reduziert werden, wobei einzig der Wert 2013 aufgrund der Reduktion der geklebten Plakate und des kalten Winters den Reduktionstrend der letzten 5 Jahre unterbrochen hat.

Bei den Treibhausgasemissionen konnte gegenüber 2010 eine CO₂-Reduktion von rund 750 Tonnen erzielt werden (-20%), davon rund 40% durch den Verkehr, rund 35% durch die Heizenergie, 25% durch den Strom und 3% durch die Entsorgung. Der Materialverbrauch blieb im Vergleich zu 2010 unverändert. Die CO₂-Reduktion entspricht rund 5.3 Millionen mit einem durchschnittlichen Neuwagen gefahrenen Kilometern – oder rund 130 Erdumrundungen.¹

Treibhausgasemissionen APG|SGA

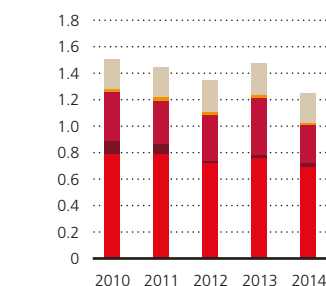
in t CO₂-Äquivalent



¹ Neuwagen 2014 durchschnittlich 142g CO₂ pro Kilometer. Quelle: Bundesamt für Energie BFE, Medienmitteilung vom 11.06.2015

Treibhausgasemissionen pro Plakat

in kg CO₂-Äquivalent

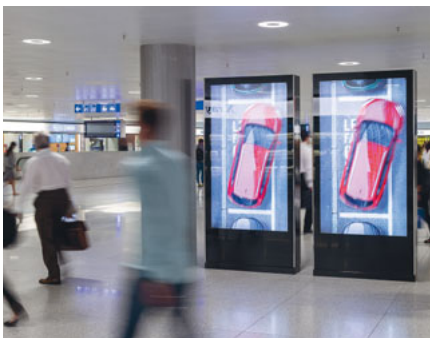


- Materialien
- Entsorgung
- Heizung
- Strom
- Verkehr

Digitalisierung – eine Herausforderung für die Zukunft

Der öffentliche Raum wird zunehmend knapper, die Nachfrage nach Aussenwerbung steigt und verändert sich. Das geklebte Plakat im urbanen Raum weicht vermehrt dem elektronischen Panel. Wo früher auf einem Bahnhofsperron drei Plakatständer aufgestellt waren, übernimmt heute ein einziges ePanel mit wesentlich höherem Werbeeffect diese Funktion. Zusätzlich zum Werbeeffect hat das ePanel auch aus ökologischer Sicht die Nase vorne. Umweltengagement ist für APG|SGA eine Daueraufgabe. Optimierte wir unsere Umweltleistung früher beim geklebten Plakat, gilt heute unser besonderes Augenmerk der Energieverbrauchsreduktion der neuen elektronischen Werbeträger. Dieser Themenkreis wird uns in den nächsten Jahren schwergewichtig beschäftigen – nebst Sanierungen von Heizanlagen und der Optimierung von Lichtkonzepten in den APG|SGA Immobilien.

APG|SGA Einkauf & Umwelt



«APG|SGA Umweltschutz heisst: Erhöhung des Kundennutzens mit neuen Technologien – bei gleichzeitiger Reduktion der Umweltbelastung unter dem Strich.»

