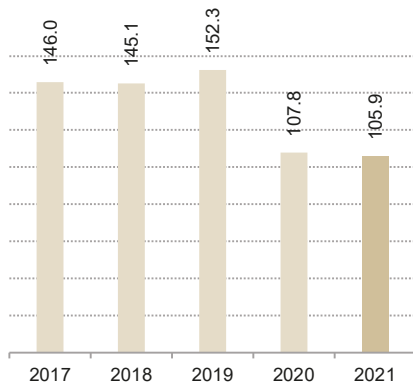


## Aktionärsbrief

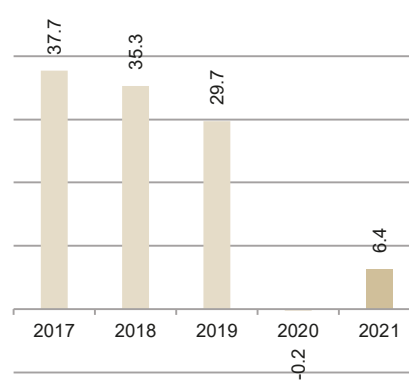


## Auf einen Blick – 1. Halbjahr

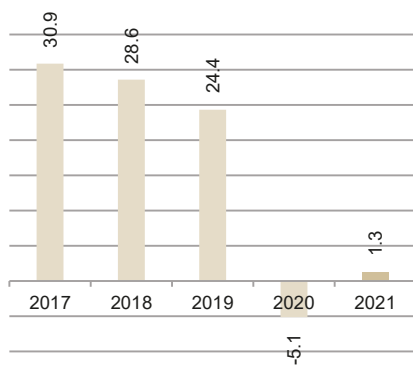
**Werbeertrag**  
(Mio. CHF)



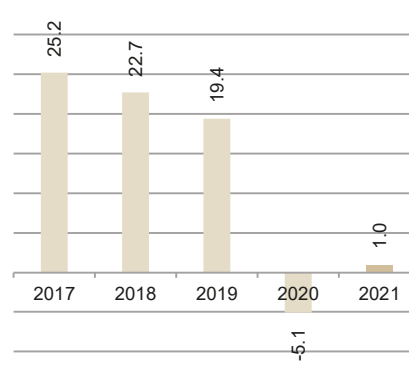
**EBITDA**  
(Mio. CHF)



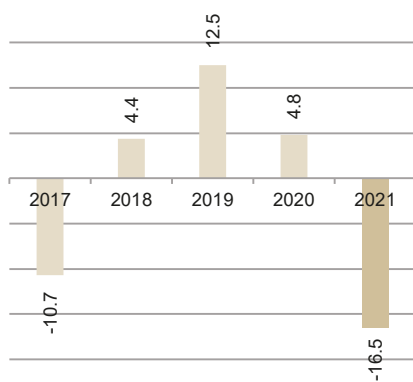
**EBIT**  
(Mio. CHF)



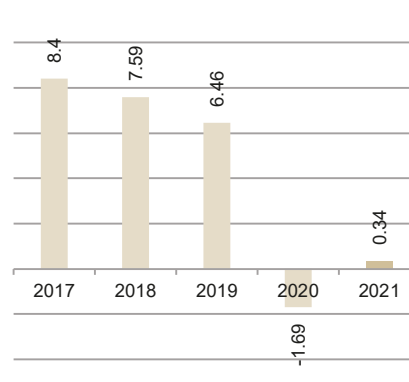
**Konzernergebnis**  
(Mio. CHF)



**Operativer Cash Flow**  
(Mio. CHF)



**Gewinn pro Aktie**  
(CHF)



Geschäftsentwicklung massgeblich durch Covid-19-Pandemie beeinträchtigt.  
 Umfassende Massnahmen zur Kostensenkung umgesetzt.  
 Wachstumsprojekte in den Bereichen Digitalisierung, Data, Innovation auf Kurs.  
 Solide finanzielle Situation.

#### In Kürze

- Werbeerträge: CHF 105.9 Mio. –1.7% (Schweiz –4.6%, International +66.7%)
- EBITDA: CHF 6.4 Mio.
- EBIT: CHF 1.3 Mio.
- Konzernergebnis: CHF 1.0 Mio.
- Free Cash flow: CHF –14.1 Mio.

