

2024

Nachhaltigkeits-
Reporting



Corporate Social Responsibility

Die **APG|SGA Gruppe (APG|SGA)** hat den Anspruch, für ihre Partner, Kunden, Aktionäre sowie Mitarbeitenden umfassend und nachhaltig Werte zu schaffen und zugleich einen positiven Beitrag für Umwelt und Gesellschaft zu leisten. Eine ausgewogene Berücksichtigung von sozialen (People), ökologischen (Planet) und ökonomischen (Prosperity) Faktoren in den Entscheidungs- und Umsetzungsprozessen wird für den langfristigen Erfolg des Unternehmens als zentral erachtet.

Inhalt

- 3** Corporate Social Responsibility
- 4** Vorwort von Markus Ehrle, CEO APG|SGA
- 5** Organisation, Strategie und Governance
- 8** Wesentliche Themen
- 12** Umfassendes CSR-Management
- 14** People
 - Attraktive Anstellungs- und Arbeitsbedingungen
 - Geschlechtergleichheit
 - Arbeitssicherheit und Gesundheit
 - Nachhaltige Beschaffung – soziale Aspekte
 - Gesellschaftliche Aspekte der APG|SGA Aussenwerbung
- 24** Meilensteine in der Umsetzung des Umweltleitbildes
- 26** Planet
 - Umweltmanagement
 - Umweltleistung
 - Leistungskennzahlen im Überblick
 - Aufschlüsselung der Scope-3-Kategorien
- 36** Bericht des unabhängigen Prüfers zur Treibhausgasbilanz
- 38** Prosperity
 - Wirtschaftsleistung
 - Korruptionsprävention
 - Gesetzeskonformes Handeln
- 42** GRI-Inhaltsindex
- 45** Abkürzungsverzeichnis
- 46** Bezugstexte und weitere Informationen

Mit gruppenweiten neuen Klimazielen, einer EcoEntreprise-Zertifizierung und viel Elan ins APG|SGA Jubiläumsjahr

Die APG|SGA feiert 2025 ein bemerkenswertes Jubiläum: 125 Jahre prägende Geschichte und kontinuierliche Innovation in OOH und DOOH. Gegründet im Jahre 1900 in Genf, hat sich die seit 1904 an der Börse kotierte APG|SGA über Jahrzehnte hinweg als Marktleaderin der Schweizer Aussenwerbebranche etabliert. Mit einer starken Tradition in der Bereitstellung, Vermarktung und Bewirtschaftung von qualitativ hochwertigen Werbeflächen sowie Städttemobiliar im öffentlichen Raum hat sich die APG|SGA den wandelnden Marktbedürfnissen und Technologien immer wieder angepasst und neue Massstäbe gesetzt. Wir können mit Stolz sagen, dass unsere Engagements auf Kontinuität angelegt sind und geprägt von einem partnerschaftlichen Denken und einem langfristigen, nachhaltigen Horizont.

Tradition und neue Massstäbe definieren auch das Corporate Social Responsibility-(CSR-)Management der APG|SGA. Bereits vor über zwei Jahrzehnten wurde der erste Nachhaltigkeitsbericht – damals noch als reiner Umweltbericht – publiziert. In den Folgejahren wurden mit dem Aufbau einer Gasflotte oder dem Wechsel zu 100 % Ökostrom in der Schweiz immer wieder wichtige Massnahmen umgesetzt. Seit 2018 liegt der Fokus nicht mehr allein bei Umweltthemen. Die Nachhaltigkeitsbemühungen wurden um soziale und wirtschaftliche Themen erweitert.

Im Berichtsjahr 2024 konnten wiederum neue Meilensteine gesetzt werden. Im Juni wurde nach Abschluss eines unabhängigen externen Audits die Zertifizierung nach EcoEntreprise erlangt. Sie bescheinigt beispielhafte Leistungen im Bereich nachhaltige Entwicklung mit Ausweitung auf soziale Verantwortung. Die Zertifizierung wurde zum Anlass genommen, um die CSR-Strategie der APG|SGA einer erweiterten Überarbeitung zu unterziehen und die Organisationsstrukturen zu optimieren. In diesem Zusammenhang wurde ein CSR-Board gegründet, in dem alle Unternehmensbereiche vertreten sind. Das CSR-Board tagt regelmässig und überprüft, inwiefern sämtliche neuen Projekte und Vorhaben mit den Nachhaltigkeitszielen in Einklang stehen. Im Weiteren wurden Ende Jahr unsere neuen gruppenweiten Klimaziele für die Scopes 1, 2 und 3 mit einem Netto-

Null-Fahrplan bis 2045 von der Science Based Targets initiative (SBTi) validiert. Mit diesem Schritt gehen wir ein verbindliches Engagement ein und senden ein starkes Signal, das unsere bisherigen Bemühungen unterstreicht. 2024 konnten wir zudem zwei weitere Solaranlagen auf unseren Gebäuden in Wallisellen und Lausanne in Betrieb nehmen und so den Anteil an selbst produziertem erneuerbarem Strom signifikant erhöhen.

Auch 2025 werden wir wirkungsvolle Massnahmen umsetzen. Bei unserer Gesellschaft Alma Quattro d.o.o. in Serbien erhöhen wir den Anteil an Strom aus Wasserkraft, mit dem Ziel, gruppenweit zu 100 % Elektrizität aus erneuerbaren Quellen einzusetzen. Wir überarbeiten an sämtlichen Standorten in der Schweiz unsere Entsorgungs- und Recyclingkonzepte, um uns vermehrt Richtung Kreislaufwirtschaft zu bewegen. Zudem treiben wir den Ausbau unserer Elektroflotte voran. Neben Klima- und Umweltschutzmassnahmen steht mit der erneuten Durchführung der «Great Place To Work»-Befragung die Mitarbeitendenzufriedenheit im Fokus. Ausserdem werden verschiedene Erneuerungen und Intensivierungen im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz umgesetzt. Wie bereits im letzten Jahr werden die Bemühungen fortgesetzt, in unseren Lieferketten Transparenz zu fördern und sowohl soziale als auch Umweltaspekte einzuhalten.

Für die APG|SGA gehört CSR nicht einfach zur Pflicht, sondern zu unserer DNA. Ich hoffe, Sie erhalten mit dem vorliegenden Bericht ein gutes Gesamtbild über unsere Aktivitäten und Sie berücksichtigen auch in Zukunft Umwelt- und soziale Aspekte bei Ihren Entscheidungen über Investments und Zusammenarbeit.



Nachhaltige und plakative Grüsse
Markus Ehrle, CEO APG|SGA

Organisation, Strategie und Governance

Als Aussenwerbeunternehmen ist die APG|SGA integrale Dienstleisterin einer funktionierenden und lokal verankerten Wirtschaft. Wir generieren Einnahmen für die öffentliche Hand, schaffen Sichtbarkeit für Politik, Kultur und Sport und leisten einen Beitrag zur transparenten öffentlichen Information und freien Meinungsbildung im Rahmen der Demokratie in einer sozialen Marktwirtschaft. Die APG|SGA hat den Anspruch, für Partner:innen, Kund:innen, Aktionär:innen und Mitarbeitende nachhaltige Werte zu schaffen und zugleich einen positiven Beitrag für Umwelt und Gesellschaft zu leisten.

Die APG|SGA Gruppe

Die APG|SGA ist ein dynamisches Dienstleistungsunternehmen mit schweizerischer Tradition und Fokus auf Out of Home Media. Digital. Analog. Mobile. Interaktiv. Mit den besten Kommunikationslösungen im öffentlichen Raum werden die Menschen begeistert. Auf Strassen und Plätzen, in Bahnhöfen, Flughäfen, Shoppingcentern, in den Bergen sowie in und an Verkehrsmitteln – überall dort, wo Aussenwerbung möglich ist. Durch übergreifende Produkte und Services vereint APG|SGA flexibel und wertschöpfend die individuellen Bedürfnisse von lokalen, nationalen und internationalen Werbekunden, privaten Grundeigentümern und der öffentlichen Hand, Konsumenten, Mitarbeitenden, Investoren sowie der Gesellschaft.

Die APG|SGA gehört weltweit zu den grössten Unternehmen für Aussenwerbung. In der Schweiz sieht die APG|SGA eine lückenlose geografische Abdeckung aller Landesteile durch eine dezentrale Organisation vor. Das operative Headquarter der Allgemeinen Plakatgesellschaft AG, die eine hundertprozentige Beteiligung der Holding ist, befindet sich in Zürich. Mit 17 Standorten betreibt die Allgemeine Plakatgesellschaft AG eine aktive Kundenpflege vor Ort, mit Dienstleistungen aus einer Hand. Mit der Swissplakat AG gehört ein fokussiertes Aussenwerbeunternehmen zur APG|SGA. Die Swiss Poster Research Plus AG (SPR+) liefert Kennzahlen und Marktforschungsanalysen. Ihre Dienstleistungen stehen allen schweizerischen Aussenwerbeunternehmen zur Verfügung. Neben der Schweiz ist die APG|SGA mit der Firma Alma Quattro d.o.o. in Serbien aktiv. Während die APG|SGA in Serbien zentral von Belgrad aus operiert, ist sie in der Schweiz in 14 Kantonen und in drei der vier Sprachregionen vertreten. Der rätoromanische Teil Graubündens wird von Chur aus abgedeckt.

Zu den primären Dienstleistungen der APG|SGA gehören die Beschaffung, Installation und der Unterhalt von analogen und digitalen Werbeflächen im öffentlichen Raum und, damit verbunden, die Vermarktung und Vermietung dieser Werbeflächen. Ausserdem gehören die Planung, der Aushang oder die Ausstrahlung sowie die Leistungsmessung von Out of Home Media-Kommunikationskampagnen oder Mobile-Werbekampagnen dazu. Weitere Dienstleistungen beinhalten Konzeption, Design, Produktion, Unterhalt und Finanzierung von urbanem Mobiliar wie Wartehallen, analogen und digitalen Stadtplananlagen sowie von Informationssystemen.

CSR bei der APG|SGA

Eine ausgewogene Berücksichtigung von ökologischen (Planet), sozialen (People) und ökonomischen (Prosperity) Faktoren in den Entscheidungs- und Umsetzungsprozessen wird für den langfristigen Erfolg des Unternehmens als zentral erachtet.

CSR Governance

Eine themenübergreifende, zielgerichtete und vernetzte Steuerung unserer Nachhaltigkeitsbemühungen ist unabdingbar, um den steigenden Anforderungen unserer Stakeholder gerecht zu werden. Dank sorgfältiger Planung und Kontrolle stellen wir sicher, dass die APG|SGA ganzheitlich nachhaltig operiert. Unser CSR-Management, die Berichterstattung und die Kommunikation sollen unseren eigenen hohen Ansprüchen gerecht werden. Wir wählen sinnvolle Zusammenarbeiten, Zertifikate und Labels aus, die uns dabei helfen, unsere Ziele zu erreichen.

People

Als attraktive, zuverlässige und sichere Arbeitgeberin schafft die APG|SGA eine moderne und zukunftsfähige Arbeitsumgebung, die Raum für persönliche und berufliche Entwicklung bietet. So fördert die APG|SGA das Engagement und die Zufriedenheit der Mitarbeitenden, was langfristig zum Unternehmenserfolg beiträgt. Des Weiteren ist es der APG|SGA ein zentrales Anliegen, die Einhaltung der Menschenrechte, der sozialen Standards und der Arbeitsrechte entlang der gesamten Wertschöpfungskette sicherzustellen. Die APG|SGA leistet einen Beitrag zur Förderung von Kultur, Sport und Non-Profit-Organisationen (NPOs), indem sie Dienstleistungen und Ressourcen mit beträchtlichen Rabatten und Freespace-Volumen bereitstellt.

Planet

Respektvoller, schonender Umgang mit der Umwelt ist für die APG|SGA selbstverständlich. Mit dem Ziel, im Umweltbereich zu den Besten zu gehören, verpflichtet sich die APG|SGA zu Transparenz und versteht sich als Vorreiterin im Kampf gegen den Klimawandel. Die ambitionierten, von der Science Based Targets initiative (SBTi) validierten Klimaziele verlangen eine konsequente Reduktion der eigenen Emissionen und legen den Fokus auf kontinuierliche Verbesserung bis hin zu Netto-Null. Die Umweltrelevanz der Aktivitäten, Produkte und Materialien wird systematisch untersucht und im Dialog mit den Mitarbeitenden, Kunden und Partnern entstehen umweltschonende Dienstleistungen und Produkte.

Prosperity

Die APG|SGA ist ein dynamisches Dienstleistungsunternehmen mit schweizerischer Tradition, das 125 Jahre alt ist. Durch übergreifende Produkte und Services vereint die APG|SGA flexibel und wertschöpfend die individuellen Bedürfnisse von lokalen, nationalen und internationalen Werbekunden, privaten Grundeigentümern und der öffentlichen Hand, Konsumenten, Mitarbeitenden, Investoren sowie der Gesellschaft. Die optimale Ertragsverwirtschaftung bildet das Fundament für den nachhaltigen Fortbestand und die Konkurrenzfähigkeit des Unternehmens.

Organisation des Nachhaltigkeitsmanagements

Da CSR alle Unternehmensbereiche betrifft, ist das Nachhaltigkeitsmanagement der APG|SGA, inklusive Monitoring und Steuerung, als integraler Bestandteil auf höchster Führungsebene verankert. Die CSR-Strategie wird im Rahmen der Gesamtstrategie einmal jährlich vom Verwaltungsrat geprüft und freigegeben. In enger Zusammenarbeit mit der Leitung Nachhaltigkeit und unterstützt durch externe Experten, erarbeitet und verabschiedet die Unternehmensleitung die von der Strategie abgeleiteten Massnahmen und Ziele. Die Aktivitäten und die Zielerreichung im Bereich CSR sind regelmässiger Bestandteil jeder Unternehmensleitungssitzung, um sicherzustellen, dass die hohen Unternehmensansprüche erfüllt werden.

Chancen und Herausforderungen für eine nachhaltige Entwicklung in der Branche Aussenwerbung

Chancen

- Nachfrage: Eine steigende Sensibilisierung für Nachhaltigkeit schafft eine Nachfrage nach umweltfreundlichen und sozialverträglichen Werbemöglichkeiten.
- Technologische Innovation: Fortschritte in der Technologie ermöglichen die Entwicklung nachhaltigerer Werbeträger und -materialien mit geringem Ressourcen- und Energieverbrauch.
- Bewusstseinsbildung: Aussenwerbung bietet eine breite Reichweite und kann dazu beitragen, das Bewusstsein für Nachhaltigkeitsfragen zu fördern.
- Partnerschaften für Nachhaltigkeit: Zusammenarbeit mit Städten und Gemeinden kann umweltfreundliche Initiativen fördern und das Engagement für Nachhaltigkeit stärken.
- Aussenwerbung als «one-to-many-Medium» hat unter allen Werbemedien die mit Abstand geringste CO₂-Belastung pro 1 000 Kontakte.

Herausforderungen

- Materialverbrauch: Die Herstellung von Werbematerialien verursacht Ressourcenverbrauch und Umweltbelastungen.
- Energie- und Treibstoffverbrauch: Beleuchtete und digitale Werbeträger verbrauchen Energie, die Bewirtschaftung von geklebten Plakaten ist mit Transportwegen verbunden.
- Abfall und Entsorgung: Für die Entsorgung von Werbematerial und -trägern müssen geeignete Recycling- und Wiederverwendungsoptionen gefunden werden.
- Werbebeschränkungen: Verbote können zu Einnahmerückgängen führen.

Die operative Verantwortung für die Umsetzung der CSR-Strategie im Tagesgeschäft liegt bei der Leitung Nachhaltigkeit, die als Stabsstelle dem Chief Financial Officer und der Unternehmensleitung angegliedert ist. Die Leitung Nachhaltigkeit arbeitet als Querschnittsfunktion projekt- und themenbezogen eng mit anderen relevanten Unternehmensbereichen zusammen, um eine ganzheitliche Integration von CSR-Aspekten bestmöglich zu gewährleisten.

