

Aktionärsbrief



APG|SGA auf einen Blick

145 681

analoge und digitale Werbeflächen

32 760

abgewickelte Kampagnen

9 328

aktive Werbekunden

6 903

Verträge und Partnerschaften

516

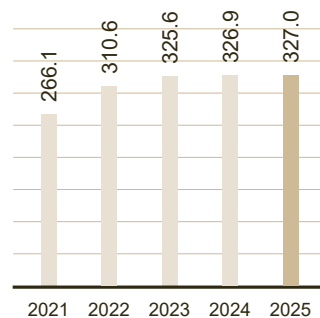
Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen

A

CDP Score «Climate»

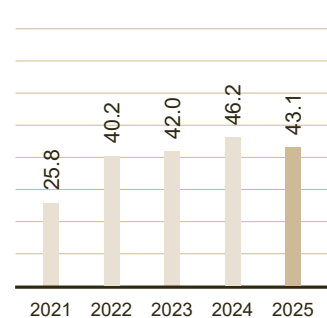
Werbeertrag

Mio. CHF



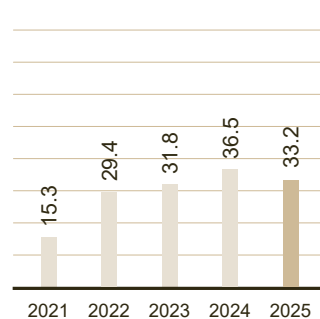
EBITDA

Mio. CHF



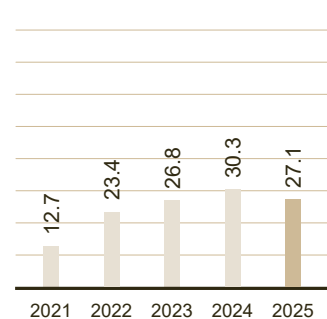
EBIT

Mio. CHF



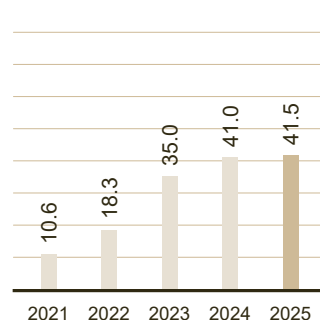
Konzernergebnis

Mio. CHF



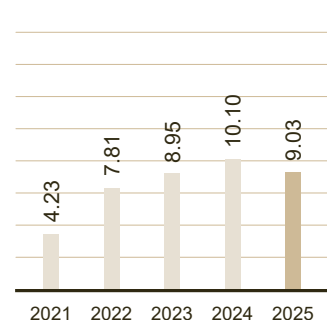
Operativer Cash flow

Mio. CHF



Gewinn pro Aktie

Mio. CHF



Robuste Umsatzsituation in der Schweiz trotz rückläufigem Gesamtwerbemarkt
 Bedeutende Vertragsverlängerungen und Ausschreibungsgewinne
 Operatives Ergebnis auf Stufe Vorjahr (bereinigt um Liegenschaftsverkauf 2024)
 Dividende von CHF 12 pro Aktie für das Geschäftsjahr 2025

In Kürze

- Werbeerträge in der Schweiz: CHF 312.9 Mio. (+0.3 %)
- Werbeerträge in Serbien: CHF 14.2 Mio. (–6.5 %)
- EBITDA-Marge: 13.1 % (Vorjahr: 13.9 %)
- EBIT-Marge: 10.1 % (Vorjahr: 11.0 %)
- Konzernergebnis von CHF 27.1 Mio., Abnahme von 10.6 % (Vorjahr: CHF 30.3 Mio.)
- Free Cash flow von CHF 32.4 Mio., Abnahme von 13.2 % (Vorjahr: CHF 37.3 Mio.)