#### Kennzahlen

in 1 000 CHF	1. Semester 2021	1. Semester 2020	Veränderung
<b>Werbeertrag</b>	<b>105 931</b>	107 810	–1.7%
– Schweiz	<b>98 719</b>	103 484	–4.6%
– International	<b>7 212</b>	4 326	66.7%
<b>Betriebsertrag</b>	<b>107 110</b>	110 297	–2.9%
<b>EBITDA</b>	<b>6 376</b>	–206	
– in % des Betriebsertrages	<b>6.0%</b>	–0.2%	
<b>EBIT</b>	<b>1 325</b>	–5 092	
– in % des Betriebsertrages	<b>1.2%</b>	–4.6%	
<b>Konzernergebnis</b>	<b>1 032</b>	–5 066	
– in % des Betriebsertrages	<b>1.0%</b>	–4.6%	
<b>Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)</b>	<b>–16 521</b>	4 786	
<b>Free Cash flow<sup>1</sup></b>	<b>–14 069</b>	2 968	
<b>Investitionen Sachanlagen</b>	<b>3 330</b>	3 018	10.3%
– Werbeträger	<b>1 543</b>	2 718	
– Übrige Anlagen	<b>1 787</b>	300	
<b>Gewinn/Verlust pro Aktie, in CHF</b>	<b>0.34</b>	–1.69	

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

EBIT: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

<sup>1</sup> Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow) CHFt –16 521 (Vorjahr: CHFt 4 786) zuzüglich Geldfluss aus Investitionstätigkeit CHFt 2 452 (Vorjahr: CHFt –1 818), (siehe Seite 9 Konsolidierte Geldflussrechnung)

Sehr geehrte Damen und Herren

### Allgemeine Geschäftsentwicklung

Die im ersten Halbjahr 2021 im Rahmen der Covid-19-Pandemie von den Behörden weitergeführten Einschränkungen hatten auch in dieser Berichtsperiode einen massgeblichen Einfluss auf die Umsatz- und Ertragsentwicklung der APG|SGA.

Die Homeoffice-Pflicht in der Schweiz führte im ersten Halbjahr zu einem massiven Rückgang der Mobilität – insbesondere im öffentlichen Verkehr. Das Geschäftsmodell eines Aussenwerbeunternehmens aber basiert auf möglichst vielen Kontakten, welche die Werbeträger bei der Bevölkerung erreichen. Bei der APG|SGA sind dies analoge und digitale Werbeflächen im öffentlichen Raum, insbesondere aber in den Bahnhöfen, im ÖV oder auch im Flughafen, die allesamt ganz erheblich von Frequenzrückgängen betroffen waren. Hinzu kamen weitgehende Einschränkungen für gewisse Wirtschaftssektoren, was wiederum dazu führte, dass deren Werbeinvestitionen deutlich gekürzt wurden.

Angesichts dieser äusserst schwierigen Rahmenbedingungen wurden seitens APG|SGA weitere Massnahmen zur Kostensenkung und Liquiditätssicherung umgesetzt. Gleichzeitig aber wurden die digitalen Wachstumsprojekte konsequent weiterentwickelt und das Leistungsportfolio zukunftsorientiert ausgebaut. Denn trotz der nach wie vor schwierigen Umstände und der eingeschränkten Visibilität bleiben die fundamentalen Faktoren sowohl für die Aussenwerbung als auch für die APG|SGA aus unserer Sicht unverändert positiv. Das zeigte sich im zweiten Quartal des laufenden Geschäftsjahres, wo sich nach der Lockerung einzelner Einschränkungen unmittelbar erste Erholungstendenzen abzeichneten.

### APG|SGA Gruppe

Im ersten Halbjahr 2021 weist die APG|SGA Gruppe einen um 1.7% tieferen Werbeertrag von insgesamt CHF 105.9 Mio. aus. Die Immobilienerträge von CHF 0.9 Mio. liegen trotz schwierigen Marktbedingungen leicht über dem Niveau der Vorjahresperiode. Die übrigen Betriebserträge sind Veräusserungsgewinne nicht mehr benötigter Sachanlagen und waren in der Berichtsperiode bei CHF 0.3 Mio. Dadurch ergibt sich im ersten Halbjahr 2021 ein Betriebsertrag von CHF 107.1 Mio., was einer Abnahme von 2.9% entspricht.

