

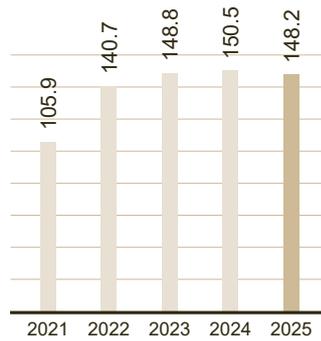
## Aktionärsbrief



## Auf einen Blick – 1. Halbjahr 2025

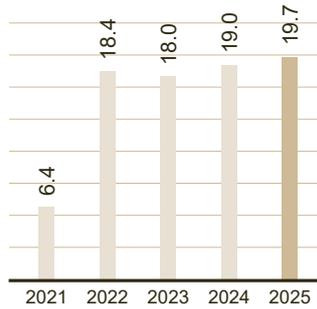
### Werbeertrag

Mio. CHF



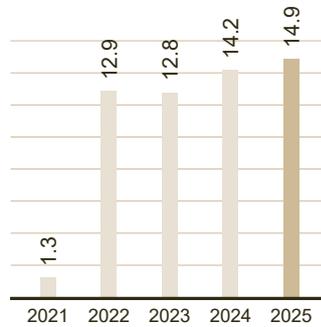
### EBITDA

Mio. CHF



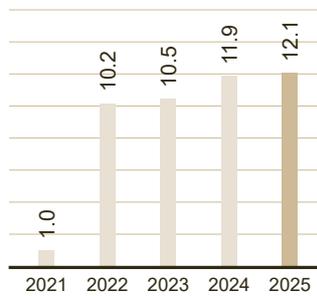
### EBIT

Mio. CHF



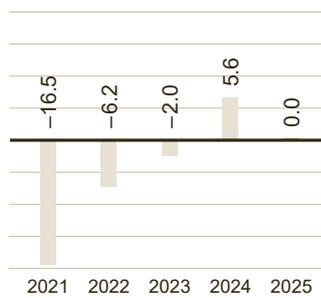
### Konzernergebnis

Mio. CHF



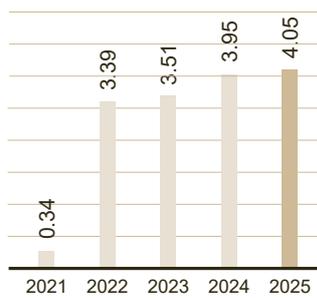
### Operativer Cash flow

Mio. CHF



### Gewinn pro Aktie

Mio. CHF



## Leichter Umsatzrückgang in sehr anspruchsvollem Umfeld

### Überzeugende operative Leistung und Steigerung Nettoergebnis

### Weiterentwicklung des digitalen Leistungsangebotes

#### In Kürze

- Werbeerträge: CHF 148.2 Mio.; –1.5 % (Schweiz –1.6 %, International +0.2 %)
- EBITDA: CHF 19.7 Mio.; +3.6 %
- EBIT: CHF 14.9 Mio.; +4.7 %
- Konzernergebnis: CHF 12.1 Mio.; +2.4 %
- Free Cash flow: CHF –4.6 Mio.

#### Kennzahlen

in 1 000 CHF	1. Semester 2025	1. Semester 2024	Veränderung
<b>Werbeertrag</b>	<b>148 213</b>	150 461	–1.5 %
– Schweiz	<b>140 974</b>	143 237	–1.6 %
– International	<b>7 239</b>	7 224	0.2 %
<b>Betriebsertrag</b>	<b>149 394</b>	151 677	–1.5 %
<b>EBITDA</b>	<b>19 733</b>	19 043	3.6 %
– in % des Betriebsertrages	<b>13.2 %</b>	12.6 %	
<b>EBIT</b>	<b>14 894</b>	14 222	4.7 %
– in % des Betriebsertrages	<b>10.0 %</b>	9.4 %	
<b>Konzernergebnis</b>	<b>12 134</b>	11 851	2.4 %
– in % des Betriebsertrages	<b>8.1 %</b>	7.8 %	
<b>Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)</b>	<b>26</b>	5 639	
<b>Free Cash flow<sup>1</sup></b>	<b>–4 574</b>	2 471	
<b>Investitionen Sachanlagen</b>	<b>3 645</b>	3 085	18.2 %
– Werbeträger	<b>2 680</b>	1 490	79.9 %
– Übrige Anlagen	<b>965</b>	1 595	–39.5 %
<b>Gewinn pro Aktie, in CHF</b>	<b>4.05</b>	3.95	2.5 %