Das CSR-Board überprüft, inwiefern sämtliche Projekte und Vorhaben mit den Nachhaltigkeitszielen in Einklang stehen. Im CSR-Board sind alle Unternehmensbereiche vertreten, es tagt dreimal pro Jahr und beteiligt sich an der Weiterentwicklung der CSR-Strategie.

Die Umsetzung von Nachhaltigkeitsprojekten und die Erreichung von spezifischen Nachhaltigkeitszielen sind für diverse Mitarbeitende Teil ihrer individuellen Jahresziele.

Mitgliedschaften, Teilnahmen und Zertifikate

Die APG|SGA oder ihre Gruppenunternehmen sind national und international in diversen Verbänden oder ähnlichen Vereinigungen vertreten oder halten sich an deren Richtlinien.

Organisation	Abkürzung
AWS, Aussenwerbung Schweiz	AWS
CDP	
CEO4Climate	
EcoEntreprise-Zertifikat	
Energieagentur der Wirtschaft	EnAW
Fair-On-Pay	
Great Place to Work®	
KS/CS Kommunikation Schweiz	KS/CS
Schweizerische Lauterkeitskommission	SLK
Sustainable Switzerland	
swisscleantech	
United Nations Global Compact	Global Compact

Über die Berichterstattung

Das jährlich erscheinende Nachhaltigkeits-Reporting wird unter Bezugnahme auf die Standards der Global Reporting Initiative und des European Sustainability Reporting Standard verfasst und bezieht sich auf das vergangene Kalenderjahr. Wenn nichts anderes vermerkt ist, gelten die Angaben für die gesamte APG|SGA Gruppe, analog Geschäftsbericht und Financial Report. Ökonomische Leistungen werden im Geschäftsbericht und im Financial Report offengelegt, Informationen zur Governance finden sich im Corporate-Governance-Teil des Geschäftsberichts. Im Vergleich zum Vorjahr neu formulierte Informationen werden bei der jeweiligen Auskunft ausgewiesen. Das Nachhaltigkeits-Reporting wird von der Unternehmensleitung und vom Verwaltungsrat genehmigt. Für die Informationen bezüglich Treibhausgas-(THG-) Bilanzierung wurde eine limitierte externe Prüfung durchgeführt.

Wesentliche Themen

Die Herleitung der wesentlichen Themen für die APG|SGA erfolgt durch einen systematischen Evaluationsprozess, der jährlich innerhalb des Unternehmens durchgeführt wird. Dieser Prozess folgt dem Prinzip der doppelten Wesentlichkeit und berücksichtigt negative und positive externe Auswirkungen auf Menschen und Umwelt durch APG|SGA Aktivitäten sowie finanzielle Auswirkungen von externen Ereignissen für die APG|SGA.

Wesentlichkeitsanalyse

Als Aussenwerbeunternehmen mit lokaler, regionaler und internationaler Kundschaft sowie global aufgestellten Lieferketten werden die zugrunde liegenden Themenfelder aus unserem Geschäftskontext abgeleitet. Dabei dienen das Unternehmensleitbild und die CSR-Strategie als interne Grundlagen. Externe Grundlagen umfassen Global Reporting Initiative-(GRI-) und European Sustainability Reporting Standards-(ESRS-)Kriterien sowie die UN Sustainable Development Goals (SDGs).

Unter der Verantwortung der Leitung Nachhaltigkeit wird zusammen mit externen Beratungsunternehmen jährlich eine bestehende Themenliste überarbeitet. Diese Liste wird durch Inputs aller Unternehmensbereiche und während Gesprächen mit Kunden, Zulieferern und anderen relevanten Stakeholdern wie NPOs oder Interessenverbänden ergänzt. Während dieses Prozesses werden die wesentlichen Themen anhand von Kriterien wie Wahrscheinlichkeit, Ausmass, Umfang und Unumkehrbarkeit bei der Auswirkungswesentlichkeit sowie Wahrscheinlichkeit und potenziellem Ausmass bei der finanziellen Wesentlichkeit herauskristallisiert. Die so definierten Themen werden durch die Unternehmensleitung sowie den Verwaltungsrat validiert und genehmigt, um sicherzustellen, dass sie eine ganzheitliche Perspektive auf die Nachhaltigkeitsleistung der APG|SGA bieten.

Themen mit relevanten Risiken und/oder Auswirkungen gemäss Wesentlichkeitsanalyse



People

- Anstellungs- und Arbeitsbedingungen
- Geschlechtergleichheit
- Arbeitssicherheit und Gesundheit
- Nachhaltige Beschaffung – soziale Aspekte
- Gesellschaftliche Aspekte der APG|SGA Aussenwerbung



Planet

- Klima und Energie
- Kreislaufwirtschaft – Ressourcen und Abfall
- Nachhaltige Beschaffung – ökologische Aspekte



Prosperity

- Wirtschaftsleistung
- Korruptionsprävention
- Gesetzeskonformes Handeln

Einbindung von Stakeholdern

Die APG|SGA anerkennt die Vielfalt ihrer Interessenträger:innen und pflegt einen respektvollen und wertschätzenden Umgang, der auf gegenseitigem Vertrauen basiert. Die Beziehungen zu internen und externen Stakeholdern sind geprägt von langfristigen Partnerschaften und einem konstanten Dialog. Die APG|SGA stützt sich auf eine breite Palette von Kommunikationsgefässen, um die unterschiedlichen Positionen und Bedürfnisse der Stakeholder zu verstehen und zu berücksichtigen.

Unter den Mitarbeitenden werden eine offene Kommunikationskultur sowie Möglichkeiten zur Partizipation und Feedback gefördert. Bei Partnerschaften mit den Konzessionsgebern, Lieferant:innen und Kund:innen werden langjährige Zusammenarbeiten angestrebt, die durch Vertrauen und gemeinsame Werte gestärkt werden. Durch das visuelle Prägen des öffentlichen Raums werden transparente und kooperative Beziehung zu Behörden, Verbänden und NPOs unerlässlich, deshalb engagiert sich die APG|SGA aktiv in relevanten Dialogen und Initiativen. Durch diesen ganzheitlichen Ansatz stellt die APG|SGA sicher, dass sie die Bedürfnisse und Erwartungen ihrer Stakeholder versteht und in ihre Geschäftsstrategie und -praktiken integriert, um langfristigen Erfolg und gesellschaftlichen Nutzen zu fördern. Die folgende Tabelle zeigt die wichtigsten Austauschgefässe für den Stakeholder-Dialog.

Mitarbeitende

- Mitarbeitendendialog
- Sounding Board
- Intranet
- Roadshows
- Interne Tagungen

Private Grundeigentümer und Partner in Städten, Gemeinden und des öffentlichen Verkehrs

- Partnergespräche
- Partnerbefragungen
- Newsletter
- Website

Werbetreibende

- Kundengespräche
- Kundenbefragungen
- Kundenzufriedenheitsprozess
- Roundtables
- Newsletter
- Website
- Schulungen

Kommunikations- und Medienagenturen

- Einzelgespräche
- Kundenzufriedenheitsprozess
- Roundtables
- Newsletter
- Website
- Schulungen

Lieferanten und Lieferantinnen

- Regelmässige Gespräche
- Lieferantenfragebogen
- Strategische Zusammenarbeit

Behörden

- Behördengespräche

Verbände

- Mitgliedschaften
- Teilnahme an Tagungen
- Inputreferate
- Teilnahme an Arbeitsgruppen

Non-Profit-Organisationen

- Einzelgespräche

Corporate Social Responsibility-Strategie

CSR, beziehungsweise Nachhaltigkeit, ist neben Begeisterung, Partnerschaft, Unternehmertum, Integrität und Transparenz einer der sechs Werte, welche im Leitbild der APG|SGA festgehalten und im Arbeitsalltag verankert sind.

Die CSR-Strategie ist integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie und berücksichtigt sämtliche relevanten Stakeholder der APG|SGA mit Fokus auf die Kernthemen aus den drei Bereichen People, Planet, Prosperity.

CSR Governance			
■ Zertifikate, Labels, Zusammenarbeiten ■ Berichterstattung und Kommunikation ■ CSR-Management			
	Kernthemen	Arbeitsfelder	Resultate
PEOPLE	Attraktive Arbeitgeberin	■ Anstellungs- und Arbeitsbedingungen ■ Unternehmenskultur ■ Aus- und Weiterbildung ■ Diversität und Chancengleichheit	■ Zufriedene, langjährige Mitarbeitende ■ Diversität, Fairness, Entfaltung ■ Weiterentwicklung unterstützen ■ Entfaltung ohne Diskriminierung
	Sicherheit und Gesundheit	■ Arbeitssicherheit ■ Gesundheitsmanagement	■ Sicherheitskultur auf hohem Niveau ■ Physische und psychische Gesundheit
	Soziale Verantwortung	■ Soziale Verantwortung ■ Beschaffung: soziale Aspekte ■ Recht und Ethik in der Aussenwerbung	■ Soziale Verantwortung wahrnehmen ■ Faire Bedingungen in der Lieferkette ■ Werbegesetze einhalten
PLANET	Umweltmanagement / Umweltleistung	■ Klimaziele ■ Energiemanagement ■ Kreislaufwirtschaft: Ressourcen und Abfall	■ Reduktion der Emissionen, Netto-Null ■ Reduktion des Energiekonsums ■ Reduce, Reuse, Recycle
	Nachhaltige Beschaffung	■ Beschaffung: ökologische Aspekte	■ Umweltfreundliche Wertschöpfungskette
PROSPERITY	Infrastruktur und Prozesse	■ Stakeholdermanagement	■ Stakeholdernetzwerk nachhaltig nutzen
	Compliance	■ Korruptionsprävention ■ Gesetzeskonformes Handeln	■ Integre und korrekte Mitarbeitende ■ Konsequenter gesetzestkonformes Verhalten
Einfluss auf UN Sustainable Development Goals			
     			

Sustainable Development Goals

Die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (UN) umfasst insgesamt 17 Nachhaltigkeitsziele (SDGs), um grundlegende Verbesserungen der Lebensverhältnisse aller

Menschen heute und auch in Zukunft sowie den Schutz des Planeten Erde zu bewirken. Die APG|SGA leistet ihren Beitrag und fokussiert sich auf die folgenden sechs Ziele.



Die Lohnungleichheit zwischen den Geschlechtern ist bei der APG|SGA unabhängig geprüft und mit dem Zertifikat «Fair-ON-Pay Advanced» beglaubigt. In den kommenden Jahren wird sich die Diversität in Führungspositionen kontinuierlich erhöhen.



Die APG|SGA generiert seit 125 Jahren einen Mehrwert für rund 500 Mitarbeitende sowie für Partner:innen und Werbekund:innen. Dabei legen wir grossen Wert auf die Lohnungleichheit zwischen den Geschlechtern und fördern individuelle Aus- und Weiterbildungen. Wir achten auf die Einhaltung sozialer Standards und der Arbeitsrechte in unserer Lieferkette.



Bei Produktentwicklungen, Produktoptimierungen und Innovationen setzt die APG|SGA auf effiziente Verfahren und Technologien. Die Werbeflächen leisten einen wertvollen Beitrag für das Fortbestehen und die Entwicklung von lokalem Gewerbe und KMU.



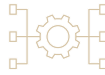
Durch die nachhaltige und energieeffiziente Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen unterstützen wir Städte sowie Gemeinden in ihren Energiezielen. Unser Engagement für eine zielführende Energiewende und eine Ressourcensparsamkeit nehmen wir sehr ernst und setzen laufend Verbesserungen an unserem Werbemobiliar um. Afficheur:innen sorgen für ein gepflegtes Umfeld des Werbemobiliars (wie Bushaltestellen, Perronbänke oder Telefonkabinen).



Die APG|SGA setzt sich für die Reduktion des Energieverbrauchs und die Senkung des CO₂-Ausstosses ein. Wir ersetzen fossile durch erneuerbare Rohstoffe dort, wo es unter technischen und ökologischen Gesichtspunkten sinnvoll ist. Wir setzen uns mittel- und langfristige wissenschaftsbasierte Klimaziele im Einklang mit dem globalen 1.5°C-Ziel.



Neben der Einhaltung sämtlicher Compliance- und Antikorruptionsrichtlinien leistet die APG|SGA mit ihrer Aussenwerbung einen Beitrag zur unabhängigen und öffentlichen Information der Bevölkerung.



Umfassendes CSR-Management

Eine themenübergreifende, zielgerichtete und vernetzte Steuerung unserer vorausschauenden Nachhaltigkeitsbemühungen ist unabdingbar, um den steigenden Anforderungen unserer Stakeholder gerecht zu werden.

Managementansatz

Die APG|SGA organisiert ihr CSR-Management nach dem Prinzip Plan, Do, Check, Act, um sowohl im Kleinen als auch im Grossen laufende Verbesserungen erzielen zu können. Dabei werden beispielsweise die strategische und operative Planung, die Umsetzung von Zertifikaten, Labels und Mitgliedschaften sowie die gesamte Berichterstattung und Nachhaltigkeitskommunikation als übergreifende Themen betrachtet, die integrierter Teil des jährlichen Reviews und Planungszyklus sind. Sie stellen die eigentliche Steuerung oder Governance unserer CSR-Bemühungen dar und beeinflussen alle drei Bereiche People, Planet, Prosperity. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass diese Themen entsprechend in der CSR-Strategie verankert sind.

Label EcoEntreprise

Das CSR-Management der Allgemeinen Plakatgesellschaft AG ist seit Juni mit dem Zertifikat EcoEntreprise Nachhaltige Entwicklung – Soziale Verantwortung ausgezeichnet. Das Zertifikat wurde nach einem zweitägigen Audit verliehen. Davor wurde die gesamte CSR-Organisation und -Umsetzung von einer bereichsübergreifenden Arbeitsgruppe analysiert. In diesem Rahmen wurden diverse Verbesserungsmassnahmen eingeführt, die dazu führen, dass die Nachhaltigkeitsbemühungen noch effektiver im Arbeitsalltag umgesetzt werden.

Das nationale Label EcoEntreprise ist seit 2013 die Schweizer Referenzzertifizierung im Bereich der nachhaltigen Entwicklung und der gesellschaftlichen Verantwortung. Es verdeutlicht gegenüber der Öffentlichkeit sowie insbesondere den Akteuren im Partner- und Werbemarkt, dass die APG|SGA ein umfassendes Nachhaltigkeits- und Risikomanagement betreibt.

Überarbeitung der Nachhaltigkeitsstrategie

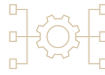
Die Zertifizierung wurde zum Anlass genommen, um die CSR-Strategie der APG|SGA einer erweiterten Überarbeitung zu unterziehen. Neben den bisher bekannten drei Faktoren People, Planet, Prosperity (früher Profit) wurde der übergeordnete Faktor CSR-Governance geschaffen, um die immer wichtiger werden- den themenübergreifenden strategischen und koordinativen Aufwände optimal abzubilden.

Sämtliche Kernthemen wurden in Arbeitsfelder unterteilt, für die konkrete und messbare Ziele definiert sind, welche dank diverser Massnahmen erreicht werden sollen.

CSR-Board

Um die Kompatibilität unseres Tagesgeschäfts mit den Nachhaltigkeitszielen sicherzustellen, wurde das CSR-Board gegründet, in dem alle Unternehmensbereiche vertreten sind. Das CSR-Board tagt regelmässig und überprüft, inwiefern sämtliche neuen Projekte und Vorhaben mit den Nachhaltigkeitszielen im Einklang stehen. Es macht gegebenenfalls Anpassungsvorschläge und sorgt dafür, dass ein lückenloses Nachhaltigkeits-Reporting sichergestellt werden kann. Das CSR-Board wird in Zukunft auch für die Weiterentwicklung der CSR-Strategie beigezogen und die einzelnen Mitglieder fungieren als Nachhaltigkeitsexperten in ihren jeweiligen Unternehmensbereichen.