Der Aufwand für Konzessionen und Kommissionen im Verhältnis zum Betriebsertrag liegt im ersten Halbjahr 2021 bei 60.7% und somit unter dem Niveau der Vorjahresperiode. Temporär reduzierte Konzessionsabgaben im Rahmen von Covid-19-Vereinbarungen sowie Veränderungen in der Zusammensetzung der Umsatzstrukturen führten zu dieser Abnahme.

Der Personalaufwand konnte in der Berichtsperiode um 7.0% reduziert werden. Kurzarbeitsentschädigungen und verzögerte Neuanstellungen bei Personalabgängen haben zu dieser Abnahme beigetragen. Trotz weiteren Ausgaben in Wachstumsprojekte im Bereich des digitalen Leistungsportfolios sowie für digitale Buchungs- und Abwicklungs-Plattformen konnte der Betriebs- und Verwaltungsaufwand durch einen Mix von temporären und nachhaltigen Kosteneinsparmassnahmen sowie reduzierte Sponsoringaktivitäten nochmals deutlich um 19.3% gesenkt werden.

Die Geschäftsentwicklung ist durch die Covid-19-Pandemie immer noch stark beeinträchtigt. Nur durch konsequente Massnahmen in sämtlichen Kostenbereichen konnte ein verbessertes Resultat im Vergleich zur Vorjahresperiode ausgewiesen werden. Für die Berichtsperiode resultierten ein EBITDA von CHF 6.4 Mio. (Vorjahresperiode: CHF –0.2 Mio.) und ein EBIT von CHF 1.3 Mio. (Vorjahresperiode: CHF –5.1 Mio.).

Das Konzernergebnis für das erste Halbjahr 2021 beläuft sich auf CHF 1.0 Mio. (Vorjahresperiode CHF –5.1 Mio.).

### Cash flow

Im ersten Halbjahr 2021 resultiert ein operativer Cash flow von CHF –16.5 (Vorjahresperiode CHF 4.8 Mio.). Dieser Rückgang ist durch stark erhöhte Vorauszahlungen an unsere Konzessionspartner im Vergleich zur Vorjahresperiode, in der reduzierte Vorauszahlungen geleistet wurden, entstanden. Auch höhere Kundenforderungen haben zu diesem Rückgang beigetragen.

Der Geldfluss aus betrieblicher Tätigkeit unterliegt saisonalen Schwankungen und ist jeweils im ersten Halbjahr tiefer als im zweiten Halbjahr. Nach Berücksichtigung des Geldflusses aus Investitionstätigkeit von CHF 2.5 Mio. resultiert ein Free Cash flow von CHF –14.1 Mio. (Vorjahr: CHF 3.0 Mio.).

### **Bilanz**

Die Bilanzsumme nahm im ersten Halbjahr 2021 um CHF 5.8 Mio. auf CHF 199.4 Mio. ab. Das Anlagevermögen blieb nahezu unverändert. Die immateriellen Anlagen belaufen sich auf CHF 20.3 Mio., was 10.2% der Bilanzsumme entspricht. Das Umlaufvermögen hat um CHF 5.3 Mio. abgenommen. Während die übrigen Forderungen um CHF 11.0 Mio. zunahmen, haben sich die kurzfristigen Finanzanlagen um CHF 6.0 Mio. verringert und die flüssigen Mittel und Festgeldanlagen haben sich um CHF 13.7 Mio. reduziert. Per 30.06.2021 betragen die flüssigen Mittel CHF 52.9 Mio. Das Eigenkapital beläuft sich auf CHF 91.3 Mio., was einem Eigenfinanzierungsgrad von 45.8% entspricht. Das kurzfristige Fremdkapital hat um CHF 7.8 Mio. abgenommen. Während sich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um CHF 3.4 Mio. erhöht haben, sind die passiven Rechnungsabgrenzungen um CHF 9.0 Mio. zurückgegangen.