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

EBIT: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

<sup>1</sup> Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow) CHFt 26 (Vorjahr: CHFt 5 639) abzüglich Geldfluss aus Investitionstätigkeit CHFt –4 600 (Vorjahr: CHFt –3 168), siehe Seite 9 Konsolidierte Geldflussrechnung

Sehr geehrte Damen und Herren

### **Allgemeine Geschäftsentwicklung**

Die geo- und wirtschaftspolitischen Unsicherheiten in den ersten Monaten des Jahres führten zu einer allgemeinen Zurückhaltung der Werbeinvestitionen. Trotz dieses sehr anspruchsvollen Umfelds und einer vergleichsweise starken Vorjahresperiode verzeichnete die APG|SGA nur einen leichten Umsatzrückgang im ersten Halbjahr 2025. Die Entwicklung des Aussenwerbengeschäftes der APG|SGA zeigt sich robust, denn die Werbeausgaben in den klassischen Medien in der Schweiz lagen insgesamt mit einem Minus von 3.9% deutlich unter dem Vorjahr.

Die laufend umgesetzten Massnahmen zur Prozess- und Organisationsoptimierung sowie eine ausgeprägte Kostendisziplin führen zu einem insgesamt verbesserten, erfreulichen Konzernergebnis.

### **APG|SGA Gruppe**

Im ersten Halbjahr 2025 erzielte die APG|SGA Gruppe einen Werbeertrag von insgesamt CHF 148.2 Mio. und weist damit einen Umsatzrückgang von 1.5% aus. Die Immobilienerträge liegen 0.8% unter der Vorjahresperiode. In der Berichtsperiode konnten unter den übrigen Betriebserträgen CHF 0.3 Mio. ausgewiesen werden (Vorjahr: CHF 0.3 Mio.). Dadurch resultiert im ersten Halbjahr 2025 ein Betriebsertrag von CHF 149.4 Mio., was einer Abnahme von 1.5% entspricht.

Der Aufwand für Konzessionen und Kommissionen im Verhältnis zum Werbeertrag liegt im ersten Halbjahr 2025 wie im Vorjahr bei 58.8%. Der Personalaufwand konnte gegenüber der Vorjahresperiode um 2.6% reduziert werden. Ein tieferer Personalbestand aufgrund von Vakanzen und allgemein vorsichtiger Stellenbesetzungen sowie höhere Boni im Vorjahr führten zu dieser Reduktion. In der Berichtsperiode nahm der Betriebs- und Verwaltungsaufwand um 6.1% ab. Tiefere Marketing- und Beratungskosten führten zu dieser Abnahme. Die operativen Margen verbesserten sich gegenüber der Vorjahresperiode und erreichten auf Stufe EBITDA 13.2% (Vorjahr: 12.6%) sowie auf Stufe EBIT 10.0% (Vorjahr: 9.4%).

Das Konzernergebnis für das erste Halbjahr 2025 beläuft sich auf CHF 12.1 Mio., was einer Zunahme gegenüber Vorjahr von 2.4% entspricht. Das Vorjahr war durch ein höheres Finanzergebnis aufgrund von höheren Zinserträgen und positiven Fremdwährungseffekten positiv beeinflusst.

### **Cash flow**

Im ersten Halbjahr 2025 resultiert ein operativer Cash flow von CHF +26 (Vorjahr: CHF +5.6 Mio.). Diese Entwicklung im Vergleich zur Vorjahresperiode entstand vor allem durch die Veränderung des Nettoumlaufvermögens.

Nach Berücksichtigung des Geldflusses aus Investitionstätigkeit von CHF -4.6 Mio. resultiert ein Free Cash flow von CHF -4.6 Mio.