CSR Governance



Mitgliedschaften

Zertifikate von und Mitgliedschaften oder Teilnahmen bei nationalen und internationalen Nachhaltigkeitsinitiativen sind für die APG|SGA wichtig, um Know-how aufzubauen und dank guter Vernetzung mehr Gewicht für die eigenen Bemühungen zu erlangen.

2024 ist die Allgemeine Plakatgesellschaft AG dem Schweizer Wirtschaftsverband swisscleantech beigetreten, nachdem CEO Markus Ehrle bereits seit einigen Jahren Mitglied des von swisscleantech organisierten Netzwerks CEO4Climate war. swisscleantech vereint klimabewusste Unternehmen, bewegt Politik und Gesellschaft für eine CO₂-neutrale Schweiz und zeigt Lösungen für eine klimataugliche Wirtschaft auf.

Seit letztem Jahr ist die APG|SGA Medienpartnerin von Sustainable Switzerland, einer Initiative der NZZ, die fakten-basiertes Wissen zum Thema nachhaltige Wirtschaft bietet, Weiterbildungen ermöglicht und dank hochkarätigen Events und Netzwerkanlässen den Austausch zwischen Unternehmen jeglicher Grösse fördert.

Die APG|SGA beteiligt sich zusammen mit zahlreichen anderen Medienunternehmen an der Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit des Schweizer Werbe-Auftraggeberverbands (SWA), mit dem Ziel, die Nachhaltigkeit und Klimafreundlichkeit der Schweizer Werbelandschaft zu fördern.





Attraktive Anstellungs- und Arbeitsbedingungen

Die Mitarbeitenden sind die Grundlage des langjährigen Erfolgs der APG|SGA, deshalb engagiert sie sich für zukunfts-fähige und attraktive Arbeitsplätze in einem anspruchsvollen Arbeitsumfeld und fördert Arbeitnehmende. Die unterschied-lichen beruflichen Richtungen – von handwerklichen Tätig-keiten über Logistik, IT, Verkauf, Administration bis hin zu kreativen Berufen ist alles dabei – erfordern eine kontinuier-liche Auseinandersetzung mit den Bedürfnissen des Unter-nehmens und eine aktive Schaffung von gemeinsamen Werten und Leitplanken, um ein reibungsloses und konstruk-tives Arbeitsumfeld zu gewährleisten.

Managementansatz

Die Anstellungs- und Arbeitsbedingungen der APG|SGA basieren auf einem starken Fundament von gelebten Unternehmens-werten und dem gültigen Arbeitsrecht. Die APG|SGA investiert konsequent in die Ausbildung und Entwicklung ihrer Mitarbei-tenden, um sicherzustellen, dass sie über die notwendigen Fähigkeiten und Kompetenzen verfügen, um erfolgreich zu sein. Diese Investitionen dienen auch dazu, Mitarbeitende langfristig im Unternehmen zu halten, indem sie Entwicklungsmöglich-keiten und Karrierepfade bieten. Darüber hinaus bietet die APG|SGA attraktive Arbeitsbedingungen mit substanzieller Betei-ligung (Prämien) am Unternehmenserfolg und zeitgemässen Fringe Benefits, mit dem Ziel, den Mitarbeitenden ein interes-santes und gesundes Arbeitsumfeld zu bieten. Die APG|SGA legt grossen Wert darauf, dass ihre Mitarbeitenden sich gehört und geschätzt fühlen. Sie schafft daher Möglichkeiten für Mitarbei-tende, sich aktiv einzubringen und ihre Meinungen und Ideen kundzutun. Eine transparente Feedbackkultur ermöglicht es den Mitarbeitenden, konstruktive Kritik zu äussern und Verbesse-rungsvorschläge einzubringen. Dies fördert nicht nur das Enga-gement und die Zufriedenheit der Mitarbeitenden, sondern trägt auch dazu bei, dass das Unternehmen sich kontinuierlich weiter-entwickelt und verbessert.

APG|SGA Beschäftigte

Per Ende Kalenderjahr 2024 hat die APG|SGA die folgende Anzahl Personen beschäftigt.

Anzahl Personen

Stand 31.12.2024

Total ¹	Schweiz	Serbien
Anzahl Mitarbeitende ²	429	46
Lernende und Praktikanten ³	7	0

Nach Merkmalen

	Schweiz	Serbien
Anteil Männer, in %	72	70
Anteil Frauen, in %	28	30
Anteil Vollzeitstellen (=100 %), in %	77	100
Anteil Teilzeitstellen (< 100 %), in %	23	0
Anteil unbefristete Angestellte, in %	100	100
Anteil befristete Angestellte, in %	0	0

¹ Basis Vollzeitäquivalent 100 %, Prozentwerte gerundet

² Ohne Lernende und Praktikanten

³ Schweiz: kaufmännisch 6, Logistik 1

People



Die APG|SGA beschäftigt per Ende 2024 sieben Lernende und bietet eine Integrationsvorlehre im Bereich Logistik an. Bei diesem Programm des Bundesrates geht es darum, Flüchtlinge und vorläufig Aufgenommene gezielt und praxisorientiert auf eine Berufslehre vorzubereiten. Seit Sommer 2021 steht das Programm auch Jugendlichen und jungen Erwachsenen ausserhalb des Asylbereichs offen. Im Fokus stehen Personen mit Ausbildungsbedarf aus EU/EFTA- sowie Drittstaaten.

Zusätzlich zu den eigenen Mitarbeitenden generierte die APG|SGA im Kalenderjahr 2024 für 21 Personen eine Beschäftigung mit weitgehender Kontrolle über deren Arbeit, ohne dass diese jedoch in einem Angestelltenverhältnis zur APG|SGA standen.¹ Davon waren 10 Personen über Personalagenturen angestellt und 11 über Dienstleister. Zu den ausgeführten Tätigkeiten gehörten der Aushang von Werbematerial, die Medienproduktion, die Entwicklung von Applikationen, administrative Tätigkeiten sowie Dienstleistungen im Bereich Analyse, Beratung und Management.

Die APG|SGA ist keinem Gesamtarbeitsvertrag unterstellt.

Leistungen und Fringe Benefits

Eine hohe Mitarbeitendenzufriedenheit ist der APG|SGA ein grosses Anliegen. Nachdem die Allgemeine Plakatgesellschaft AG Ende 2023 die Zertifizierung Great Place to Work® erlangen konnte, ging es im Jahr 2024 darum, die Resultate zu analysieren

und in verschiedenen Arbeitsgruppen weitere Verbesserungsmassnahmen zu erarbeiten, um bei der erneuten Durchführung der Befragung eine noch höhere Mitarbeitendenzufriedenheit zu erreichen. Die umgesetzten Massnahmen beinhalten unter anderem Verlegungen und Umbauten von Büroräumlichkeiten und individuellen Arbeitsplätzen, die Weiterentwicklung von internen Ausbildungsmassnahmen, die Einführung eines externen Coaching-Angebotes für Mitarbeitende, die neue Führungsfunktionen übernehmen, sowie die Einführung eines unternehmensweiten Willkommenstages für neue Mitarbeitende.

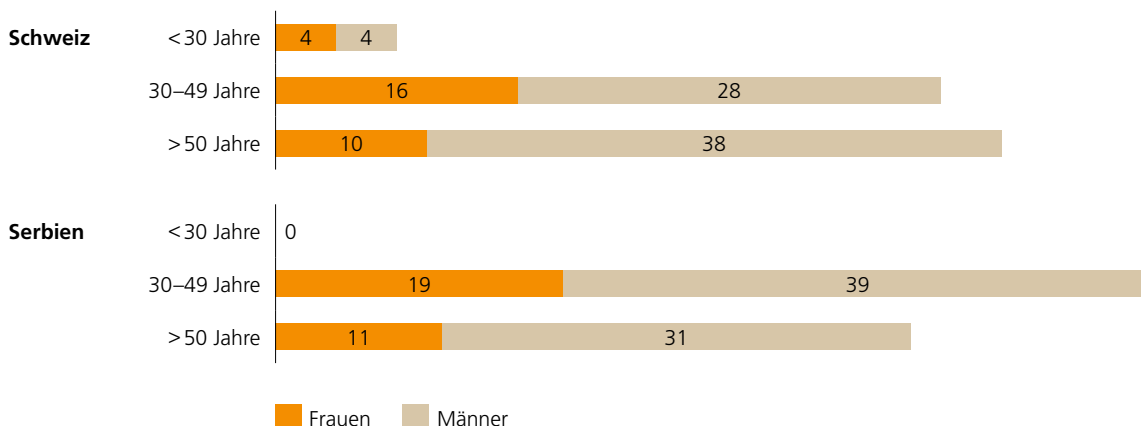
Mitarbeitende der APG|SGA können sowohl spontan als auch über standardisierte Wege Feedback geben. Aus diesem Grund wurden die jährlich stattfindenden Mitarbeitendengespräche bei der Allgemeinen Plakatgesellschaft AG durch eine offenere Form des Dialogs ersetzt, der kollaborativ geführt wird und die Individualität in den Vordergrund rückt. Dabei werden auch jeweils die Unternehmenswerte als Fokusthema eingebracht. In diesem Zusammenhang tagt auch das divers besetzte Sounding Board viermal jährlich. Im Berichtszeitraum wurden vom Sounding Board diverse Diskussionen angestoßen, die zu Anpassungen der Alltagsbedingungen führten. So wurde beispielsweise die individuelle IT-Ausrüstung optimiert und vereinheitlicht, der IT-Support ausgeweitet und verschiedene interne Kommunikations-elemente überarbeitet.

Neben der finanziellen Beteiligung an Weiterbildungen erhalten Mitarbeitende Personalrabatte und -angebote. So ist die interne Plattform für Veranstaltungstickets eine der beliebtesten Intranet-seiten. 2024 haben 34 Mitarbeitende die Möglichkeit genutzt, bis zu zwei Wochen zusätzliche Ferien pro Jahr zu günstigen Konditionen zu kaufen.

¹ Sogenannte Personalmieten oder Mitarbeitende, die keine Angestellten sind

Altersstruktur

Stand 31.12.2024, in Prozent, ohne Lernende und Praktikanten





Geschlechtergleichheit

Die APG|SGA ist bemüht, unabhängig vom Geschlecht sämtlichen Arbeitnehmenden identische Arbeitsbedingungen zu bieten und langfristig eine statistisch ausgeglichene Verteilung der Geschlechter, insbesondere in den Führungsstrukturen, zu erreichen. Aktuell arbeiten bei der APG|SGA mehr Männer als Frauen. Dies liegt in erster Linie daran, dass der Beruf Afficheur:in mit wenigen Ausnahmen von Männern ausgeführt wird und die Afficheure rund ein Drittel der gesamten Belegschaft ausmachen.

Managementansatz

Das Ziel der APG|SGA ist es, für sämtliche Arbeitnehmenden unabhängig vom Geschlecht eine attraktive Arbeitgeberin zu sein und die externe und interne Rekrutierung so zu gestalten, dass es für niemanden strukturelle Hindernisse oder Ungleichheiten gibt. Besonders wichtig sind der APG|SGA die Lohnungleichheit zwischen den Geschlechtern sowie moderne, flexible Arbeitsmodelle, die bestmöglich die Bedürfnisse der Belegschaft abbilden. Sämtliche Formen von Diskriminierung sind verboten und werden sanktioniert.

Umsetzungsmassnahmen

Die APG|SGA bietet eine faire, markt- und leistungsorientierte Entlohnung. Die interne Lohnungleichheit zwischen Frauen und Männern bei der Allgemeinen Plakatgesellschaft AG wurde 2021 extern geprüft und mit dem Label Fair-ON-Pay+ ausgezeichnet. Seit der Aufrechterhaltungsanalyse im Jahr 2023 verfügt die Allgemeine Plakatgesellschaft AG sogar über das Label Fair-ON-Pay Advanced, welches kürzlich noch einmal bestätigt worden ist. Dies bedeutet, dass die geschlechtsspezifische Lohndifferenz unterhalb der Toleranzgrenze von 2.5 % liegt.

Bei der letzten Zufriedenheitsbefragung gaben 85 % der Mitarbeitenden an, dass sie, unabhängig von ihrem Geschlecht, fair behandelt werden. Dieser hohe Wert steht im Einklang mit den Unternehmenswerten der APG|SGA, die Fairness, respektvollen Umgang und gleiche Chancen versprechen.

Der Anteil Frauen auf den Hierarchiestufen mit Führungsverantwortung FS 2 und FS 3 ist 2024 konstant geblieben, nachdem er in der Vorperiode um 8 % gesteigert werden konnte. Die siebenköpfige Unternehmensleitung (FS 4) ist mit einer Frau und der sechsköpfige Verwaltungsrat mit zwei Frauen besetzt. Die Einführung eines neuen Prozesses zur Identifikation und Entwicklung von Mitarbeitenden mit Potenzial kann künftig zur Förderung von Frauen auf allen Hierarchiestufen beitragen.

Der bewusste Umgang mit Sprache ist ein Qualitätskriterium der APG|SGA. Der Leitfaden für eine geschlechterneutrale Sprache ist daher ein wichtiges Instrument, um im Arbeitsalltag, in Publikationen und im Auftritt der wichtigen Repräsentation aller Geschlechter gerecht zu werden.

Das Merkblatt zum Verbot von Diskriminierung und Belästigung ist ein Instrument, um die Persönlichkeit und die Gesundheit der Mitarbeitenden zu schützen. Verstösse gegen die im Merkblatt enthaltenen Grundsätze und/oder gegen die bei APG|SGA geltenden Regeln werden mit disziplinarischen Massnahmen und individuellen Sanktionen geahndet.

People



Arbeitssicherheit und Gesundheit

Die Gewährleistung von Arbeitssicherheit und Gesundheit ist für die APG|SGA von zentraler Bedeutung. Durch die regelmässige Zusammenarbeit verschiedener Unternehmensbereiche sowie externer Dienstleister werden Richtlinien und Standards erarbeitet und entsprechende Massnahmen konsequent umgesetzt. Die Investitionen in Sicherheitsschulungen, Gesundheitsförderung und infrastrukturelle Massnahmen sowie die statistische Erfassung und Analyse von Krankheiten und Unfällen unterstreichen das Engagement der APG|SGA für das Wohlbefinden und die Sicherheit ihrer Mitarbeitenden.

Managementansatz

Die APG|SGA betreibt eine Sicherheitskultur auf hohem Niveau, die auf den Säulen Analyse, Information/Prävention und Umsetzungsmassnahmen aufbaut. Um den Anforderungen an ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld gerecht zu werden, sind die Unternehmensbereiche Human Resources, Infrastruktur, Operations, Logistics & Operations Services und CSR Corporate Responsibility in einem Gremium vertreten, das sich regelmässig zum Thema Arbeitssicherheit und Gesundheit austauscht und für die Strategie und Umsetzung verantwortlich ist. Unterstützt wird dieses Gremium von drei externen Dienstleistern für die Bereiche Sicherheitsaudits, Beratung, Präventions- und Interventionsdienstleistungen.

Das Gremium verantwortet die Umsetzung der Richtlinien der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit (EKAS), Gebäudesicherheit, Ergonomie am Arbeitsplatz, Sicherheitsschulungen und -übungen, die Organisation von Workshops zur physischen und psychischen Gesundheit sowie die Erhebung von Statistiken zu Krankheiten und Unfällen.

Gefahrenidentifizierung

Die Gefahrenidentifizierung ist ein laufender Prozess, der in Zusammenarbeit mit den externen Dienstleistern durchgeführt wird. Ihm zugrunde liegen Analysen der Arbeitsabläufe, die Gebäudesicherheitsaudits, die Auswertungen der Ausfallmeldungen, der jährliche Sicherheitsbericht sowie Rückmeldungen der Mitarbeitenden in allen ihnen zur Verfügung stehenden Gefässen. Punktuell werden zudem spezifische Analysen oder Erhebungen durchgeführt, so zum Beispiel zum Thema Ergonomie im Jahr 2015, zum Thema betriebliches Gesundheitsmanagement im Jahr 2021 und eine Analyse der körperlichen Belastung der Afficheure Anfang 2024. Die APG|SGA arbeitet nicht mit Gefahrstoffen und setzt keine besonders risikoreichen Methoden oder Prozesse ein, die speziellen Auflagen unterliegen.