Kennzahlen

in 1 000 CHF	2025	2024	2024 bereinigt um Sondereffekte ¹	Veränderung	Veränderung bereinigt um Sondereffekte
Werbeertrag	327 032	326 945	326 945	0.0 %	0.0 %
– Schweiz	312 867	311 795	311 795	0.3 %	0.3 %
– International	14 165	15 150	15 150	–6.5 %	–6.5 %
Betriebsertrag	329 179	332 826	329 879	–1.1 %	–0.2 %
EBITDA	43 144	46 175	43 326	–6.6 %	–0.4 %
– in % des Betriebsertrages	13.1 %	13.9 %	13.1 %		
EBIT	33 234	36 530	33 681	–9.0 %	–1.3 %
– in % des Betriebsertrages	10.1 %	11.0 %	10.2 %		
Konzernergebnis	27 075	30 275	27 731	–10.6 %	–2.4 %
– in % des Betriebsertrages	8.2 %	9.1 %	8.4 %		
Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)	41 532	40 986	41 084	1.3 %	1.1 %
Free Cash flow²	32 425	37 345	33 943	–13.2 %	–4.5 %
Investitionen Sachanlagen	8 374	9 264	9 264	–9.6 %	
– Werbeträger	5 412	6 024	6 024	–10.2 %	
– Übrige Anlagen	2 962	3 240	3 240	–8.6 %	
Gewinn pro Aktie, in CHF	9.03	10.10	9.25	–10.6 %	–2.4 %

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

¹ bereinigt um Auswirkungen des Liegenschaftsverkaufs

² Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow) CHFt 41 532 (Vorjahr: CHFt 40 986) abzüglich Geldfluss aus Investitionstätigkeit CHFt 9 107 (Vorjahr: CHFt 3 641), (siehe Seite 10 Konsolidierte Geldflussrechnung)

Sehr geehrte Damen und Herren

APG|SGA Gruppe

Die APG|SGA konnte im Jubiläumsjahr in einem sehr anspruchsvollen geopolitischen und konjunkturellen Umfeld ein ansprechendes operatives Ergebnis erzielen. Bereinigt um den Liegenschaftenverkauf im Jahr 2024, liegt das operative Ergebnis auf Höhe des Vorjahres. Während in der Schweiz die Werbeausgaben in den klassischen Medien insgesamt rückläufig waren, zeigten sich die Werbeumsätze der APG|SGA robust und lagen leicht über dem Vorjahr. In Serbien musste aufgrund der politischen Unruhen ein Umsatzrückgang verzeichnet werden.

Der Gruppenumsatz im Geschäftsjahr 2025 beträgt CHF 327.0 Mio. und liegt auf Vorjahresniveau. Die Immobilienerträge reduzierten sich aufgrund des Liegenschaftsverkaufs im Vorjahr leicht auf CHF 1.7 Mio. Die übrigen Betriebserträge betragen CHF 0.4 Mio. und beinhalten Veräusserungsgewinne nicht mehr benötigter Sachanlagen. Dadurch ergab sich im Geschäftsjahr 2025 ein Betriebsertrag von CHF 329.2 Mio., was einer Abnahme von 1.1 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das Vorjahr beinhaltete die Erträge aus einem Liegenschaftsverkauf von CHF 2.9 Mio.

Die Konzessionen und Kommissionen im Verhältnis zum Werbeertrag nahmen aufgrund des Vertragsmix im Berichtsjahr leicht zu. Der Personalaufwand konnte gegenüber der Vorjahresperiode um 1.4 % reduziert werden. Dies ist vor allem auf einen tieferen Personalbestand und auf tiefere variable Vergütungen zurückzuführen. Der Betriebs- und Verwaltungsaufwand nahm im Berichtsjahr um 2.7 % ab. Tiefere Beratungs-, Marketing- und Energiekosten trugen zu dieser positiven Kostenentwicklung bei.