### **Bilanz**

Die Bilanzsumme sank im ersten Halbjahr 2025 um CHF 41.8 Mio. auf CHF 151.4 Mio.

Das Anlagevermögen reduzierte sich um CHF 1.2 Mio. auf CHF 71.7 Mio. Das Umlaufvermögen sank durch die Dividendenausschüttung sowie saisonal bedingte Rückzahlungen von kurzfristigen Verbindlichkeiten um CHF 40.7 Mio. Die Cash-Position beträgt per 30. Juni 2025 CHF 16.3 Mio.

Aus saisonalen Gründen hat sich im ersten Halbjahr das kurzfristige Fremdkapital um CHF 18.0 Mio. auf CHF 86.9 Mio. reduziert. Das Eigenkapital nahm hauptsächlich aufgrund der Dividendenzahlung um CHF 23.5 Mio. auf CHF 58.3 Mio. ab. Der Eigenfinanzierungsgrad per 30. Juni 2025 beträgt 38.5%.

### **Markt Schweiz**

Die Werbeerträge lagen bei APG|SGA im ersten Halbjahr 2025 in einem sehr anspruchsvollen Marktumfeld mit CHF 141.0 Mio. um 1.6% unter dem Vorjahr, wobei sich ab Mai nach einem rückläufigen Jahresbeginn eine Erholung einstellte.

Die Werbeausgaben in der Schweiz waren aufgrund gedämpfter Konjunktur und Konsumentenstimmung allgemein rückläufig. So verzeichnete die Statistik von Media Focus im ersten Halbjahr einen Rückgang der Bruttowerbeausgaben von 3.9% bei den klassischen Medien in der Schweiz.

Die Entwicklung des Aussenwerbengeschäfts der APG|SGA ist insgesamt robust, denn unter Berücksichtigung der im ersten Halbjahr rückläufigen, sehr zyklischen politischen Werbung (Wahlen und Abstimmungen) sowie des Wegfalls der nun verbotenen Tabakwerbung wäre die Umsatzentwicklung gegenüber einer doch starken Vorjahresperiode positiv gewesen. Eine erfreuliche Umsatzentwicklung gab es in den Branchen «Handel», «Finanzen» sowie «Kultur» zu verzeichnen. Demgegenüber entwickelten sich gegenüber dem Vorjahr die Umsätze in den Branchen «Automobil», «Bekleidung», «Uhren» sowie «Einrichtungen» unterdurchschnittlich.

Im Partnermarkt konnte das (digitale) Angebotsportfolio weiter ausgebaut werden und verschiedene wichtige Partnerschaften erneuert, erweitert oder hinzugewonnen werden. Unter anderem wurde in den Städten St. Gallen und Schaffhausen das digitale Werbeflächenangebot erweitert und auf dem Jungfrauoch – Top of Europe – wurden die höchstgelegenen Mountain ePanels in Betrieb genommen.

### **Markt Serbien**

Die APG|SGA ist im Ausland in Serbien operativ tätig, wo 4.9% (Vorjahr: 4.8%) des Werbeertrages der APG|SGA Gruppe erzielt werden.

In der Berichtsperiode nahmen die Werbeerträge in Lokalwährung gegenüber dem bereits starken Vorjahr nochmals um 2.4% zu. Wegen des schwächeren Kurses des serbischen Dinars im Vergleich zur Vorjahresperiode resultierte in CHF eine Zunahme von 0.2%.

### **Organisation**

Anlässlich der Generalversammlung der APG|SGA AG vom 24. April 2025 wurden alle zur Wiederwahl stehenden Mitglieder des Verwaltungsrates für ein weiteres Jahr bestätigt. Zudem wurde Dr. Felix Graf, CEO der NZZ, neu in den Verwaltungsrat gewählt.

Der Verwaltungsrat setzt sich zusammen aus Dr. Daniel Hofer (Präsident), Dr. Felix Graf (Vizepräsident), Xavier Le Clef, David Bourg, Dr. Maya Bundt, Jolanda Grob und Markus Scheidegger. Jolanda Grob (Vorsitzende) und Markus Scheidegger wurden erneut in den Vergütungsausschuss des Verwaltungsrates gewählt.