### **Markt Schweiz**

Die Werbeerträge der APG|SGA lagen im ersten Halbjahr 2021 mit CHF 98.7 Mio. um 4.6% unter dem Vorjahr. Besonders betroffen sind nicht überraschend die Umsätze aus den Branchen Detailhandel, Tourismus, Gastronomie sowie Kunst- und Kulturveranstaltungen. Aufgrund der reduzierten Frequenzen wurden insbesondere die Angebote in den Kommunikationsräumen Bahnhöfe, ÖV, Flughafen deutlich zurückhaltender gebucht. Auch das Promotionsflächengeschäft entwickelte sich aufgrund der tiefen Frequenzzahlen im Umfeld des öffentlichen Verkehrs unbefriedigend. Eine recht robuste Umsatzentwicklung wurde hingegen im «klassischen», analogen Plakatgeschäft verzeichnet. Dies ist darauf zurückzuführen, dass der Individualverkehr auf der Strasse deutlich weniger als der öffentliche Verkehr betroffen war.

Mit dem weiteren Ausbau des digitalen Werbeangebotes im ersten Halbjahr stärkt die APG|SGA ihre führende Rolle im Digital Out of Home Segment. So kamen in den vergangenen Monaten zahlreiche neue Angebote in verschiedenen Schweizer Städten (Locarno, Bellinzona, Zürich, Rapperswil, Uster, Wetzikon, Zug, Olten, Visp, Baden und Basel) dazu. Sämtliche dieser Angebote sind zusammen mit weiteren über 500 grossflächigen Screens auch programmatisch buchbar und können damit örtlich und zeitlich noch präziser auf Zielgruppen ausgerichtet werden. In der Südschweiz wird das digitale Angebot zudem mit 120 TrafficMediaScreens in 81 Fahrzeugen der Trasporti Pubblici Luganesi TPL ergänzt. Damit betreibt die APG|SGA das mit Abstand grösste Digitalnetz im Tessin und baut gleichzeitig ihre führende Stellung im Bereich der Verkehrsmittelwerbung auf nationaler Ebene weiter aus.

Im Rahmen ihrer umfassenden Digitalstrategie hat die APG|SGA eine komplett neue E-Commerce-Plattform in Betrieb genommen. Diese beinhaltet eine neue Website, einen umfassenden Productfinder, welcher 160'000 Werbeflächen umfasst, sowie mit APG|SGA easy einen Webshop, der neue Massstäbe in der Planung und Buchung von analoger und digitaler Aussenwerbung setzt. Ihre schweizweit führende Stellung für analoge und digitale Out of Home Media-Angebote im attraktiven Kommunikationsraum «Berge» konnte APG|SGA weiter festigen. Zahlreiche bedeutende Bergdestinationen, wie Anzère, «Arosa Lenzerheide», Grächen, Grindelwald-Männlichen, Jungfraubahnen, Ovronnaz und Zermatt Bergbahnen AG, haben sich entschieden, die exklusive Zusammenarbeit und Partnerschaft mit der APG|SGA langfristig fortzusetzen.

### **Markt Serbien**

Die APG|SGA ist im Ausland in Serbien mit ihrer Tochtergesellschaft Alma Quattro d.o.o. operativ tätig, die in der Berichtsperiode 6.8% zum Gruppenumsatz beiträgt. Sehr früh in der Berichtsperiode war in Serbien genügend Impfstoff gegen Covid-19 vorhanden und die Impfstrategie wurde sehr schnell umgesetzt. Dies erlaubte Serbien bereits Anfang April eine weitgehende Lockerung der Massnahmen zur Eindämmung von Covid-19. Daraufhin erholte sich die Wirtschaft sehr schnell.

Die starke Zunahme beim Werbeertrag betrug im ersten Halbjahr 2021 in Lokalwährung 62.1%. Wegen der Erstarkung des serbischen Dinars resultierte in Schweizer Franken eine Zunahme von 66.7%. Der Werbeertrag im ersten Halbjahr 2021 erreichte das gleiche Niveau wie im ersten Halbjahr 2019 vor der Covid-19-Pandemie.