Im Geschäftsjahr 2025 sank der EBITDA um 6.6 % auf CHF 43.1 Mio. Der EBIT lag im Finanzjahr 2025 9.0 % unter dem Vorjahr und betrug CHF 33.2 Mio. Dies entspricht einer EBIT-Marge für das Geschäftsjahr 2025 von 10.1 % (Vorjahr: 11.0 %). Im Berichtsjahr 2025 wurde ein Konzernergebnis von CHF 27.1 Mio. erzielt (Vorjahr: CHF 30.3 Mio.), was einer Abnahme von 10.6 % entspricht.

Cash flow

Im Geschäftsjahr 2025 wurde ein operativer Cash flow von CHF 41.5 Mio. erwirtschaftet (Vorjahr: CHF 41.0 Mio.). Dies entspricht einer Zunahme von 1.3 %. Nach Abzug des Geldflusses aus Investitionstätigkeit von CHF 9.1 Mio. (Vorjahr: CHF 3.6 Mio.) resultiert ein Free Cash flow von CHF 32.4 Mio. (Vorjahr: CHF 37.3 Mio.).

Bilanz

Die Bilanzsumme nahm im Geschäftsjahr 2025 um CHF 11.8 Mio. auf CHF 181.4 Mio. ab. Tiefere Vorräte und eine Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie ein tieferer Bestand an flüssigen Mitteln und Festgeldanlagen führten zu dieser Reduktion. Die Net Cash Position beläuft sich per Jahresende 2025 auf CHF 53.0 Mio. Das entspricht einer Abnahme gegenüber dem Jahresende 2024 von CHF 3.4 Mio. Das Eigenkapital beläuft sich auf CHF 72.9 Mio., was einem Eigenfinanzierungsgrad von 40.2 % entspricht.

Markt Schweiz

Die Werbeerträge lagen in einem äusserst anspruchsvollen Marktumfeld mit CHF 312.9 Mio. um 0.3 % leicht über dem Vorjahr. Dieses erfreuliche, positive Ergebnis konnte trotz eines verhaltenen ersten Halbjahres sowie des Wegfalls der Umsätze aus einem grösseren Konzessionsvertrag in der Stadt St. Gallen erreicht werden.

Die geopolitischen Unsicherheiten sowie die anhaltend gedämpfte Konjunktur und Konsumentenstimmung schlugen sich auch auf die Werbeumsatzentwicklung bei der APG|SGA, aber vor allem auf den Gesamtwerbemarkt nieder. Dies zeigt ein Blick auf die Statistik von Media Focus für den Werbemarkt in der Schweiz, welcher im Vergleich zum Vorjahr bei den klassischen Medien insgesamt einen Rückgang der Bruttowerbeausgaben um 1.7 % ausweist. Die positive Entwicklung unserer Nettoumsätze im Vergleich zum rückläufigen Gesamtmarkt zeigt die Stärke von (Digital) Out of Home als Medium, aber insbesondere auch des überzeugenden Leistungsportfolios unseres Unternehmens.

Bei den digitalen Werbeträgern entwickeln sich die Umsätze bei der APG|SGA weiterhin positiv. Das robuste Wachstum liegt einerseits daran, dass wir den Werbetreibenden ein wachsendes digitales Portfolio zur Verfügung stellen, und andererseits, dass die Auftraggeber und deren Agenturen die Kurzfristigkeit und Flexibilität sowie die programmatischen Möglichkeiten bei der Buchung und Ausspielung von Digital Out of Home schätzen.

Insgesamt entwickelten sich bei der APG|SGA die Jahresumsätze beim Handel, aus der Finanzwirtschaft, bei den Versicherungen sowie bei den Dienstleistungen positiv. Weniger Umsätze verzeichnete die APG|SGA in den Branchen Verkehr (insbesondere Automobil) sowie Haus und Garten. Einen deutlichen Rückgang gab es bei der zyklischen politischen Werbung, welche Wahlen und Abstimmungen umfasst.