### **Nachhaltigkeit**

Das inzwischen 22. Nachhaltigkeits-Reporting der APG|SGA wurde im Juni 2025 publiziert. Der Report unterstreicht, dass die APG|SGA bei den ambitionierten Klimazielen auf Kurs ist, und bietet einen Überblick über die Fortschritte des Unternehmens in der Umsetzung von Nachhaltigkeitsmassnahmen und die Ziele der Corporate

Social Responsibility-(CSR-)Strategie. Er erläutert, wie das Unternehmen den auch in Zukunft steigenden Anforderungen an nachhaltige Geschäftsaktivitäten und Transparenz gerecht wird, und beschreibt die neuen gruppenweiten Klimaziele mit einem Netto-Null-Fahrplan bis 2045, welche von der Science Based Targets initiative (SBTi) validiert wurden. Gegenüber dem Vorjahr konnten 2024 die Treibhausgasemissionen im Scope 1 und 2 um 5.0% reduziert werden, was unter anderem auf den erhöhten Anteil Biogas und neue Massnahmen zur Optimierung des Treibstoffverbrauchs zurückzuführen ist.

### **Ausblick**

Die unvorhersehbare geo- und wirtschaftspolitische Lage führt weiterhin zu einem kurzfristigen Planungs- und Buchungsverhalten. Unser wachsendes digitales Leistungsangebot ermöglicht es uns aber, die Bedürfnisse unserer Kunden nach Flexibilität noch besser zu erfüllen. Trotz unsicherer Rahmenbedingungen setzen die Werbetreibenden auf Out of Home-Medien. Denn sie bieten ein wichtiges, unverzichtbares Instrument im Media-Mix, wenn es darum geht, rasch hohe Reichweite und Sichtbarkeit zu erzielen und damit erfolgreiche und vertrauenswürdige Branding- oder Verkaufsförderungskampagnen zu realisieren.

Die APG|SGA ist deshalb zuversichtlich, dass die Aussenwerbung auch weiterhin Marktanteile gewinnt und wir unsere Position als Markt- und Innovationsführerin – insbesondere durch die konsequente Weiterentwicklung des digitalen Leistungsangebotes – weiter ausbauen können.

Wir danken an dieser Stelle unseren Mitarbeitenden in allen Unternehmensbereichen, die sich mit grossem Engagement für die erfolgreiche Zukunft der Out of Home-Medien und der APG|SGA einsetzen und überzeugende Produkte und Serviceleistungen bieten.

Ein grosser Dank geht auch an alle unsere Marktpartner für die positive Zusammenarbeit und auch an Sie – geschätzte Aktionärinnen und Aktionäre – für das Vertrauen in unsere Gesellschaft.



Dr. Daniel Hofer  
Präsident des Verwaltungsrates



Markus Ehrle  
Chief Executive Officer

## Konsolidierte Bilanz

### Aktiven

in 1 000 CHF	30.06.2025	31.12.2024
Immobilien	24 281	24 523
Werbeträger	17 553	18 019
Übrige Sachanlagen	4 054	4 304
<b>Sachanlagen</b>	<b>45 888</b>	<b>46 846</b>
Aktive latente Steuern	1 710	1 710
Übrige Finanzanlagen	5 850	5 237
<b>Finanzanlagen</b>	<b>7 560</b>	<b>6 947</b>
Goodwill	8 724	9 053
Vertragliche Werberechte	9 539	10 041
<b>Immaterielle Anlagen</b>	<b>18 263</b>	<b>19 094</b>
<b>Anlagevermögen</b>	<b>71 711</b>	<b>72 887</b>
Vorräte	4 393	4 495
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	38 980	42 613
Übrige Forderungen	6 230	8 961
Rechnungsabgrenzung Aktiven	13 697	7 841
Flüssige Mittel und Festgeldanlagen	16 349	56 411
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>79 649</b>	<b>120 321</b>
<b>Total</b>	<b>151 360</b>	<b>193 208</b>