Je nach Arbeitstätigkeit oder Funktionsgruppen wurden unterschiedliche Gefahren und Risiken identifiziert. Eine Einstufung als Gefahr oder Risiko bedeutet nicht zwingend, dass eine hohe Inzidenz vorliegt, sondern in erster Linie, dass geeignete Massnahmen getroffen werden müssen, um diesen Gefahren und Risiken vorzubeugen.

People



Arbeitsstätigkeit / Funktionsgruppen, Gefahren und Risiken

Affichieren, Bau und Wartung

- Stolperunfälle, ausrutschen, stürzen
- Muskuloskelettale Symptome und Schmerzen
- Sonnenbrand und Folgerisiken

Logistik

- Stolperunfälle, ausrutschen, stürzen
- Muskuloskelettale Symptome und Schmerzen
- Gefahren und Risiken durch Geräte und Maschinen

Geschäftsfahrten

- Verletzungsgefahr bei Unfällen im Strassenverkehr

Bürotätigkeiten

- Muskuloskelettale Symptome und Schmerzen aufgrund von Fehlhaltungen oder fehlender Bewegung

Allgemein

- Psychomentele Belastungen
- Gefahren und Risiken im Bereich Gebäudesicherheit

Massnahmen und Leistungen für Arbeitssicherheit und berufliches Gesundheitsmanagement

Alle Mitarbeitenden der APG|SGA sind ins System für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz integriert und profitieren von allgemeinen Angeboten, Dienstleistungen und vom Versicherungsschutz. Je nach Funktion gibt es Unterschiede bei den Anforderungen und der Intensität der Sicherheitsvorschriften. Während Büroangestellte und Aussendienstmitarbeitende punktuell zu Themen wie Ergonomie, psychische Gesundheit, Brandschutz, Erste Hilfe oder Fahrsicherheit trainiert werden, arbeiten Afficheur:innen und Mitarbeitende mit Aufgaben in Bau und Wartung von Werbeflächen nach den Sicherheitsvorschriften im Mitarbeitendenhandbuch. Beim Eintritt in die APG|SGA und später in regelmässigen Abständen werden sie zu den Anforderungen und allfälligen Neuerungen geschult. Sie erhalten zudem Arbeitskleidung und Schutzausrüstung, die die relevanten Sicherheitsstandards erfüllen und es ermöglichen, bei sämtlichen Witterungen die körperliche Arbeit im Freien erledigen zu können. Personalmieten oder Mitarbeitende, die keine Angestellten sind, erhalten bei Bedarf die entsprechenden Sicherheitsschulungen, Arbeitskleidung oder Schutzausrüstung, sie sind aber ansonsten dem Gesundheitsmanagement, inklusive Versicherung, ihres jeweiligen Arbeitgebers angegliedert.

Mitarbeitende der APG|SGA können sich während der Arbeitszeit auf Kosten des Unternehmens jährlich gegen Grippe impfen lassen.

Im Bereich Ergonomie und Gebäudesicherheit wurde in Lärmschutzmassnahmen in den Grossraumbüros investiert sowie weitere Büroarbeitsplätze mit höhenverstellbaren Schreibtischen und hochwertigen Bürostühlen ausgestattet. Der Umsetzungsgrad in der Schweiz liegt bei über 90 %.

In einem regelmässigen Turnus werden Gebäude-/Arbeitssicherheits-/Brandschutzaudits mithilfe der ASA¹-Kontrollbögen durchgeführt. 2024 wurden die Standorte Grand-Saconnex, Lausanne und Sion kontrolliert und 2025 werden die Standorte Chur, Münchenstein und Wallisellen auditiert. Am Standort Zürich wurde 2024 zudem vom kantonalen Amt für Wirtschaft eine Systemkontrolle bezüglich der Umsetzung eines individuellen Sicherheitssystems durchgeführt.

¹ ASA ist die Abkürzung für «Beizug von Arbeitsärzten und anderen Spezialisten der Arbeitssicherheit»

People



Im Rahmen eines ganzheitlichen betrieblichen Gesundheitsmanagements wurde 2024 ein externes und unabhängiges Beratungsangebot mit einem breiten Themenspektrum eingeführt, das den Mitarbeitenden der Allgemeinen Plakatgesellschaft AG kostenlos und vertraulich zur Verfügung steht. Für sämtliche Anfragen wird eine individuelle Beratung mit allfälligen Folgeangeboten initiiert.

Arbeitsbedingte Ausfälle

Die generellen Ausfalltage über die Schweizer Gesellschaften des Unternehmens sind, gemäss Statistik SECO/SUVA, mit anderen Unternehmen in der Schweiz vergleichbar und die Ausfalltage aufgrund von Berufsunfällen liegen tiefer als der Schweizer Durchschnitt. Da das Personal gut geschult ist, über viel Arbeits-

erfahrung verfügt und die erforderlichen Sicherheitsvorkehrungen eingehalten werden, hatten 97 % der Belegschaft im Kalenderjahr 2024 keinen Berufsunfall. 2025 wird das Augenmerk bei der Unfallverhütung auf die Prävention von Stolperunfällen und Unfällen, die bei der Benutzung von Leitern entstehen, gelegt.

Da bei krankheitsbedingten Ausfällen gegenüber dem Arbeitgeber weniger Details meldepflichtig sind, sind über die Art dieser Ausfälle keine spezifischen Informationen verfügbar. 40 % der Mitarbeitenden in der Schweiz und 78 % der Mitarbeitenden in Serbien hatten keine Ausfälle aufgrund von Krankheiten. Insbesondere nach Langzeitausfällen sucht die APG|SGA nach individuellen Lösungen, um die betroffenen Personen möglichst schonend und nachhaltig wieder in einen für sie geeigneten Arbeitsalltag zurückzuführen.

Unfälle und Abwesenheitstage

	2024			2023		
	Allgemein ¹	Frauen	Männer	Allgemein ¹	Frauen	Männer
Anzahl Berufsunfälle	13			4		
Abwesenheitstage Berufsunfälle	178			9		
Abwesenheitstage Nichtberufsunfälle	371	65	306	577	47	530
Anzahl Krankheitstage ²	2 756	520	2 348	3 542	1 006	2 536
Anzahl gearbeitete Stunden ³	921 825			928 328		
Rate der Berufsunfälle per 1 000 000 Std ⁴	14.1			4.3		
Anzahl Berufsunfälle mit schweren Folgen	0			0		
Anzahl Todesfälle aufgrund von Berufsunfällen	0			0		

¹ Aufgrund der tiefen Anzahl Berufsunfälle wird aus Datenschutzgründen auf eine Aufteilung zwischen Frauen und Männern verzichtet.

² Die Tage entsprechen jeweils Volleittagen, d.h., 2 halbe Abwesenheitstage werden in einem vollen Tag ausgewiesen.

³ Berechnung: Bei Vollzeitanstellung 2 210 Arbeitsstunden pro Jahr, abzüglich 7 Wochen für Ferien und sonstige Abwesenheiten, ergibt eine errechnetes Stundensaldo von 1 912.5 Stunden pro Vollzeitäquivalent.

⁴ Die auf 1 000 000 gearbeiteten Stunden basierende Rate entspricht der Anzahl der arbeitsbedingten Verletzungen pro 500 vollzeitbeschäftigte Mitarbeitenden über einen Zeitraum von einem Jahr.



Nachhaltige Beschaffung – soziale Aspekte

Soziale Aspekte und Umweltleistungen gewinnen in der Gestaltung der Lieferketten immer mehr an Wichtigkeit. Als nachhaltiges Unternehmen möchte die APG|SGA allfällige negative Auswirkungen ihrer Einkaufstätigkeiten auf ein Minimum reduzieren. Deshalb werden der Analyse der Lieferketten und der direkten Einflussnahme auf Lieferant:innen höchste Priorität eingeräumt.

Managementansatz

Der Unternehmensbereich Beschaffung ist federführend bei der Definition der Anforderungen und Leistungskriterien der von der APG|SGA eingekauften Produkte und Dienstleistungen. In Zusammenarbeit mit dem Unternehmensbereich CSR wird für die wichtigsten Produktgruppen periodisch oder bei Bedarf ad hoc definiert, welche sozialen Aspekte in der entsprechenden Lieferkette berücksichtigt werden müssen. Dabei dienen das Unternehmensleitbild, der Code of Conduct sowie spezifische Vorgaben der Mitgliedschaften der APG|SGA (z.B. UN Global Compact) als Grundlagen. Wenn immer möglich, stützt sich die APG|SGA auf bestehende und anerkannte Zertifikate, Labels und Gütesiegel.

Evaluation der Lieferant:innen

Die Lieferant:innen der APG|SGA müssen eine Selbstevaluation ausfüllen, die verschiedene Aspekte der Nachhaltigkeit abdeckt. Der Fragebogen umfasst die Einhaltung von sozialen Aspekten, Massnahmen für Klima- und Umweltschutz, genaue Angaben zur Produktherkunft sowie Informationen zu Zertifikaten und Labels. Die Ergebnisse dieser Bewertung dienen als Grundlage für die Bewertung der Lieferantenbeziehungen und tragen dazu bei, die Zusammenarbeit in Richtung einer nachhaltigeren Lieferkette zu lenken. Ausserdem spielen sie eine wichtige Rolle bei der Erfüllung der Sorgfaltspflicht im Bereich Kinderarbeit. Bisher wurden Lieferant:innen und Dienstleistungsunternehmen evaluiert, die rund 75 % des durchschnittlichen jährlichen Einkaufsvolumens abdecken.

Auf dieser Basis wird durch individuelle Gespräche mit den Lieferant:innen das Verbesserungspotenzial in Bezug auf Umwelt- und soziale Themen eruiert und gegebenenfalls Massnahmen definiert. Mittels APG|SGA Supplier Code of Conduct werden die Ansprüche der APG|SGA an Themen wie Gesundheitsschutz, Arbeitnehmerrechte, Umwelt- und Klimaschutz oder Compliance genauer definiert und eingefordert.

Sorgfaltspflicht im Bereich Kinderarbeit

Die APG|SGA hat den Anspruch, mit Lieferant:innen zu arbeiten, die sich verpflichten, in ihrer Lieferkette keine Kinderarbeit einzusetzen oder zu tolerieren. Mit der Teilnahme am UN Global Compact und im eigenen Code of Conduct verpflichtet sich die APG|SGA, den Schutz der Menschenrechte einzuhalten, für das Abschaffen von Kinderarbeit einzutreten und gesetzeskonform zu handeln.

Aufgrund der gesetzlichen Bestimmungen zu Sorgfalts- und Berichtspflichten bezüglich Konfliktmineralien und Kinderarbeit (Art. 964j OR) und der dazugehörigen Verordnung (VSoTr) ist die APG|SGA verpflichtet, ihre Sorgfaltspflicht hinsichtlich Kinderarbeit wahrzunehmen.

Die Risikoanalyse im Bereich Kinderarbeit ergab im ersten Schritt, dass die APG|SGA die gesetzlich vorgeschriebenen Schwellenwerte in Bezug auf Bilanzsumme, Umsatzerlös und Vollzeitstellen überschreitet. In einem zweiten Schritt wurden zur Ermittlung der Herkunftsländer aller bezogenen Produkte der standardisierte Fragebogen an die Zulieferer, Produktangaben, Befragungen von Zulieferern und internen Beschaffungsverantwortlichen

People



sowie Internetrecherchen verwendet. Acht Herkunftsländer von bezogenen Produkten weisen gemäss UNICEF-Index ein mittleres (enhanced) Risiko für Kinderarbeit auf.

In einem dritten Schritt wurde für diese acht Länder geprüft, ob mit Bezug auf ein von der APGJSGA bezogenes konkretes Produkt oder eine konkrete Dienstleistung ein begründeter Verdacht auf Kinderarbeit besteht. Für die Prüfung wurde eine Medien- und Internetrecherche betrieben sowie Berichte von Non-Government-Organisationen, Nachhaltigkeitsberichte der Zulieferer und allfällige Meldungen an die APGJSGA Compliance-Meldestelle beigezogen. Für das Kalenderjahr 2024 wurden bei der Prüfung

der Hersteller und Produkte, die aus den acht Herkunftsländern mit mittlerem Risiko für Kinderarbeit stammen, keine konkreten begründeten Verdachte auf Kinderarbeit festgestellt.

Somit ist die APGJSGA von weiteren Sorgfalts- und Berichterstattungspflichten im Bereich Kinderarbeit gemäss Art. 964^{sexies} f. OR befreit.

Die APGJSGA führt weder Konfliktmineralien in die Schweiz ein noch bearbeitet sie Konfliktmineralien in der Schweiz. Eine Berichtspflicht über die Erfüllung der Sorgfaltspflichten bezüglich Konfliktmineralien entfällt.



Gesellschaftliche Aspekte der APG|SGA Aussenwerbung

Aussenwerbung findet per Definition in der Öffentlichkeit statt und hat den Sinn und Zweck, Menschen zu informieren und deren Entscheidungen zu beeinflussen. Die APG|SGA geht mit dieser Aufgabe im Rahmen der sozialen Marktwirtschaft verantwortungsvoll um und sorgt dafür, dass Gesetze und ethische Aspekte in der Werbung eingehalten werden. Ausserdem nutzt die APG|SGA ihre Plattformen für positive Beiträge an die Gesellschaft.

Rechtliche und ethische Überprüfungen

Die APG|SGA unterstützt und respektiert das subjektive Recht auf freie Meinung und Werbung und waltet nicht als Zensurstelle. Trotzdem werden alle Werbemittel bei Erhalt des Layouts oder der tatsächlichen Anlieferung des Werbemittels einer rechtlichen und ethischen Prüfung unterzogen, bei der es darum geht, grenzüberschreitende oder verbotene Elemente zu entfernen, jedoch den Werbekunden den gebuchten Auftrag zu ermöglichen.

Die rechtliche Prüfung beinhaltet Aspekte wie Jugendschutz, Verkehrssicherheit, Urheberrechte, Datenschutz, Lauterkeit, Trittbrettwerbung oder Regeln bei politischer Werbung. Die ethischen Aspekte sind vielfältig und umfassen beispielsweise Rassismus, Sexismus, Erotik oder Gewalt. Sobald ein Sujet als kritisch eingestuft wird, darf es nicht in den Aushang gebracht oder ausgestrahlt werden, bis der gesamte Abklärungsprozess abgeschlossen ist. Dieser mündet entweder in einer kompletten oder teilweisen Sperrung des Sujets oder in einer Freigabe. Wenn immer möglich, wird die rechtliche und ethische Überprüfung vor der physischen Produktion der Werbemittel durchgeführt, um kundenseitige Mehrkosten, die bei einer allfälligen erneuten Produktion anfallen, zu vermeiden.

Schweizerische Lauterkeitskommission

Neben der internen rechtlichen und ethischen Überprüfung existiert mit der Schweizerischen Lauterkeitskommission (SLK) eine weitere, externe Kontrollinstanz. Es handelt sich um eine

neutrale, unabhängige Institution zum Zweck der werblichen Selbstkontrolle. Sie ist Teil der Stiftung für die Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation, der alle bedeutenden Organisationen der schweizerischen Kommunikationsbranche angehören.

Jede Person hat die Möglichkeit, Werbung, die aus ihrer Sicht nicht korrekt beziehungsweise unlauter ist, bei der SLK zu beanstanden. Die SLK spricht zwar keine staatlich durchsetzbaren Urteile aus, sie erlässt aber Empfehlungen, die von Werbetreibenden zukünftig berücksichtigt und umgesetzt werden. Die neutrale Beurteilung durch die SLK und die damit einhergehende Selbstregulierung hat sich bestens etabliert und wird sowohl von Kund:innen als auch Vertragspartner:innen akzeptiert.