Im Partnermarkt konnte die Attraktivität des Angebotsportfolios im Berichtsjahr weiter ausgebaut werden und verschiedene wichtige Partnerschaften konnten verlängert, erweitert oder hinzugewonnen werden. So konnte mit SBB Immobilien erfreulicherweise eine Vertragsverlängerung bis Ende 2030 vereinbart werden. Der Vertrag umfasst die gesamte analoge und digitale Fremdwerbung in allen Bahnhöfen der Schweiz.

Markt Serbien

Die APG|SGA ist im Ausland in Serbien operativ tätig, wo 4.3 % (Vorjahr: 4.6 %) des Gruppenumsatzes erzielt werden. Die dortige Tochtergesellschaft Alma Quattro verfügt über ein attraktives Angebotsportfolio mit Werbeflächen an sehr attraktiven Standorten in Belgrad sowie weiteren Städten. Nach einem stabilen ersten Halbjahr entwickelten sich die Werbeerträge – aufgrund der angespannten politischen Lage – bis Ende des Jahres rückläufig und liegen 6.5 % hinter dem Vorjahr. In Lokalwährung beträgt das Minus 4.9 %.

Das von uns eingeleitete Schiedsverfahren vor dem Internationalen Zentrum für die Beilegung von Investitionsstreitigkeiten (International Centre for the Settlement of Investment Disputes, ICSID) in Washington, D.C., gegen den serbischen Staat wegen Verletzung des Investitionsschutzabkommens zwischen der Schweiz und Serbien wurde wie geplant fortgesetzt. Mit einer Entscheidung wird 2026 gerechnet.

Organisation und Aktionärsstruktur

Anlässlich der Generalversammlung der APG|SGA AG vom 24. April 2025 wurden alle zur Wiederwahl stehenden Mitglieder des Verwaltungsrates für ein weiteres Jahr bestätigt. Zudem wurde Dr. Felix Graf, CEO der NZZ, neu in den Verwaltungsrat gewählt. Der Verwaltungsrat setzt sich zusammen aus Dr. Daniel Hofer (Präsident), Dr. Felix Graf (Vizepräsident), Xavier Le Clef, David Bourg, Dr. Maya Bundt, Jolanda Grob und Markus Scheidegger. Jolanda Grob (Vorsitzende) und Markus Scheidegger wurden erneut in den Vergütungsausschuss des Verwaltungsrates gewählt.

Die ausserordentliche Generalversammlung der APG|SGA AG vom 23. Januar 2026 hat den Aktionärsantrag der NZZ auf Einführung einer selektiven Opting-up-Bestimmung in die Statuten der Gesellschaft angenommen. Damit wird eine Voraussetzung für die von der NZZ angestrebte Erhöhung ihrer Beteiligung von bisher 25 % auf neu 45 % durch die beiden Aktienkäufe von JCDecaux SE und Pargesa Asset Management S.A. erfüllt.

Unabhängig von diesen angekündeten Transaktionen und dem Ausgang der Abstimmung an der ausserordentlichen Generalversammlung zum Opting-up hat sich der Verwaltungsratspräsident Dr. Daniel Hofer nach 16 Jahren erfolgreicher Tätigkeit für die Gesellschaft, davon 12 Jahre als ihr Verwaltungsratspräsident, entschlossen, sich nicht mehr als Mitglied und Präsident des Verwaltungsrates zur Verfügung zu stellen. Als seinen Nachfolger wird der Verwaltungsrat der kommenden ordentlichen Generalversammlung vom 23. April 2026 Dr. Felix Graf, CEO der NZZ, zur Wahl vorschlagen. Ebenfalls nicht mehr zur Wiederwahl antreten wird Xavier Le Clef, CEO der CNP-Gruppe, zu der die Pargesa Asset Management S.A. gehört. Die bisherige Verwaltungsrätin Dr. Maya Bundt soll vorbehaltlich ihrer Wiederwahl als Verwaltungsrätin zur Vizepräsidentin ernannt werden. Neu zur Wahl in den Verwaltungsrat vorgeschlagen werden soll Corine Blesi, Geschäftsführerin NZZ Connect und Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung der NZZ. Bis auf Weiteres ist beabsichtigt, dass der Verwaltungsrat mit sechs Personen besetzt ist. Nach dem Vollzug der Erhöhung der Beteiligung der NZZ wird ausserdem im Verwaltungsrat die Funktion eines Lead Independent Director geschaffen, die von Dr. Maya Bundt wahrgenommen werden soll.