### Passiven

in 1 000 CHF	30.06.2025	31.12.2024
Aktienkapital	7 800	7 800
Kapitalreserven	13 186	13 102
Eigene Aktien	-142	-560
Umrechnungsdifferenzen	-5 259	-5 116
Gewinnvortrag	42 762	66 594
<b>Eigenkapital</b>	<b>58 347</b>	<b>81 820</b>
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	53	54
Rückstellungen	3 302	3 656
Passive latente Steuern	2 729	2 734
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>	<b>6 084</b>	<b>6 444</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	22 484	23 268
Geschuldete Steuern	3 582	4 788
Übrige Verbindlichkeiten	31 139	30 398
Rechnungsabgrenzung Passiven	29 571	46 317
Rückstellungen	153	173
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>86 929</b>	<b>104 944</b>
<b>Fremdkapital</b>	<b>93 013</b>	<b>111 388</b>
<b>Total</b>	<b>151 360</b>	<b>193 208</b>

## Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1000 CHF	1. Semester 2025	1. Semester 2024	Veränderung
Werbeertrag	148 213	150 461	-1.5 %
Immobilienenertrag	885	891	-0.8 %
Übriger Betriebsertrag	296	325	-8.9 %
<b>Betriebsertrag</b>	<b>149 394</b>	<b>151 677</b>	<b>-1.5 %</b>
Konzessionen und Kommissionen	-87 159	-88 469	-1.5 %
Personalaufwand	-28 357	-29 100	-2.6 %
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	-14 145	-15 065	-6.1 %
<b>Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>19 733</b>	<b>19 043</b>	<b>3.6 %</b>
Abschreibungen Sachanlagen	-3 986	-3 927	1.5 %
Abschreibungen immaterielle Anlagen	-525	-566	-7.2 %
Abschreibungen Goodwill	-328	-328	0.0 %
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>14 894</b>	<b>14 222</b>	<b>4.7 %</b>
Finanzergebnis	51	528	-90.3 %
<b>Ordentliches Ergebnis vor Ertragssteuern</b>	<b>14 945</b>	<b>14 750</b>	<b>1.3 %</b>
Ertragssteuern	-2 811	-2 899	-3.0 %
<b>Konzernergebnis</b>	<b>12 134</b>	<b>11 851</b>	<b>2.4 %</b>
<b>Basis- und verwässerter Gewinn pro Aktie, in CHF</b>	<b>4.05</b>	<b>3.95</b>	<b>2.5 %</b>

## Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in 1000 CHF	Aktienkapital	Kapitalreserven	Eigene Aktien	Umrechnungsdifferenzen	Gewinnvortrag	Eigenkapital
per 01.01.2024	7 800	13 028	-864	-5 374	69 268	<b>83 858</b>
Konzernergebnis					11 851	<b>11 851</b>
Umrechnungsdifferenzen				742		<b>742</b>
Ausschüttungen					-32 949	<b>-32 949</b>
Verkauf eigene Aktien		78	407			<b>485</b>
Eigenkapital Transaktionskosten		-6				<b>-6</b>
per 30.06.2024	7 800	13 100	-457	-4 632	48 170	<b>63 981</b>
per 01.01.2025	7 800	13 102	-560	-5 116	66 594	<b>81 820</b>
Konzernergebnis					12 134	<b>12 134</b>
Umrechnungsdifferenzen				-143		<b>-143</b>
Ausschüttungen					-35 966	<b>-35 966</b>
Verkauf eigene Aktien		90	418			<b>508</b>
Eigenkapital Transaktionskosten		-6				<b>-6</b>
per 30.06.2025	7 800	13 186	-142	-5 259	42 762	<b>58 347</b>

## Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1 000 CHF	1. Semester 2025	1. Semester 2024
Konzernergebnis	12 134	11 851
Abschreibungen	4 839	4 821
Veränderung der Rückstellungen	-374	-790
Veränderung der latenten Steuern		8
Nicht liquiditätswirksames Finanzergebnis	-10	-174
Verluste/Gewinne aus Veräusserung von Anlagevermögen	64	-325
Veränderung der Vorräte	99	300
Veränderung Forderungen	5 685	5 863
Veränderung aktive Rechnungsabgrenzung	-5 835	-6 149
Veränderung Verbindlichkeiten	166	286
Veränderung passive Rechnungsabgrenzung	-16 742	-10 052
<b>Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)</b>	<b>26</b>	<b>5 639</b>
Erwerb von Sachanlagen	-5 043	-3 370
Erwerb von immateriellen Anlagen	-84	-123
Veräusserungserlös Sachanlagen	519	325
Veräusserungserlös Finanzanlagen	8	
<b>Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-4 600</b>	<b>-3 168</b>
Verkauf eigene Aktien	502	479
Dividenden an Aktionäre APG SGA SA	-35 966	-32 949
<b>Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-35 464</b>	<b>-32 470</b>
Fremdwährungseinflüsse auf flüssigen Mitteln	-24	77
<b>Veränderung der flüssigen Mittel</b>	<b>-40 062</b>	<b>-29 922</b>
Bestand flüssige Mittel per 01. Januar	56 411	51 603
Bestand flüssige Mittel per 30. Juni	16 349	21 681

### 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

## Anhang zur Konzernrechnung

### Grundsätze zur Rechnungslegung der APG|SGA AG

Die vorliegende Zwischenberichterstattung umfasst den nicht geprüften Halbjahresabschluss für die am 30. Juni 2025 endende Berichtsperiode. Die konsolidierte Halbjahresrechnung wurde in Übereinstimmung mit den Anforderungen zum Zwischenabschluss nach Swiss GAAP FER 31 *Ergänzende Fachempfehlung für kotierte Unternehmen*, welche im Vergleich zu einer Jahresrechnung Verkürzungen im Ausweis und in der Offenlegung zulässt, und dem Kotierungsreglement der Schweizer Börse, SIX, erstellt. Es wurden dieselben Rechnungslegungsgrundsätze angewendet wie in der letzten Jahresrechnung.

Die APG|SGA weist keine Segmentergebnisse in ihrer Finanzberichterstattung aus, weil ihre direkten Konkurrenten in der Schweiz sowie in Serbien ebenfalls keine Segmentresultate veröffentlichen. Eine Offenlegung würde für die APG|SGA wegen der geringen Diversifikation im Ausland zu einem erheblichen Wettbewerbsnachteil führen.

Die Erstellung der konsolidierten Jahresrechnung erfordert vom Management Einschätzungen und Annahmen, welche die ausgewiesenen Vermögenswerte, Verbindlichkeiten, Eventualschulden und Eventualforderungen zum Zeitpunkt der Bilanzierung sowie Aufwendungen und Erträge der Berichtsperiode beeinflussen. Die tatsächlichen Ergebnisse können von diesen Schätzungen abweichen.

Unser Geschäft unterliegt saisonalen Schwankungen.

### Veränderungen des Konsolidierungskreises und Minderheitsanteile

Im ersten Semester 2025 wurde der Konsolidierungskreis gegenüber der Vorjahresperiode nicht verändert.

Im ersten Semester des Vorjahres wurde der Konsolidierungskreis gegenüber der Vorjahresperiode ebenfalls nicht verändert.

### Veränderung des Eigenkapitals

Am 24. April 2025 beschloss die Generalversammlung die Ausschüttung einer Dividende von CHF 12.00 brutto pro Aktie für das Geschäftsjahr 2024. Es wurde keine Dividende auf den im Eigenbestand gehaltenen Aktien ausbezahlt.

### Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Der vorliegende Abschluss wurde durch den Verwaltungsrat am 23. Juli 2025 genehmigt.

## Termine und Publikationen

### **Bekanntgabe des Jahresabschlusses 2025 und Publikation des Geschäftsberichtes**

Donnerstag, 12. März 2026

### **Generalversammlung**

Donnerstag, 23. April 2026, Genf

### **Bekanntgabe des Halbjahresabschlusses 2026**

Freitag, 24. Juli 2026

### **Publikationen: Geschäftsbericht und Financial Report**

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

### **Auskünfte**

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

Nico Benz-Müller, Chief Financial Officer  
T +41 58 220 77 46



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.