Zwei Mitarbeitende der Allgemeinen Plakatgesellschaft AG sind als Mitglied des Stiftungsrats und als Experte für Aussenwerbung für die SLK tätig.

Beitrag zur politischen und demokratischen Information

Das aktuelle Weltgeschehen zeigt einmal mehr die Wichtigkeit von freier Meinungsäusserung, Rechtsstaatlichkeit und demokratischen Prozessen. Die APG|SGA ist politisch neutral und bietet sämtlichen Parteien und Personen die Möglichkeit, politische Werbung oder Wahlkampfwerbung zu betreiben, solange die Auflagen für politische Plakatierung eingehalten werden. Somit leistet die APG|SGA einen wichtigen Beitrag zur freien Meinungsbildung und einer funktionierenden Demokratie.

People



Plakatsponsoring und Spenden

NPOs sowie Kultur- und Sportveranstaltungen werden mittels grosszügiger Rabatte sowie Plakatsponsoring in Form von zusätzlichem Aushang oder Ausstrahlungen als Ergänzung zu ihren gebuchten Kampagnen unterstützt. 2024 wurden in diesem Zusammenhang Sachleistungen mit einem Medienwert in zweistelliger Millionenhöhe geleistet. Im Rahmen einer jährlichen Spende wird jeweils eine gemeinnützige Organisation unterstützt, 2024 war dies PluSport Behindertensport Schweiz.

Zusammenarbeit mit sozialen Einrichtungen

Die APG|SGA arbeitet regelmässig mit sozialen Institutionen zusammen. Haushaltartikel werden via Schweizerische Blinden- und Sehbehindertenwerkstatt bezogen. Ausgediente IT-Geräte werden, wenn möglich, zur Weiterverwendung aufbereitet oder zusammen mit anderem Elektronikabfall an die Sozialen Dienste Bezirk Uster (sdbu) abgegeben, wo sie fachgerecht recycelt werden. Die sdbu setzen für diese Arbeit Langzeitarbeitslose ein, denen der Wiedereinstieg ins Berufsleben gelingen soll. Der Verein Drahtzug bietet Menschen mit psychischer Beeinträchtigung eine unterstützende Alltagsstruktur und Arbeitsplätze. Für die APG|SGA und ihre Kund:innen näht Drahtzug nützliche Alltagsprodukte aus ausrangierten Werbebannern und gibt diesen somit ein zweites Leben.

Meilensteine in der Umsetzung des Umweltleitbildes

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

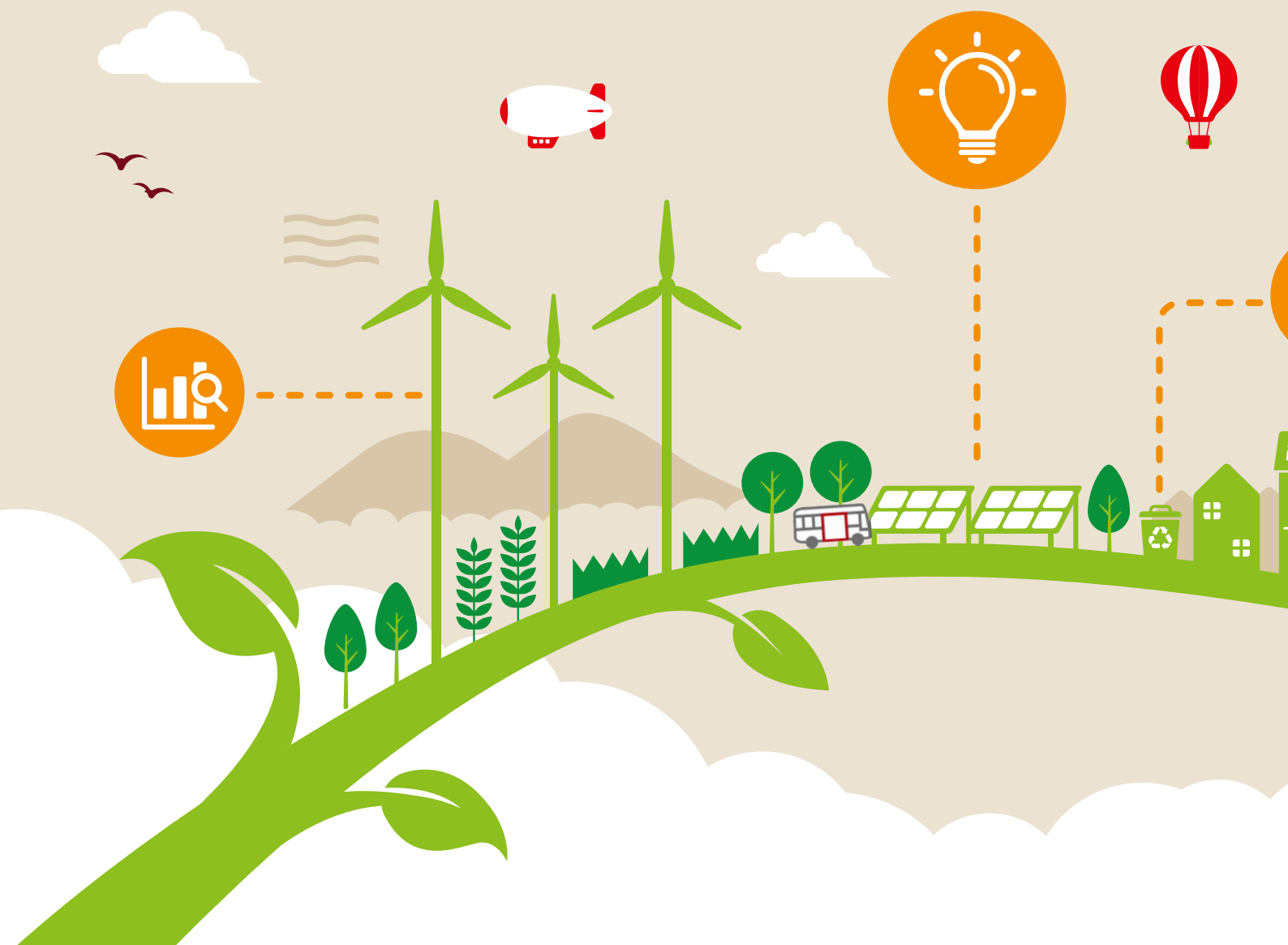
Einkauf 100 Prozent Ökostrom für die Leuchtwerbung, Umwelt als Titelgeschichte des Geschäftsberichts

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

2016

Interne Beschaffungsstrategie für digitale Werbeträger (Energieeffizienz). Upgrade zur neuesten Generation der ePanels mit Einsparung von 80 Prozent

2017

Ausbau der Umweltleistungsmessung zur Nachhaltigkeitsmessung durch die Ergänzung mit sozialen und gesellschaftlichen Indikatoren

2019

Erste Anschlüsse an Fernwärmenetze und Einführung mittel- und langfristiger wissenschaftsbasierter Klimaziele im Einklang mit dem 1.5°C-Ziel

2022

Schaffung der Stelle Leitung Nachhaltigkeit

2023

Installation der ersten PV-Anlage, Erweiterung der THG-Bilanzierung auf die gesamte Gruppe

2024

Validierung der neuen gruppenweiten Klimaziele für die Scopes 1, 2 und 3 durch SBTi. Erfolgreiche EcoEntreprise Zertifizierung





Umweltmanagement

Die APG|SGA versteht ihr ganzheitliches Umweltmanagement als einen zyklischen Prozess, der aus folgenden Teilen besteht: Identifikation bedeutender Umweltaspekte, Zielsetzung, Massnahmenplanung, Steuerung/Überwachung der Umsetzung und bei Bedarf Anpassungen. Ziel ist dabei eine kontinuierliche Verbesserung der Umweltleistung.

Bedeutende Umweltaspekte

Zur Identifikation und Überprüfung bedeutender Umweltaspekte dient die jährliche Umweltleistungsmessung (Umweltbelastung und THG-Emissionen). Sie sind deckungsgleich mit den umweltbezogenen Themen aus der Wesentlichkeitsanalyse (Klima und Energie, Kreislaufwirtschaft – Ressourcen und Abfall, nachhaltige Beschaffung – ökologische Aspekte).

Einbezug der Leitungsgremien

Unternehmensleitung und Verwaltungsrat traktandieren regelmässig Umweltthemen. Dabei verabschieden diese Gremien die Zielsetzung und besprechen ausführlich die Umsetzung allfälliger Massnahmen. Konkrete Ziele zur Reduktion von THG-Emissionen und die entsprechenden Absenkpfade beeinflussen die Entscheidungsfindung im operativen Geschäft.

Auf der Basis wissenschaftlicher Klimaszenarien analysierte ein interdisziplinäres Team 2023 die klimawandelbedingten Risiken und Chancen. Die gewonnenen Erkenntnisse dienen der Optimierung von Klimastrategie und Geschäftsprozessen. Die Analyse der klimawandelbedingten Risiken und Chancen wird 2025 erneut durchgeführt.

Wissenschaftsbasierte Klimaziele

Im Jahr 2018 hatten die APG|SGA AG und die Allgemeine Plakatgesellschaft AG sich ein kurzfristiges wissenschaftsbasiertes Reduktionsziel für die THG-Emissionen gesetzt, das geeignet war, die Begrenzung der Klimaerwärmung auf 1.5 °C zu unterstützen. 2024 wurden diese ursprünglichen Ziele auf Basis der gruppenweiten Emissionen aus dem Jahr 2023 neu berechnet und um die indirekten Scope-3-Emissionen erweitert, um sie von der Science Based Targets initiative (SBTi) als neue wissenschaftsbasierte Klimaziele validieren zu lassen. Die APG|SGA hat als Voraussetzung für diesen Schritt die Systemgrenzen der Ökobilanzierung für das Basisjahr 2023 erweitert. Zum einen ist seither die gesamte APG|SGA Gruppe abgedeckt. Zum anderen wurde die Datenerhebung für die vorgelagerten Prozesse vervollständigt und beinhaltet alle Werbematerialien (nicht nur Papierplakate) sowie Investitionsgüter. Im vorliegenden Bericht werden aus diesem Grund umweltbezogene Leistungskennzahlen für die Jahre 2023 und 2024 der gesamten APG|SGA Gruppe gezeigt und – der Vollständigkeit halber – teilweise Kennzahlen der Vorjahre, die sich nur auf die Allgemeine Plakatgesellschaft AG und die APG|SGA AG beziehen (beinhaltet die direkten Mitarbeitenden der Holding und deren Tagesgeschäft).

SBTi hat diese neuen THG-Reduktionsziele im Dezember 2024 offiziell validiert. Damit verpflichtet sich die APG|SGA, bis 2045 in ihrer gesamten Wertschöpfungskette Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Die neuen Klimaziele beinhalten sowohl kurzfristige Ziele bis 2030 für die Scopes 1 + 2 und 3 sowie langfristige Ziele bis 2035 für Scope 1 + 2 beziehungsweise bis 2045 für Scope 3.

Planet



Die Klimaziele der APG|SGA

Übergeordnetes Netto-Null-Ziel

- Die APG|SGA verpflichtet sich, bis 2045 Netto-Null-Treibhausgasemissionen über die gesamte Wertschöpfungskette zu erreichen.

Kurzfristige Ziele 2030

- Reduktion der absoluten Treibhausgasemissionen im Scope 1 + 2 um 85 % bis zum Geschäftsjahr 2030, ausgehend vom Basisjahr 2023.
- Erhöhung des jährlichen Einkaufs von erneuerbarer Elektrizität von 70 % auf 100 % bis 2025.
- Reduktion der absoluten Treibhausgasemissionen im Scope 3 um 45 % bis zum Geschäftsjahr 2030, ausgehend vom Basisjahr 2023.

Langfristige Ziele

- Reduktion der absoluten Treibhausgasemissionen im Scope 1 + 2 um 95 % bis zum Geschäftsjahr 2035, ausgehend vom Basisjahr 2023.
- Reduktion der absoluten Treibhausgasemissionen im Scope 3 um 90 % bis zum Geschäftsjahr 2045, ausgehend vom Basisjahr 2023.

Absenkpfade

Um die kurzfristigen Ziele zu erreichen und unsere Absenkpfade einzuhalten, wird ab 2025 auch in Serbien nur erneuerbare Elektrizität eingekauft. Dies wird zu einer signifikanten Reduktion der Scope-2-Emissionen führen. Zudem werden diverse Energieeffizienzmassnahmen an Gebäuden durchgeführt und der bereits begonnene Umbau der Flotte auf Elektrofahrzeuge wird beschleunigt. Ab 2030 werden wir die Gebäude vollständig

auf umweltfreundliche Heizsysteme umrüsten und den Flottenumbau abschliessen. Die Scope-3-Emissionen aus der Lieferkette werden signifikant reduziert, indem die APG|SGA Lieferanten mit ambitionierten Klimazielen bevorzugt und Kreislaufwirtschaftskonzepte umsetzt. Ein detaillierter Fahrplan nach Bundesgesetz über die Ziele im Klimaschutz, die Innovation und die Stärkung der Energiesicherheit (KIG) wird ab September auf der APG|SGA Website verfügbar sein.

Planet



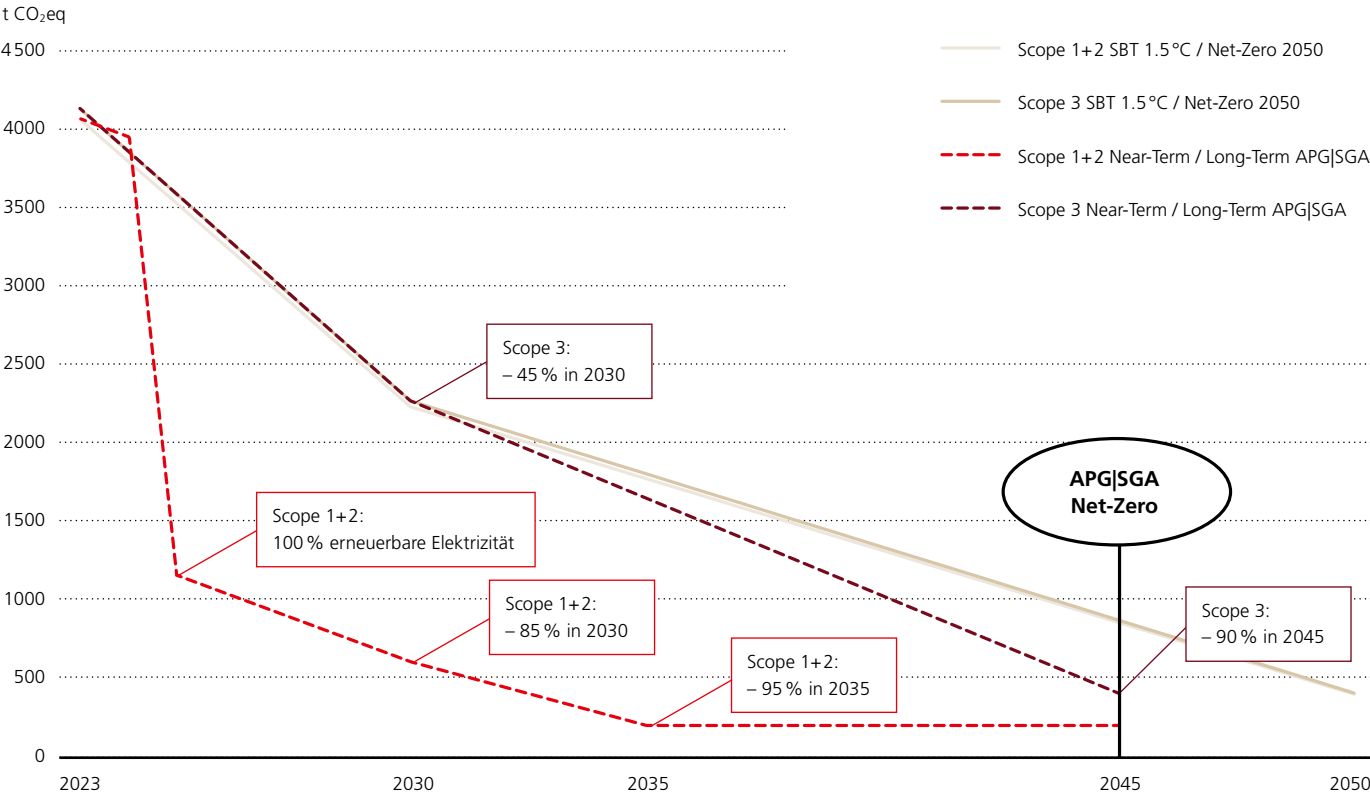
Berechnung der Umweltbelastung und der THG-Emissionen

Die Methode zur Berechnung der Umweltbelastung ist die der ökologischen Knappheit (Umweltbelastung: Ökofaktoren Schweiz 2021 gemäss der Methode der ökologischen Knappheit. Methodische Grundlagen und Anwendung auf die Schweiz, Bundesamt für Umwelt [BAFU], Umwelt-Wissen Nr. 2121, Bern, 2021).