APG|SGA Umweltmanagement: Zielkatalog

Handlungsfelder

2014 Ziele und Massnahmen	Zielerreichung	2015 Ziele und Massnahmen
Verkehr		
Einkauf		
Verbrauchsreduktion, emissionsarme Motoren		
Beschaffung von 10 weiteren Eco-Fahrzeugen	● Beschaffung von 18 Eco-Fahrzeugen, total 165 Gas- und 9 Hybridfahrzeuge im Einsatz	Beschaffung von 20 Eco-Fahrzeugen
Reduktion spezifischer Treibstoffverbrauch der Fahrzeuge (pro Kilometer)		
100% aller Neubeschaffungen Klasse A, B oder Eco-Fahrzeug, inkl. Nutzfahrzeuge	● Fast 100% aller Neubeschaffungen Klasse A, B oder Eco-Fahrzeug, Ausnahme: 1 Fahrzeug mit anderer Effizienzklasse aufgrund spezifischer technischer Anforderungen	100% aller Neubeschaffungen Klasse A, B oder Eco-Fahrzeug, inkl. Nutzfahrzeuge
Senkung spezifischer Treibstoffverbrauch durch Neubeschaffungen	● Abnahme von 3% (l/100km)	Senkung spezifischer Treibstoffverbrauch durch Neubeschaffungen (Grenzwert für PKWs 130g CO ₂ /km)
Betrieb		
Reduktion Umweltbelastung durch Geschäftsverkehr		
Förderung Halbtax- und GA-Abonnemente	● 58 Halbtax- und 11 GA-Abonnemente von Mitarbeitern gefördert	Förderung Halbtax- und GA-Abonnemente
Gasfahrzeuge		
Gasanteil bei der Betankung 97%	● Ziel erreicht: 97%	Gasanteil bei der Betankung 97%
Energie		
Einkauf		
Reduktion der Umweltbelastung durch Strom		
100% naturmade star für Leuchtwerbung	● Einkauf naturemade star 3.68 Mio. kWh	100% naturemade star für Leuchtwerbung
100% Strom aus erneuerbaren Energien für Gebäude	● Einkauf naturemade star 1.29 Mio. kWh	100% naturemade star für Gebäude
Betrieb		
Senkung des Energiebedarfs in den Gebäuden		
Fokussierung auf ökologische Aspekte im Rahmen der Immobilienstrategie	● Evaluation ökologischer Heizanlagen für bestehende Immobilien und Definition der Strategie: 1. Fernwärme, 2. Gas	Heizungserneuerung in Bern (Gas) und Lausanne (Fernwärme)
Abfall		
Betrieb		
Vermehrtes Recycling		
Plakatabfälle: Recycling-Quote über 85%	● Recycling-Quote 90%	Recycling-Quote über 92%
Büroökologie		
Anteil Recycling-Papier am Kopier- und Druckpapier 100%	● Anteil Recycling-Papier am Kopier- und Druckpapier 100%	Anteil Recycling-Papier am Kopier- und Druckpapier 100%

2014 Ziele und Massnahmen	Zielerreichung	2015 Ziele und Massnahmen
Produkte		
Einkauf		
Sensibilisierung, Schonung Ressourcen, Reduktion Umweltbelastung		
Evaluation LED-Technologie für Leuchtkästen	● Startower (Leuchtdrehsäule) und Entwicklung Lichtkonzepte Telefonkabinen	Umrüstung 50 Leuchtkästen an Telefonkabinen auf LED-Beleuchtung
Umweltmanagement		
Geschäftsleitung, Umweltbeauftragter		
Vertrauen/Motivation, Förderung Lernprozess, Verfeinerung Systematik, Reduktion Umweltbelastung		
Verfeinerung Systematik, Anpassung Reporting an internationale Standards	● Analyse und Konsolidierung Datenerfassung, Anpassung interne Reportingstruktur	Verfeinerung Systematik und Unternehmensmodell
Information Mitarbeiter durch Newsletter und Orientierung pro Standort	● Umgesetzt	Information Mitarbeiter durch Newsletter und Orientierung pro Standort
Regelmässige Prüfung der Einhaltung gesetzlicher Anforderungen	● Umgesetzt	Regelmässige Prüfung der Einhaltung gesetzlicher Anforderungen
Traktandierung Umwelt einmal jährlich in GLVR	● Umgesetzt	Traktandierung Umwelt einmal jährlich in GLVR
Umweltkosten		
Geschäftsleitung		
Kommunikation des ökologisch begründeten Mehrwerts an die Aktionäre		
Geschäftsbericht, Umweltbericht	● Umgesetzt	Geschäftsbericht, Umweltbericht

- Erreicht, umgesetzt
- Nicht erreicht, nicht umgesetzt



www.apgsga.ch

APG|SGA, Allgemeine
Plakatgesellschaft AG
Giesshübelstrasse 4
Postfach, 8027 Zürich
T +41 58 220 7000



Gedruckt in der Schweiz
August 2015
Alle Rechte vorbehalten