Beat Holenstein, Leiter Marketing & Partner Market und Mitglied der Unternehmensleitung, hat sich im Rahmen einer längerfristig geplanten Nachfolgelösung entschieden, seine Karriere bei der APG|SGA per 30. September 2026 zu beenden. In diesem Kontext hat per 1. Januar 2026 Nico Benz-Müller zusätzlich zu seiner bisherigen Funktion als CFO die Verantwortung für den Unternehmensbereich «Partner Market» übernommen. Der Nachfolgeprozess für den Bereich «Marketing» ist im Gange.

Nachhaltigkeit

Das inzwischen 22. Nachhaltigkeits-Reporting der APG|SGA wurde im Juni 2025 publiziert. Der Report unterstreicht, dass die APG|SGA bei den ambitionierten Klimazielen auf Kurs ist, und bietet einen Überblick über die Fortschritte des Unternehmens in der Umsetzung von Nachhaltigkeitsmassnahmen und die Ziele der Corporate Social Responsibility-(CSR-)Strategie. Er erläutert, wie das Unternehmen den auch in Zukunft steigenden Anforderungen an nachhaltige Geschäftsaktivitäten und Transparenz gerecht wird, und beschreibt die neuen gruppenweiten Klimaziele mit einem Netto-Null-Fahrplan bis 2045, welche von der Science Based Targets initiative (SBTi) validiert wurden.

Dividende

Trotz der anspruchsvollen Rahmenbedingungen konnte die APG|SGA im Geschäftsjahr 2025 ein solides Geschäftsergebnis verzeichnen. Der Verwaltungsrat ist überzeugt, dass die Perspektiven für die APG|SGA und den Out of Home-Markt weiterhin sehr positiv sind. Gleichzeitig verfügt die Gesellschaft über eine starke Bilanz und ist bestens aufgestellt, um auch in den kommenden Jahren eine überzeugende operative Leistung zu erbringen. Der Verwaltungsrat ist daher der Auffassung, dass die für die Geschäftsjahre 2025/2026 angestrebte Dividendenpolitik mit einer Auszahlung von 100 % des Konzerngewinns, jedoch mindestens CHF 12 pro Aktie, wie vorgesehen, umgesetzt werden soll.

Der Verwaltungsrat wird deshalb der Generalversammlung beantragen, eine Dividende von CHF 12 je Aktie für das Geschäftsjahr 2025 auszuzahlen.

Ausblick

Die APG|SGA feierte 2025 ein bemerkenswertes Jubiläum. Mit verschiedenen Massnahmen wurden 125 Jahre prägende Geschichte und kontinuierliche Innovation im Bereich der analogen und digitalen Aussenwerbung sichtbar gemacht. Gleichzeitig wurde weiter intensiv und erfolgreich daran gearbeitet, unser Angebotsportfolio weiterzuentwickeln, um damit unsere Leaderstellung im Aussenwerbemarkt langfristig zu untermauern.

Die APG|SGA ist und bleibt für Städte, Gemeinden, Verkehrsbetriebe sowie private Grundeigentümer eine zuverlässige Vertragspartnerin mit qualitativ hochwertigen Werbeflächen sowie damit verbundenen nachhaltigen und wertschöpfenden Dienstleistungen.