Die THG-Emissionen wurden gemäss dem World Resources Institute (WRI)/World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard (überarbeitete Ausgabe) berechnet.

Wie vom Greenhouse Gas (GHG) Protocol und CDP empfohlen, wurden Faktoren für das globale Erwärmungspotenzial verwendet, die mit dem sechsten Bewertungsbericht des Zwischenstaatlichen Ausschusses für Klimaänderungen der Vereinten Nationen übereinstimmen; bei den berücksichtigten THG handelt es sich um Kohlendioxid (CO₂), Methan (CH₄), Distickstoffoxid (N₂O), teilhalogenierte Fluorkohlenwasserstoffe (HFC), perfluorierte Kohlenwasserstoffe (PFC), Schwefelhexafluorid (SF₆) und Stickstofftrifluorid (NF₃), wie sie im geänderten Anhang A des Kyoto-Protokolls aufgeführt sind. Umweltbelastung und THG-Emissionen wurden mit dem Expertensystem REGIS berechnet. Die Hintergrundprozesse basieren seit 2016 auf ecoinvent Version 3 (aktuelle Version v3.11).

Theoretischer Absenkpfad mit Veranschaulichung der SBTi-validierten Klimaziele





Umweltleistung

Die APG|SGA bestimmt und überwacht ihre Umweltleistung bereits seit 2001, indem sie jährlich sowohl die Umweltbelastung als auch die THG-Emissionen berechnet. Die Ergebnisse dienen der Formulierung von Umweltzielen und der Definition von Massnahmen zur Zielerreichung.

Klimawandel – Einhaltung des neuen Zielpfades noch nicht gewährleistet

Die neuen, von SBTi validierten Klimaziele mit Basisjahr 2023 beinhalten die Scopes 1, 2 und 3 mit erweiterten Systemgrenzen und stehen weiterhin im Einklang mit der 1.5-°C-Zukunft und der Reduktion der Emissionen auf Netto-Null.

Um die lineare Absenkung des kurzfristigen Ziels in den Scopes 1 + 2 einzuhalten, wäre eine jährliche Reduktion der THG-Emissionen von 12 % vorgesehen. Im Jahr 2024 konnten nicht alle geplanten Massnahmen umgesetzt werden und somit wurde nur eine Reduktion von 5 % erreicht. Die Reduktion im Scope 1 wurde durch diverse Massnahmen zur Optimierung des Treibstoffverbrauchs erreicht. Die Reduktion im Scope 2 ist in erster Linie auf eine signifikante Verbesserung der Berechnungsmethode des Stromverbrauchs der Werbeinfrastruktur der Firma Alma Quattro in Serbien zurückzuführen.

Im Scope 3 kam es zu einem leichten Anstieg der Emissionen um 4 %, womit der Absenkpfad vorläufig nicht eingehalten wird, da die vorgesehene Reduktion um 6 % deutlich verpasst wurde. Insbesondere die ausserordentlich umfangreiche Beschaffung von Investitionsgütern, wie digitale Werbeträger, trug zu diesem Anstieg der vorgelagerten indirekten Emissionen aus der Lieferkette bei.

Gemessene THG-Emissionen im Vergleich zu wissenschaftsbasierten Reduktionszielpfaden

	2024	2023	Diff.
Scope 1 + 2			
Near-Term Target APG SGA	3 562	4 054	–12 %
Scope 1 + 2			
Emissions APG SGA	3 839	4 054	–5 %
Scope 3			
Near-Term Target APG SGA	3 858	4 123	–6 %
Scope 3			
Emissions APG SGA	4 307	4 123	4 %

Planet



Ökobilanz und THG-Emissionen

Die Summe aller THG-Emissionen ist gegenüber 2023 nahezu konstant geblieben. Die Reduktion der Scope-1- und -2-Emissionen wurde durch den Anstieg der Scope-3-Emissionen ausgeglichen.

Nach wie vor ist die Gruppengesellschaft Alma Quattro in Serbien für über 50 % der THG-Emissionen und der Umweltbelastung verantwortlich, obwohl sie nur einen signifikant kleineren Anteil am Werbeertrag beisteuert. Das liegt einerseits daran, dass sie im Gegensatz zur Schweizer Gesellschaft erst am Anfang des systematischen Umweltmanagements steht und sich in erster Linie auf die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben beschränkt. Andererseits fallen bei genauerer Betrachtung der Ökobilanz zwei Treiber auf: Strom und Entsorgung.

Die serbische Gruppengesellschaft hat einen überproportionalen Stromverbrauch, weil die hinterleuchteten und digitalen Werbeträger meist grossformatiger sind als in der Schweiz. Die Menge an eingekauftem Strom hat sich gegenüber dem Vorjahr vermeintlich reduziert. Tatsächlich wurde aber die Berechnungsmethode signifikant verbessert. Gleichzeitig wurde nicht mehr wie bis anhin angenommen, dass 40 % des eingekauften Stroms aus Wasserkraft stammen, sondern es wurde für die Ökobilanzierung die Zusammensetzung des Reststroms in Serbien zugrunde gelegt. Der lokale Strommix ist von der Kohleverstromung dominiert (65.8 % Strom aus Braun- und Steinkohlekraftwerken).¹

¹ <https://www.aib-net.org/facts/european-residual-mix>

Die Entsorgung des Plakatpapiers und PVC-haltiger Werbeblachen in Mülldeponien beeinflussen die THG-Emissionen aber insbesondere die Umweltbelastung.

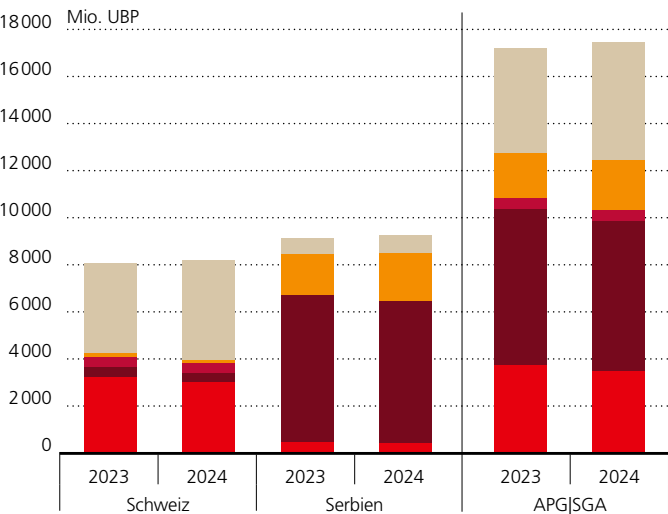
- Neben den bereits ergriffenen Massnahmen zur Reduktion der THG-Emissionen leiten sich aus der Ökobilanz zwei Handlungsfelder im Bereich Umweltschutz in der serbischen Gruppengesellschaft ab:
- gezielt Strom aus erneuerbaren Quellen (Wasserkraft und Windenergie) beschaffen
 - Transparenz hinsichtlich der Entsorgungswege schaffen in enger Kooperation mit dem beauftragten Entsorgungsunternehmen und stark umweltbelastende Entsorgungswege vermeiden

Der eingekaufte Strom wird ab 2025 zu 100 % aus erneuerbaren Quellen stammen. Dazu verpflichtet das kurzfristige SBTi-Ziel «Erhöhung des jährlichen Einkaufs von erneuerbarer Elektrizität von 70 % auf 100 % bis 2025».

CDP-Klimaschutz-Rating

Im Climate Score der internationalen Klimaschutzorganisation CDP erhielt die APG|SGA im Jahr 2024 die Note B. Die APG|SGA führt das CDP-Reporting weiter und rapportiert zudem auch 2025 dem United Nations Global Compact. Diese Massnahmen ergänzen die eigene Berichterstattung.

Umweltbelastung des Schweizer und des internationalen Geschäfts²

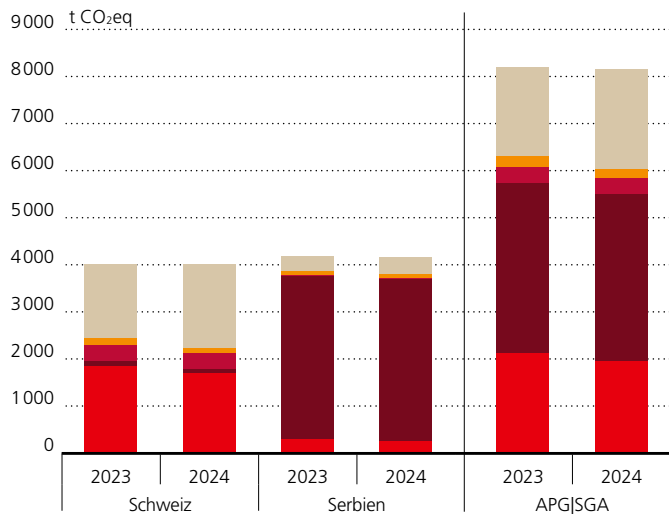


³ Materialien³ Entsorgung Heizung Strom Verkehr

² 2023: v3.10 und 2024: v3.11

³ Einschliesslich Investitionsgüter und Heizenergieverbrauch vermieteter Flächen

THG-Emissionen des Schweizer und des internationalen Geschäfts²



Planet



Energie

Der Gesamtenergieverbrauch in kWh stieg gegenüber 2023 um 3 %. Dies liegt am erhöhten Strombedarf aufgrund der Erweiterung des digitalen Angebots.

Stromverbrauch

Der Stromverbrauch in der Schweiz nahm gegenüber 2023 um 6 % zu. Während diverse Effizienzmassnahmen, wie beispielsweise die Umrüstung von elektrischen Werbeträgern, zu Reduktionen in Teilbereichen führten, wurde mehr Strom für das erweiterte Angebot an digitalen Werbeträgern (18 % mehr Spots gegenüber 2023) und den Ausbau der elektrischen Fahrzeugflotte benötigt. Die digitalen Werbeträger sind für rund 54 % des gesamten Stromverbrauchs in der Schweiz verantwortlich.

An den Standorten Lausanne und Wallisellen wurden zwei Photovoltaikanlagen in Betrieb genommen, die zusammen mit der Anlage in Zürich rund ein Drittel des schweizweit benötigten Gebäudestroms produzieren. Der Bau von weiteren Anlagen wird fortlaufend geprüft.

Heizenergie

Während der Heizenergieverbrauch in den Vorjahren durch gezielte Sparmassnahmen, Optimierungen der Heizsysteme und Sanierungsmassnahmen an einzelnen Gebäuden reduziert werden konnte, blieb er von 2023 auf 2024 in etwa konstant. Weitere Optimierungsmassnahmen, die zu erhöhter Energieeffizienz führen, sind in Planung.

Verkehr

Der Treibstoffverbrauch für die gesamte Fahrzeugflotte sank gegenüber 2023 um 2 %. Dies ist auf eine Kombination aus weniger gefahrenen Kilometern und der stetigen Umrüstung auf alternative Antriebsformen zurückzuführen.

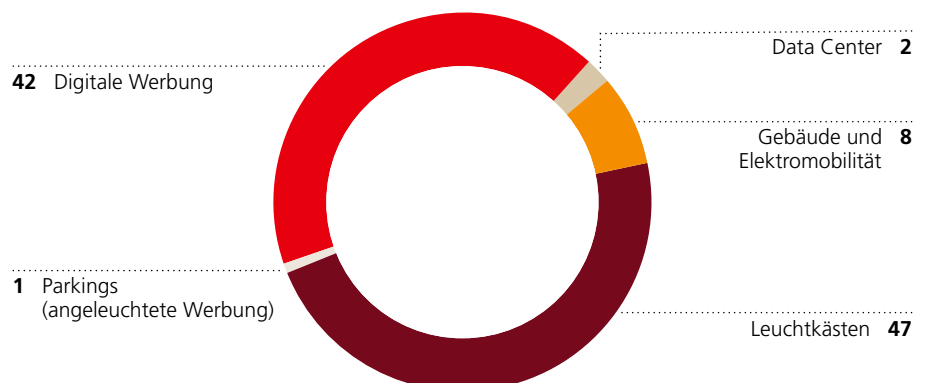
Der schweizweite Pendlerverkehr nahm leicht ab, dies korreliert aber mit dem leichten Rückgang an Stellenprozenten. Der Streckenanteil, der mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt wurde, stieg um 7 %, während gleichzeitig der mit Autos zurückgelegte Streckenanteil abnahm.

Flexible Arbeitsmodelle und unkompliziertes digitales Arbeiten tragen auch in Zukunft dazu bei, den Pendlerverkehr zu entlasten. Die Beschaffung von energieeffizienten Fahrzeugen und die kontinuierliche Optimierung der Plakatierungsroutenplanung sollen zu weiteren Reduktionen führen.

Kreislaufwirtschaft

Gegenüber dem Vorjahr sank die gesamte Abfallmenge 2024 um 7 % oder 40 Tonnen. Die Entsorgung sämtlicher Materialien geschieht nach den landesüblichen hohen Standards und wird durch lokale Recyclingpartner begleitet. Bei Plakatabfällen wird eine Recyclingquote von 90 % angestrebt. Wenn immer möglich, wird der Lebenszyklus von nicht mehr benötigten Produkten durch Aufbereitung oder Umnutzung verlängert.

Anteile der Aktivitäten am Stromverbrauch
in Prozent



Planet



Materialien

Mit unseren Produktionspartnern arbeiten wir laufend daran, nachhaltigere Materialien einzusetzen und Prozesse so zu optimieren, dass weniger Input-Material benötigt wird. Aufgrund des erhöhten Werbe-Outputs gegenüber 2023 wurde trotzdem sowohl bei den klassischen Plakaten, bei Grossformaten, als auch im Bereich Transport Advertising eine höhere Materialmenge verwendet.

Nachhaltige Beschaffung – ökologische Aspekte

Die APG|SGA arbeitet mit Lieferant:innen, die alle Umweltgesetze und -verordnungen einhalten, ein systematisches Umweltmanagement betreiben und bestrebt sind, ihre Umweltleistung fortlaufend zu verbessern und ihre THG-Emissionen bis hin zu Netto-Null zu verringern. Letzteres ist für die APG|SGA der Schlüssel zur Verringerung der eigenen THG-Emissionen im Scope 3 und ist ein wichtiger Aspekt bei der Auswahl der Lieferant:innen. Alle oben genannten Kriterien sind Teil der regelmässigen Lieferant:innenbewertung.

Seit 2024 steht insbesondere die Verbesserung der Datenqualität zur Berechnung von Ökobilanz und THG-Emissionen im Fokus. Die Lieferanten werden dabei unterstützt, die Umweltbelastung und die THG-Emissionen der gelieferten Produkte zu bestimmen und der APG|SGA Primärdaten zur Verfügung zu stellen.