## Organisation

Anlässlich der Generalversammlung der APG|SGA AG vom 28. April 2021 wurden alle zur Wiederwahl stehenden Mitglieder des Verwaltungsrates für ein weiteres Jahr bestätigt. Der Verwaltungsrat setzt sich zusammen aus Dr. Daniel Hofer (Präsident), Xavier Le Clef (Vizepräsident), Dr. Maya Bundt, Jolanda Grob, Stéphane Prigent und Markus Scheidegger. Jolanda Grob (Vorsitzende) und Markus Scheidegger wurden in den Vergütungsausschuss des Verwaltungsrates gewählt. Robert Schmidli stand aus Gründen der Erreichung der statutarischen Alterslimite nicht mehr zur Wiederwahl.

Die Revision des Gleichstellungsgesetzes per 1. Juli 2020 zur Durchführung einer Lohngleichheitsanalyse hat die APG|SGA genutzt, um ein ganzheitliches Lohnsystem mit einer klaren Funktionsstruktur sowie analytischen Funktionsbewertungen zu schaffen, um unseren personalpolitischen Grundsatz der Lohngleichheit bei gleichwertiger Arbeit für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter noch weiter zu untermauern. Für die Zertifizierung der Lohngleichheit und damit die Einhaltung des Gleichstellungsgesetzes wurde das Lohngleichheitsinstrument des Bundes (Logib) angewendet. Die vom Bund beauftragte Firma Société Générale de Surveillance SA (SGS) hat offiziell bestätigt, dass alle Vorgaben zur Einhaltung der Lohngleichheit bei APG|SGA erfüllt sind, und uns das Fair-ON-Pay+-Zertifikat ausgestellt.

Auch im Bereich der Nachhaltigkeit engagiert sich die APG|SGA seit über 15 Jahren und wurde dafür im CDP (Carbon Disclosure Project)-Ranking mit der Bestnote A ausgezeichnet. Der Focus der Nachhaltigkeitsstrategie steht aktuell im Einklang mit der 1.5°C-Zukunft. Bis ins Jahr 2023 strebt die APG|SGA als Etappenziel eine absolute Reduktion von 30 Prozent der direkt beeinflussbaren Emissionen gegenüber 2017 an und will bis 2035 «Netto 0» erreichen.

## Ausblick

Die Perspektiven für die Out of Home Medien und die APG|SGA werden auch in der zweiten Jahreshälfte massgeblich von der weiteren Entwicklung der Covid-19-Situation abhängig sein.

Die Lockerung von allgemeinen Einschränkungen und die Aufhebung der Homeoffice-Pflicht sind positive Faktoren, welche uns Zuversicht geben. Dem gegenüber stehen derzeit wieder deutlich steigende Fallzahlen und neue Varianten, welche für Verunsicherungen sorgen. Das Werbeverhalten bleibt in diesen Zeiten mit geringer Visibilität entsprechend kurzfristig ausgerichtet. Eine Prognose für den Geschäftsverlauf im 2. Halbjahr ist daher nicht zuverlässig machbar.

Gerade auch nach der Pandemie wird es für Unternehmen aber entscheidend sein, ihre Marken und Produkte mit grosser Reichweite im öffentlichen Raum zu präsentieren. Im Kommunikationsmix wird hierbei die Out of Home Werbung aufgrund ihrer einzigartigen Stärken eine besondere Stellung haben. Sowohl die analogen als auch die digitalen Angebote der APG|SGA und ihre Kompetenz als führendes Out of Home Medienunternehmen der Schweiz bilden eine überzeugende Ausgangslage für die künftige Entwicklung.

Wir danken an dieser Stelle ganz besonders allen unseren Mitarbeitenden, welche unter schwierigen Rahmenbedingungen Ausserordentliches leisten und uns mit ihrem grossen, persönlichen Engagement beeindrucken.

Ein grosses Dankeschön geht im Namen von Verwaltungsrat und Unternehmungsleitung auch an unsere Aktionäre, Konzessionsgeber, Werbekunden sowie weitere Marktpartner, welche sich gegenüber der APG|SGA ausgesprochen solidarisch zeigen, uns in vielfältiger Weise unterstützen und damit ihr Vertrauen in das Unternehmen zum Ausdruck bringen.