Die unvorhersehbare geo- und wirtschaftspolitische Lage führt im Werbemarkt weiterhin zu einem kurzfristigen Planungs- und Buchungsverhalten. Unser wachsendes digitales Angebot, smarte Tools und agile interne Prozesse ermöglichen es uns aber, den Bedürfnissen unserer Kunden nach Flexibilität noch besser zu entsprechen. Trotz unsicherer Rahmenbedingungen setzen die Werbetreibenden auf Out of Home-Medien, denn diese bieten ein unverzichtbares Instrument im Media-Mix, wenn es darum geht, rasch hohe Reichweite und Sichtbarkeit zu erzielen und damit erfolgreiche und vertrauenswürdige Branding- oder Verkaufsförderungskampagnen zu realisieren.

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

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

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



Dr. Daniel Hofer
Präsident des Verwaltungsrates



Markus Ehrle
Chief Executive Officer

Konsolidierte Bilanz

Aktiven

in 1000 CHF	31.12.2025	31.12.2024
Immobilien	24 189	24 523
Werbeträger	17 820	18 019
Übrige Sachanlagen	4 723	4 304
Sachanlagen	46 732	46 846
Aktive latente Steuern	1 565	1 710
Übrige Finanzanlagen	5 278	5 237
Finanzanlagen	6 843	6 947
Goodwill	8 396	9 053
Vertragliche Werberechte	9 209	10 041
Immaterielle Anlagen	17 605	19 094
Anlagevermögen	71 180	72 887
Vorräte	3 520	4 495
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	40 769	42 613
Übrige Forderungen	3 125	8 961
Rechnungsabgrenzung Aktiven	9 768	7 841
Flüssige Mittel und Festgeldanlagen	53 015	56 411
Umlaufvermögen	110 197	120 321
Total	181 377	193 208

Passiven

in 1000 CHF	31.12.2025	31.12.2024
Aktienkapital	7 800	7 800
Kapitalreserven	13 190	13 102
Eigene Aktien	-478	-560
Umrechnungsdifferenzen	-5 363	-5 116
Gewinnvortrag	57 704	66 594
Eigenkapital	72 853	81 820
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten		54
Rückstellungen	3 174	3 656
Passive latente Steuern	2 473	2 734
Langfristiges Fremdkapital	5 647	6 444
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	20 833	23 268
Geschuldete Steuern	4 335	4 788
Übrige Verbindlichkeiten	32 067	30 398
Rechnungsabgrenzung Passiven	45 459	46 317
Rückstellungen	183	173
Kurzfristiges Fremdkapital	102 877	104 944
Fremdkapital	108 524	111 388
Total	181 377	193 208

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1 000 CHF	2025	2024	Veränderung
Werbeertrag	327 032	326 945	0.0 %
Immobilienenertrag	1 737	1 834	-5.3 %
Übriger Betriebsertrag	410	4 047	
Betriebsertrag	329 179	332 826	-1.1 %
Konzessionen und Kommissionen	-196 429	-195 358	0.5 %
Personalaufwand	-57 667	-58 464	-1.4 %
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	-31 939	-32 829	-2.7 %
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	43 144	46 175	-6.6 %
Abschreibungen Sachanlagen	-8 209	-7 921	3.6 %
Abschreibungen immaterielle Anlagen	-1 044	-1 067	-2.1 %
Abschreibungen Goodwill	-657	-657	0.0 %
Betriebsergebnis (EBIT)	33 234	36 530	-9.0 %
Finanzergebnis	38	521	
Ordentliches Ergebnis vor Ertragssteuern	33 272	37 051	-10.2 %
Ertragssteuern	-6 197	-6 776	-8.5 %
Konzernergebnis	27 075	30 275	-10.6 %
Basis- und verwässerter Gewinn pro Aktie, in CHF	9.03	10.10	-10.6 %

Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in 1 000 CHF	Aktienkapital	Kapital- reserven	Eigene Aktien	Umrechnungs- differenzen	Gewinnvortrag	Eigenkapital
per 01.01.2024	7 800	13 028	-864	-5 374	69 268	83 858
Konzernergebnis					30 275	30 275
Umrechnungsdifferenzen				258		258
Ausschüttung					-32 949	-32 949
Kauf eigene Aktien			-159			-159
Verkauf eigene Aktien		81	463			544
Eigenkapital Transaktionskosten		-7				-7
per 31.12.2024	7 800	13 102	-560	-5 116	66 594	81 820
Konzernergebnis					27 075	27 075
Umrechnungsdifferenzen				-247		-247
Ausschüttung					-35 965	-35 965
Kauf eigene Aktien			-390			-390
Verkauf eigene Aktien		97	472			569
Eigenkapital Transaktionskosten		-9				-9
per 31.12.2025	7 800	13 190	-478	-5 363	57 704	72 853

Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1 000 CHF	2025	2024
Konzernergebnis	27 075	30 275
Abschreibungen	9 910	9 645
Veränderung der Rückstellungen	-472	-790
Veränderung der latenten Steuern	-108	174
Nicht liquiditätswirksames Finanzergebnis	-20	-97
Gewinne aus Veräusserung von Anlagevermögen sowie aktivierte Eigenleistungen	-400	-3 484
Veränderung der Vorräte	969	627
Veränderung Forderungen	7 352	-1 808
Veränderung aktive Rechnungsabgrenzung	-1 985	2 721
Veränderung Verbindlichkeiten	-227	4 999
Veränderung passive Rechnungsabgrenzung	-562	-1 276
Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)	41 532	40 986
Erwerb von Sachanlagen	-9 074	-7 515
Erwerb von immateriellen Anlagen	-385	-171
Veräusserungserlös Sachanlagen	344	3 946
Veräusserungserlös übrige Finanzanlagen	8	99
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-9 107	-3 641
Kauf eigene Aktien	-399	-158
Verkauf eigene Aktien	569	537
Dividenden an Aktionäre APG SGA AG	-35 965	-32 949
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-35 795	-32 570
Fremdwährungseinflüsse auf flüssigen Mitteln	-26	33
Veränderung der flüssigen Mittel	-3 396	4 808
Bestand flüssige Mittel per 01. Januar	56 411	51 603
Bestand flüssige Mittel per 31. Dezember	53 015	56 411

Begriffserklärungen Finanzen

EBIT

Earnings before interest and taxes: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

EBITDA

Earnings before interest, taxes, depreciation of property, plant, and equipment, and amortization of intangible assets: Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und Amortisationen auf immaterielle Vermögenswerte

Eigenfinanzierungsgrad

Eigenkapital in % der Bilanzsumme

Free Cash flow

Geldfluss aus Betriebstätigkeit abzüglich Geldfluss aus Investitionstätigkeit

Termine und Publikationen

Generalversammlung

Donnerstag, 23. April 2026, Genf

Bekanntgabe des Halbjahresabschlusses 2026

Freitag, 24. Juli 2026

Publikationen: Geschäftsbericht und Financial Report

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

Auskünfte

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

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



www.apgsga.ch
APG|SGA AG
Carrefour de Rive 1
CH-1207 Genève
investors@apgsga.ch

Die **APG|SGA AG** ist das führende Out of Home Medienunternehmen der Schweiz. An der SIX Swiss Exchange kotiert, deckt die APG|SGA alle Bereiche der Aussenwerbung ab: auf Strassen und Plätzen, in Bahnhöfen, Flughäfen, Shopping-centern, in den Bergen sowie in und an Verkehrsmitteln – von reichweitenstarken Plakatkampagnen über Grossformate bis hin zu modernsten digitalen Werbeflächen sowie Sonderwerbeformen und Mobile-Werbung. In Kontakt mit Kunden, den Behörden und der Werbewirtschaft steht APG|SGA für Nachhaltigkeit und Innovation und will mit den besten Kommunikationslösungen im öffentlichen Raum die Menschen begeistern.