CO₂-Zielwert bei Fahrzeugen

Der festgelegte CO₂-Zielwert von 118 g CO₂/km nach dem genormten Standard WLTP (Worldwide Harmonized Light-Duty Vehicles Test Procedure) bei der Beschaffung von neuen Personewagen konnte eingehalten werden. Nur eines von 14 Fahrzeugen hat den Zielwert mit 134 g CO₂/km überschritten.

Elektromobilität

Die Anzahl elektrisch betriebener Fahrzeuge wird laufend erhöht, 2024 war die Hälfte aller neu beschafften Fahrzeuge zur Plakatierung in der Schweiz elektrisch angetrieben. 2025 sollen in der Kategorie Personewagen ausschliesslich Elektrofahrzeuge eingekauft werden.

Ökostrom

Der in der Schweiz eingekaufte Strom für Leuchtwerbung, digitale Werbung, alle Geschäftsliegenschaften sowie Elektrofahrzeuge stammt zu 100 % aus Schweizer Wasserkraft mit dem Ökolabel «naturemade star». Der restliche verwendete Strom in der Schweiz stammt von unseren PV-Anlagen.

Arbeitsbekleidung

Sämtliche Artikel der Dienstbekleidung, die von Afficheur:innen und Techniker:innen getragen werden, sind mindestens mit den Labels Fair Wear und OEKO-TEX® Standard 100 zertifiziert. Mit unserer Kleiderproduzentin verbindet uns eine langjährige Partnerschaft.

Planet



Leistungskennzahlen im Überblick

		APG SGA Gruppe			APG SGA AG² & Allgemeine Plakat- gesellschaft AG			
GRI	EPIs¹	2024	2023 Basisjahr	Differenz	2022	2021	2020	
302	Energie							
	Total	MWh	13 046	14 771	–1 725	9 563	9 703	9 683
	erneuerbar	%	44	49	–5	55	55	52
	Strom eingekauft	MWh	7 758	9 401	–1 643	4 503	4 545	4 449
	erneuerbar	%	65	70	–6	100	100	100
	Wärme eingekauft³	MWh	256	255	1	195	168	162
	erneuerbar	%	50	46	3	62	82	69
	Strom Eigenproduktion	MWh	50	5	45	–	–	–
	erneuerbar	%	100	100	0	–	–	–
	Total Brenn- und Treibstoffe	MWh	4 982	5 109	–127	4 864	4 990	5 071
	erneuerbar	%	11	11	0	12	13	9
	Erdgas	MWh	1 890	1 972	–82	2 093	2 227	2 346
	Biogas	MWh	536	545	–9	595	630	464
	Heizöl	MWh	233	255	–22	495	560	525
	Diesel	MWh	1 545	1 585	–39	1 278	1 255	1 453
	Benzin	MWh	778	753	25	403	319	283
	303	Wasser						
Trinkwasser		m³	5 713	6 434	–720	7 180	7 822	7 809
301	Materialien							
	Total	t	422	429	–7	285	260	298
	erneuerbar	%	83	77	5	99	99	99
	Papier	t	300	294	7	257	242	276
	Leim inkl. Zusatzstoffe	t	34	31	3	24	17	18
	Sonstiges Werbematerial	t	81	100	–19	–	–	–
	Sonstiges Material	t	7.0	4.5	2.5	3.9	0.6	4.5
306	Entsorgung							
	Total	t	535	566	–31	403	407	418
	Siedlungsabfälle (Verbrennung)	t	87	86	1	40	66	76
	Werbematerial (Verbrennung)	t	22	50	–28	–	–	–
	Werbematerial (nicht bekannt)	t	91	78	13	–	–	–
	Inerte Abfälle (Deponie CH)	t	5.6	2.3	3.3	–	–	–
	Papier (Recycling)	t	321	333	–11	363	341	342
	Metalle (Recycling)	t	6	14	–9	–	–	–
	Elektronik (Recycling)	t	0.1	0.7	–0.5	–	–	–
	Banner (Recycling)	t	2.1	1.6	0.5	–	–	–

Planet



GRI	EPIs ¹		APG SGA Gruppe			APG SGA AG ² & Allgemeine Plakatgesellschaft AG		
			2024	2023 Basisjahr	Differenz	2022	2021	2020
302	Geschäftsverkehr⁴							
	Total	km	325 050	406 786	–81 736	530 959	350 427	476 449
	PKW	%	21	11	10	10	11	16
	Flugzeug	%	13	7	6	5	–	–
	Bahn	%	66	82	–16	85	89	84
302	Pendlerverkehr⁵							
	Total	Mio. km	1.8	1.9	–0.1	1.5	0.6	0.4
	PKW	%	40	44	–4	37	100	100
	Öffentlicher Verkehr	%	57	54	3	62	–	–
	THG-Emissionen (CO₂eq)⁶							
	Total		8 146	8 178	–31	2 686	2 197	2 287
305-1	Scope 1	t CO ₂ eq	1 092	1 134	–42	1 007	1 013	1 072
305-2	Scope 2 ⁷	t CO ₂ eq	2 747	2 920	–174	19	16	14
305-3	Scope 3	t CO ₂ eq	4 307	4 123	185	1 660	1 168	1 201
305-4	Intensität Scope 1+2	kg CO ₂ eq/kCHF Nettoerlös	11.6	12.5	–0.9	3.4	4.1	4.3
	Umweltbelastung⁸							
	Kernbilanz	Mio. UBP	10 563	10 696	–133	2 347	2 724	2 800
	Gesamtbilanz	Mio. UBP	17 346	17 097	249	5 130	5 132	5 373
	Bezugsgrößen							
	Nettoerlös	Mio. CHF	332	326	7	297	252	251

¹ Erfasste Firmen: bis 2022 APG|SGA AG & Allgemeine Plakatgesellschaft AG, ab 2023 gesamte APG|SGA Gruppe

² Beinhaltet alle direkten Mitarbeitenden der Holding und deren operatives Tagesgeschäft

³ Seit 2019 Fernwärme an den Standorten Basel und Lausanne, ab 2024 Standort Vernier

⁴ Mit externen Fahrzeugen (Kilometer eigene Fahrzeuge nicht enthalten)

⁵ Seit 2022 neue Pendlerverkehrserfassung inkl. ÖV

⁶ Berechnung THG-Emissionen: 2020 v3.7.1, 2021 v3.8, 2022 v3.9.1, 2023 v3.10, 2024 v3.11. Methoden: 2020–2021 IPCC2013, ab 2022 IPCC2021

⁷ Marktbezogen (standortbezogen 2024: 2 257 t CO₂eq)

⁸ Berechnung Umweltbelastung: 2020–2021 v3.8, 2022 v3.9.1, 2023 v3.10, 2024 v3.11 ;
Methode UBP2021. Mio. UBP = 1 000 000 Umweltbelastungspunkte (UBP)

Planet



Aufschlüsselung der Scope-3-Kategorien

Scope-3-Kategorie	2024 t CO ₂ eq	2023 t CO ₂ eq	Kommentare
1 Erworbene Waren und Dienstleistungen	1 122	1 216	Hauptemissionsquelle: Werbematerial (z.B. Nassplakate)
2 Investitionsgüter	1 206	951	Emissionsquellen: eigene Fahrzeuge und Werbeinfrastruktur (z.B. ePanels)
3 Tätigkeiten im Zusammenhang mit Brennstoffen und Energie (nicht in Scope 1 oder Scope 2 enthalten)	1 166	1 108	Kraftstoffe für die eigenen Fahrzeuge sind der wichtigste Treiber, gefolgt von Heizung und Strom.
4 Vorgelagerter Transport und Vertrieb	49	58	Hauptemissionsquelle: Lastwagentransporte
5 Abfallaufkommen in Betrieben	198	228	Hauptemissionsquelle: Entsorgung von Werbematerial
6 Geschäftsreisen	29	21	Hauptemissionsquelle: Auto
7 Pendelnde Mitarbeiter	267	307	Hauptemissionsquelle: Pendeln mit dem Auto
8 Vorgelagerte geleaste Wirtschaftsgüter	–	–	Alle relevanten Energieströme (insbesondere von gemieteten Gebäuden oder Werbeflächen) sind in Scope 1 und 2 enthalten.
9 Nachgelagerter Transport	–	–	Der Plakataushang erfolgt mit eigenen Fahrzeugen; daher sind die entsprechenden Emissionen in Scope 1 enthalten.
10 Verarbeitung verkaufter Produkte	–	–	APG SGA ist ein Dienstleistungsunternehmen und verkauft keine Produkte.
11 Verwendung verkaufter Produkte	–	–	APG SGA ist ein Dienstleistungsunternehmen und verkauft keine Produkte. Der Stromverbrauch von Werbeträgern wie Bildschirmen für digitale Werbung ist in Scope 2 enthalten.
12 Behandlung von Produkten am Ende der Lebensdauer	–	–	Nicht anwendbar; APG SGA ist ein Dienstleistungsunternehmen und verkauft keine Produkte.
13 Nachgelagerte geleaste Wirtschaftsgüter	215	176	Heizenergie der vermieteten Flächen
14 Franchises	–	–	Nicht zutreffend; keine Franchises
15 Investitionen	–	–	Nicht zutreffend; APG SGA ist keine Investmentgesellschaft und bietet keine Finanzdienstleistungen an.
Sonstiges (vorgelagert)	54	59	Strasseninfrastruktur berücksichtigt; keine separate Datenerhebung (in den verwendeten ecoinvent-Ökobilanzdaten enthalten)

Zu den primären Dienstleistungen der APG|SGA gehören die Beschaffung, Installation und Wartung von analogen und digitalen Werbeflächen im öffentlichen Raum und, damit verbunden, die Vermarktung und Vermietung dieser Werbeflächen. Alle Prozesse ihrer Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette sind im THG-Inventar integriert. Für die Berechnung wurde die Datenbank ecoinvent verwendet (2023: v3.10 und 2024: v3.11).

Intep
Integrale Planung GmbH
Pfungstweidstrasse 16
8005 Zürich

T +41 (0) 44 578 11 12
www.intep.com



An die Geschäftsleitung
APG|SGA
Giesshübelstrasse 4
8045 Zürich

Zürich, 28. April 2025

APG|SGA - Treibhausgasbilanzierung Geschäftsjahr 2024
→ **Bericht des unabhängigen Prüfers zur Treibhausgasbilanz**

Unser Auftrag und Umfang des Prüfgegenstands

Wir wurden beauftragt, eine prüferische Durchsicht für den Berichtszeitraum vom 1. Januar 2024 bis 31. Dezember 2024 zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit für den folgenden Prüfungsgegenstand durchzuführen:

- Die Treibhausgasbilanz von APG|SGA des Geschäftsjahrs 2024 nach Scope 1 (direkte Treibhausgasemissionen), Scope 2 (indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen) und Scope 3 (weitere relevante indirekte Treibhausgasemissionen).
- Den Workflow zur Datenerhebung, Kalkulationen und Aggregation sowie den Ablauf des Verifikationsprozesses und die Dokumentation im Rahmen der Treibhausgasbilanz.

Kriterien

Die Treibhausgasbilanzierung wurde auf Grundlage der folgenden Kriterien erstellt:

- ISO 14064-1:2006 und WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocol, Revised Edition 2004.

Verantwortung von APG|SGA

Die Geschäftsleitung von APG|SGA ist für die Erstellung der Treibhausgasbilanzierung in Übereinstimmung mit den Kriterien verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung angemessener interner Kontrollen mit Bezug auf die Erstellung der Treibhausgasbilanzierungen inklusive Berechnung der Treibhausgasemissionen, die frei von wesentlichen falschen Darstellungen als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist die Konzernleitung für die Auswahl und die Anwendung der Kriterien und das Führen angemessener Aufzeichnungen verantwortlich.

Verantwortung des Prüfers

Unsere Verantwortung ist es, auf Grundlage unserer Prüfung zur Erlangung von begrenzter Sicherheit ein Urteil über die Treibhausgasbilanzierung abzugeben. Wir haben unsere Überprüfung in Übereinstimmung mit der Anleitung und Verifizierung von Erklärungen über Treibhausgase (ISO 14064-3:2019) vorgenommen, um festzustellen, ob der Prüfungsgegenstand in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den oben aufgeführten Kriterien erstellt worden ist.



Unter Berücksichtigung von Risiko- und Wesentlichkeitsüberlegungen haben wir Prüfungshandlungen durchgeführt, um ausreichende und geeignete Prüfungsnachweise zu erlangen. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des unabhängigen Prüfers. Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, so dass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird.

Im Wesentlichen haben wir folgende Arbeiten durchgeführt:

- Beurteilung der Unternehmensvorgaben zur Treibhausgasbilanzierung und deren praktische Umsetzung.
- Befragung der Leitung Nachhaltigkeit als zuständige Stelle für die Treibhausgasbilanzierung.
- Einsichtnahme in den organisatorischen Aufbau, den Wissens- und Schulungsstand der involvierten Mitarbeitenden, die Methoden der Datengewinnung und –aufbereitung sowie die internen Kontrollen, welche für die prüferische Durchsicht relevant sind.
- Analytische Überlegungen, Befragungen und Einsichtnahme in die Dokumentation der Systeme und Prozesse zur Erhebung, Kalkulation, Erfassung, Analyse und Aggregation der Daten inklusive Dokumenteneinsicht und deren stichprobenartige Überprüfung.
- Beurteilung und Überprüfung der Methodik zur Berechnung der Treibhausgasbilanz des Unternehmens.
- Beurteilung der Unternehmensvorgaben zur Treibhausgasbilanzierung und deren praktische Umsetzung.
- Vertiefte Überprüfung der im Vorjahresaudit festgestellten Nebenabweichungen und Bewertung der umgesetzten Massnahmen zur Behebung dieser Abweichungen.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Schlussfolgerung zu dienen.

Schlussfolgerung

Bei unserer Prüfung sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Treibhausgasbilanz für das Geschäftsjahr 2024 nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den Kriterien erstellt worden ist.

Intep – Integrale Planung GmbH

Beat Stemmler
Geschäftsführer

Jessica Gambaro
Senior Consultant



Wirtschaftsleistung

Die optimale Ertragserwirtschaftung und langfristige Beziehungen zu Partnern und Kunden bilden das Fundament für den nachhaltigen Fortbestand und die Konkurrenzfähigkeit des Unternehmens.

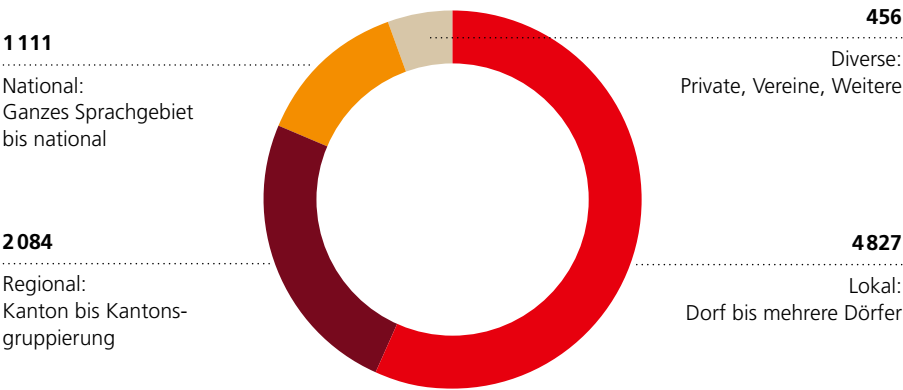
Erfolgreiche Partner- und Kundenbeziehungen

2025 feiert die APG|SGA ihr 125-jähriges Jubiläum und ist stolz auf ein langfristiges Bestehen und auf ein Geschäftsmodell, das dank 6 980 Verträgen und Partnerschaften Einnahmen für Private, Unternehmen und die öffentliche Hand generiert. Demgegenüber stehen in der Schweiz 9 606 Werbekund:innen von lokaler bis nationaler Ebene, die 2024 Aufmerksamkeit für ihr Unternehmen, ihre Organisation, ihre Dienstleistungen oder Produkte generieren konnten. Zu diesem Zweck hat die APG|SGA im Berichtsjahr 32 399 Kampagnen erfolgreich abgewickelt.

Im Berichtsjahr wurden beispielsweise die höchstgelegenen Mountain ePanels Europas auf dem Jungfrauoch – Top of Europe auf 3 454 Metern über Meer montiert. Zudem wurden an den Bahnhöfen der SBB 161 neue ePanel-Installationen umgesetzt, was einer Steigerung von über 50 % gegenüber dem Inventar Ende Vorjahr entspricht.

Mit der Übernahme von 25 % der Aktien durch die Aktiengesellschaft für die Neue Zürcher Zeitung (NZZ) positionierte sich ein weiteres Schweizer Traditionsunternehmen als strategische Aktionärin der APG|SGA.

Anzahl Kunden pro Kategorie in der Schweiz
in 2024



Prosperity

**Kennzahlen**

Im Nachhaltigkeitsbericht werden keine finanziellen Kennzahlen offengelegt, die nicht bereits im Geschäftsbericht oder im Finanzbericht publiziert worden sind, ausserdem wird keine Aufteilung nach Ländern gemacht. Trotzdem gilt es, den wirtschaftlichen Mehrwert, den die APG|SGA für diverse Stakeholder generiert, zu betonen. Zu den wichtigsten Leistungen gehören Löhne an die Belegschaft, Einkaufstätigkeiten von Materialien und Dienstleistungen, Abgaben an die öffentliche Hand in Form von Konzessionszahlungen und Steuern, Erbringungen von Gratisleistungen für gemeinnützige Organisationen, Sport und Kultur in Form von Rabatten und Mehraushang sowie Zahlungen an Kapitalgeber.

Kontinuierliche Verbesserung

Prozessüberarbeitungen zur Effizienzsteigerung von Arbeitsweise und Materialfluss werden kontinuierlich umgesetzt. Zu den grösseren Umsetzungen im Jahr 2024 gehören diverse Digitalisierungsprozesse, die Zertifizierung mit dem Label EcoEntreprise Nachhaltige Entwicklung – Soziale Verantwortung, die Einführung des CSR-Boards sowie die Entwicklung von verschiedenen Schnittstellenlösungen mit wichtigen Dienstleistern und Lieferanten.

Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert in CHF 1000

Position in CHF 1000	2024	2023	Differenz
Erlöse	326 945	325 632	1 313
Betriebskosten	k.A.	k.A.	
Löhne und Leistungen für Angestellte			
– Bruttolohnsumme	47 700	47 147	553
– Arbeitgeberbeiträge an Pensionskasse	5 723	5 576	147
– Sozialversicherungsbeiträge an AHV, Krankentaggeld, Unfallversicherung	4 554	4 277	277
– Übrige Personalkosten	487	941	–454
Zahlungen an Kapitalgeber	35 966	32 948	3 018
Ertragssteuern	6 776	5 073	1 703
Konzessionen und Kommissionen	195 358	196 826	–1 468
Investitionen auf kommunaler Ebene	k.A.	k.A.	
Free Cash flow	37 345	31 325	6 020



Korruptionsprävention

Für die APG|SGA ist es ein wichtiges Ziel, dass sich ausnahmslos alle Mitarbeitende an sämtliche für sie geltenden Rechtsvorschriften und die unternehmensinternen Richtlinien halten. Dazu gehören auch die Antibestechungs- und -korruptionsrichtlinien.

Managementansatz

Im Einsatz gegen Bestechung und Korruption ist das Compliance-Komitee das zentrale Gremium. Es ist für alle relevanten Prozesse verantwortlich. Es überprüft die Einhaltung der Richtlinien, aktualisiert diese und steht für Fragen und Beratungen zur Verfügung. Es autorisiert alle Einladungen der APG|SGA an Kund:innen, Partner:innen und sonstige externe Stakeholder, die den in den Richtlinien definierten Geldwert überschreiten. Zudem organisiert das Compliance-Komitee Schulungen und kooperiert direkt mit der externen Whistleblowing-Meldestelle im Falle von Meldungen und Untersuchungen.

Die Antibestechungs- und -korruptionsrichtlinien enthalten sämtliche relevanten Informationen und Regeln und gelten für die gesamte Belegschaft. Sie werden periodisch aktualisiert und überarbeitet.

Korruptionsrisiken

Korruptionsrisiken bestehen vermehrt im Verwaltungsbereich und kaum bei den Afficheur:innen oder Personen mit baulichen Tätigkeiten. Eine erhöhte Gefährdung besteht insbesondere im Partnermanagement, bei Personen, die direkt mit Konzessionsverantwortlichen der öffentlichen Hand zusammenarbeiten, oder im Verkauf, bei Personen mit direktem Kundenkontakt.

Schulung und externe Meldestelle

Sämtliche neuen Mitarbeitenden der APG|SGA in der Schweiz, die in Verwaltungsfunktionen tätig sind, müssen innerhalb der ersten drei Arbeitsmonate eine obligatorische Compliance-Schulung erfolgreich abschliessen. Die Afficheur:innen, rund ein Drittel der Belegschaft, sind von dieser Pflicht ausgenommen. Alle zwei Jahre wird die E-Learning-basierte Schulung überarbeitet und sämtliche betroffenen Mitarbeitenden sind verpflichtet, die Schulung erneut erfolgreich zu absolvieren.

Seit 2022 existiert eine externe Meldestelle, die insbesondere Compliance-Verstösse entgegennimmt, aber auch für sämtliche anderen Arten von Meldungen zur Verfügung steht. Die Meldestelle nimmt Hinweise per Telefon oder E-Mail und auf Wunsch anonym entgegen. Sie ist befugt, Untersuchungen anzustossen und durchzuführen. Alle Mitarbeitenden der APG|SGA sind zur uneingeschränkten Kooperation verpflichtet. Die Existenz und Funktionsweise der Meldestelle wird regelmässig und mehrere Male pro Jahr über interne Kanäle an die Mitarbeitenden kommuniziert.

Fälle

Seit Inbetriebnahme der Meldestelle sind keine Meldungen eingegangen. Es gibt keine laufenden internen oder öffentlichen Verfahren oder bestätigte Korruptionsfälle.

Prosperity



Gesetzeskonformes Handeln

Um das Vertrauen in die Integrität des Unternehmens zu schützen, verpflichtet sich die APG|SGA zu gesetzestreuem Verhalten und zur Einhaltung der selbst aufgestellten Richtlinien und unternehmensethischen Verhaltensregeln.

Laufende Verfahren

Die APG|SGA hält sich konsequent an die national geltenden Gesetze, an jene der Kantone und Gemeinden, das Wettbewerbsrecht, die Personalgesetze sowie die für Ausschreibungen und Submissionen geltenden Regelungen. Mit den Mitbewerbern steht die APG|SGA in fairem Wettbewerb um Marktanteile und die landesüblichen Kartellgesetze und das Wettbewerbsrecht werden eingehalten. Die APG|SGA ist Mitglied von verschiedenen Branchenverbänden, aber es werden keine Absprachen bezüglich Preisen, Gebieten oder Produkten getroffen.

2021 hat die APG|SGA in Serbien ein Verfahren gegen die lokalen Behörden von Belgrad angestrengt, bei dem es um eine allfällige Missachtung eines Exklusivvertrags geht. Das Verfahren war zum Zeitpunkt der Berichtsverfassung hängig.

Die APG|SGA war während des Berichtszeitraums und aktuell in keine anderen Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Verstössen gegen das Kartell- und Monopolrecht involviert. Ausserdem hat die APG|SGA keinerlei andere wesentliche Verstösse gegen Gesetze und Verordnungen begangen.

GRI-Inhaltsindex

Die APG|SGA hat die in diesem GRI-Index genannten Informationen für den Zeitraum 1. Januar 2024 bis 31. Dezember 2024 unter Bezugnahme auf die GRI-Standards berichtet.
Verwendeter GRI: GRI 1: Grundlagen 2021

Allgemeine Angaben

GRI-Standard	Angaben	Orte ¹
Die Organisation und ihre Berichterstattungspraktiken GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-1 Organisationsprofil	GB, S. 20–23
	2-2 Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	FR, S. 27 NR, S. 7
	2-3 Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	NR, S. 7, S. 46
	2-4 Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	NR, S. 7
	2-5 Externe Prüfung	NR, S. 7, 36–37
Tätigkeiten und Mitarbeiter:innen GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-6 Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	GB, S. 4–19 NR, S. 5–7
	2-7 Angestellte	GB, S. 42 / NR, S. 14–15
	2-8 Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind	NR, S. 15
Unternehmensführung GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-9 Führungsstruktur und Zusammensetzung	GB, S. 22–28
	2-10 Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans	GB, S. 24
	2-11 Vorsitzende:r des höchsten Kontrollorgans	GB, S. 22
	2-12 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen	GB, S. 23–25 NR, S. 6–8, S. 26
	2-13 Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	GB, S. 24–25 NR, S. 6–8, S. 26
	2-14 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	NR, S. 7–8
	2-15 Interessenkonflikte	FR, S. 39 / GB, S. 21–23 / OR, S. 12
	2-16 Übermittlung kritischer Anliegen	GB, S. 25 / OR, S. 11
	2-19 Vergütungspolitik	GB, S. 31–32
	2-20 Verfahren zur Festlegung der Vergütung	GB, S. 24, 30–31
	2-22 Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	NR, S. 4
Strategie, Richtlinien und Praktiken GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-23 Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	GB, S. 29 NR, S. 5, 7–8, 20
	2-25 Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	GB, S. 29
	2-26 Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	GB, S. 29 NR, S. 9, 22, 40
	2-27 Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	NR, S. 41
	2-28 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	NR, S. 7
	2-29 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	NR, S. 9
Einbindung von Stakeholdern GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-30 Tarifverträge	NR, S. 15

¹ Orte: GB = Geschäftsbericht, FR = Financial Report, NR = Nachhaltigkeits-Reporting, OR = Organisationsreglement

Wesentliche Themen

GRI-Standard	Angaben	Orte ¹
Wesentliche Themen	3-1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-2	Liste der wesentlichen Themen
Wirtschaftliche Leistung	3-3	Management von wesentlichen Themen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		Erfolgreiche Partner- und Kundenbeziehungen
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016	201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert
Korruptionsprävention	3-3	Management von wesentlichen Themen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden
GRI 205: Antikorruption 2016	205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung
	205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Massnahmen
Gesetzeskonformes Handeln	3-3	Management von wesentlichen Themen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016	206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung
Klima und Energie	3-3	Management von wesentlichen Themen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
GRI 302: Energie 2016	302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation
Kreislaufwirtschaft – Ressourcen und Abfall	3-3	Management von wesentlichen Themen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	303-3	Wasserentnahme
GRI 303: Wasser und Abwasser 2018	303-4	Wasserrückführung
	303-5	Wasserverbrauch
GRI 305: Emissionen 2016	305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)
	305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)
	305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)
	305-4	Intensität der Treibhausgasemissionen
	305-5	Senkung der Treibhausgasemissionen
GRI 306: Abfall 2020	306-3	Angefallener Abfall
	306-4	Von Entsorgung umgeleiteter Abfall
	306-5	Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall
		Nachhaltige Beschaffung – ökologische Aspekte
Attraktive Anstellungs- und Arbeitsbedingungen	3-3	Management von wesentlichen Themen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		APG SGA Beschäftigte
		Altersstruktur
		Leistungen und Fringe Benefits
		Mitarbeitendenzufriedenheit
Arbeitssicherheit und Gesundheit	3-3	Management von wesentlichen Themen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	403-1	Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
GRI 403: Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz 2018	403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen
	403-5	Mitarbeiterschulungen zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
	403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter

¹ Orte: GB = Geschäftsbericht, FR = Financial Report, NR = Nachhaltigkeits-Reporting, OR = Organisationsreglement

Wesentliche Themen

GRI-Standard	Angaben	Orte ¹
	403-7 Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	NR, S. 18
	403-8 Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz abgedeckt sind	NR, S. 18
	403-9 Arbeitsbedingte Verletzungen	NR, S. 19
	403-10 Arbeitsbedingte Erkrankungen	NR, S. 19
Geschlechtergleichheit GRI 3: Wesentliche Themen 2021 GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016	3-3 Management von wesentlichen Themen	NR, S. 16
	405-1 Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	GB, S. 23 / NR, S. 16
Nachhaltige Beschaffung – soziale Aspekte GRI 3: Wesentliche Themen 2021 GRI 408: Kinderarbeit 2016	3-3 Management von wesentlichen Themen	NR, S. 20
	Evaluation der Lieferant:innen	NR, S. 20
	408-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	NR, S. 20–21
Sozialer Beitrag der Aussenwerbung GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	NR, S. 22–23
	Rechtliche und ethische Überprüfung	NR, S. 22
	Schweizerische Lauterkeitskommission	NR, S. 22
	Beitrag zur politischen und demokratischen Information	NR, S. 22
	Plakatsponsoring und Spenden	NR, S. 23
	Zusammenarbeit mit sozialen Einrichtungen	NR, S. 23

¹ Orte: GB = Geschäftsbericht, FR = Financial Report, NR = Nachhaltigkeits-Reporting, OR = Organisationsreglement

Abkürzungsverzeichnis

Abkürzung	Bedeutung
APG SGA	APG SGA AG (beinhaltet alle Unternehmen der Gruppe)
ASA	Beizug von Arbeitsärzten und anderen Spezialisten der Arbeitssicherheit
CH	Schweiz
CO ₂ eq	CO ₂ -Äquivalente
CSR	Corporate Social Responsibility
DOOH	Digital Out of Home
EFTA	European Free Trade Association/Europäische Freihandelsassoziation
EKAS	Eidgenössische Koordinationskommission für Arbeitssicherheit
ESRS	European Sustainability Reporting Standards
EU	Europäische Union
GRI	Global Reporting Initiative
ISO	Internationale Organisation für Normung
KIG	Bundesgesetz über die Ziele im Klimaschutz, die Innovation und die Stärkung der Energiesicherheit
NPOs	Non-Profit-Organisationen
NZZ	Aktiengesellschaft für die Neue Zürcher Zeitung
OOH	Out of Home
OR	Obligationenrecht
PET	Polyethylenterephthalat
PVC	Polyvinylchlorid
RS	Serbien
SBT	Science Based Targets / Wissenschaftsbasierte Klimaziele
SBTi	Science Based Targets initiative
sdbu	Soziale Dienste Bezirk Uster
SDGs	UN Sustainable Development Goals
SECO	Staatssekretariat für Wirtschaft
SLK	Schweizerische Lauterkeitskommission
SPR+	Swiss Poster Research Plus AG
SUVA	Schweizerische Unfallversicherungsanstalt
THG	Treibhausgas
UBP	Umweltbelastungspunkte
UN	United Nations/Vereinte Nationen
UNICEF	United Nations Children's Fund/Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen
VSoTr	Verordnung über Sorgfaltspflichten und Transparenz bezüglich Mineralien und Metallen aus Konfliktgebieten und Kinderarbeit

Bezugstexte und weitere Informationen

Financial Report

Ausführlicher Financial Report:
www.apgsga.ch/finanzbericht

Geschäftsbericht

Vollständiger Geschäftsbericht:
www.apgsga.ch/geschaeftsbericht

Unternehmensleitbild

Vollständiges Unternehmensleitbild mit dem Code of Conduct:
www.apgsga.ch/unternehmensleitbild

Nachhaltigkeits-Reporting

Vollständiger Nachhaltigkeitsbericht und dazugehörigen
unabhängiger Prüfungsbericht der Treibhausgasbilanz
www.apgsga.ch/nachhaltigkeit

Kontakt zum Nachhaltigkeits-Reporting

Andres Trautmann, Leitung Nachhaltigkeit
T +41 58 220 77 54
E-Mail andres.trautmann@apgsga.ch



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 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.