Dr. Daniel Hofer  
Präsident des Verwaltungsrates



Markus Ehrle  
Chief Executive Officer

## Konsolidierte Bilanz

### Aktiven

in 1 000 CHF	30.06.2021	31.12.2020
Immobilien	28 244	29 065
Werbeträger	22 403	23 459
Übrige Sachanlagen	4 355	3 495
<b>Sachanlagen</b>	<b>55 002</b>	<b>56 019</b>
Aktive latente Steuern	1 515	1 515
Übrige Finanzanlagen	6 650	6 653
<b>Finanzanlagen</b>	<b>8 165</b>	<b>8 168</b>
Goodwill	5 124	5 298
Vertragliche Werberechte	15 188	14 546
<b>Immaterielle Anlagen</b>	<b>20 312</b>	<b>19 844</b>
<b>Anlagevermögen</b>	<b>83 479</b>	<b>84 031</b>
Vorräte	5 313	4 885
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	29 118	30 353
Übrige Forderungen	19 339	8 359
Rechnungsabgrenzung Aktiven	9 336	5 040
Kurzfristige Finanzanlagen		6 000
Flüssige Mittel und Festgeldanlagen	52 853	66 587
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>115 959</b>	<b>121 224</b>
<b>Total</b>	<b>199 438</b>	<b>205 255</b>

### Passiven

in 1 000 CHF	30.06.2021	31.12.2020
Aktienkapital	7 800	7 800
Kapitalreserven	13 038	12 938
Eigene Aktien	-1 012	-1 491
Umrechnungsdifferenzen	-1 818	-2 128
Gewinnvortrag	73 323	72 291
<b>Eigenkapital</b>	<b>91 331</b>	<b>89 410</b>
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	392	
Rückstellungen	6 711	7 299
Passive latente Steuern	2 904	2 651
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>	<b>10 007</b>	<b>9 950</b>
Finanzverbindlichkeiten		298
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	11 151	7 785
Geschuldete Steuern	3 650	4 879
Übrige Verbindlichkeiten	26 571	27 059
Rechnungsabgrenzung Passiven	55 990	64 967
Rückstellungen	738	907
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>98 100</b>	<b>105 895</b>
<b>Fremdkapital</b>	<b>108 107</b>	<b>115 845</b>
<b>Total</b>	<b>199 438</b>	<b>205 255</b>

## Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1 000 CHF	1. Semester 2021	1. Semester 2020	Veränderung
Werbeertrag	105 931	107 810	-1.7%
Immobilienenertrag	880	826	6.6%
Übriger Betriebsertrag	299	1 661	
<b>Betriebsertrag</b>	<b>107 110</b>	<b>110 297</b>	<b>-2.9%</b>
Konzessionen und Kommissionen	-64 988	-70 153	-7.4%
Personalaufwand	-24 029	-25 834	-7.0%
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	-11 717	-14 516	-19.3%
<b>Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>6 376</b>	<b>-206</b>	
Abschreibungen Sachanlagen	-4 366	-4 246	2.8%
Abschreibungen immaterielle Anlagen	-510	-465	9.7%
Abschreibungen Goodwill	-175	-175	
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>1 325</b>	<b>-5 092</b>	
Finanzergebnis	76	-85	
<b>Ordentliches Ergebnis vor Ertragssteuern</b>	<b>1 401</b>	<b>-5 177</b>	
Ertragssteuern	-369	111	
<b>Konzernergebnis</b>	<b>1 032</b>	<b>-5 066</b>	
<b>Basis- und verwässerter Gewinn/Verlust pro Aktie, in CHF</b>	<b>0.34</b>	<b>-1.69</b>	

## Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in 1 000 CHF	Aktienkapital	Kapitalreserven	Eigene Aktien	Umrechnungsdifferenzen	Gewinnvortrag	Eigenkapital
per 01.01.2020	7 800	13 246	-853	-2 098	59 048	77 143
Konzernergebnis					-5 066	-5 066
Umrechnungsdifferenzen				-356		-356
Kauf eigene Aktien			-370			-370
Verkauf eigene Aktien		-300	910			610
Eigenkapital Transaktionskosten		-4				-4
per 30.06.2020	7 800	12 942	-313	-2 454	53 982	71 957
per 01.01.2021	7 800	12 938	-1 491	-2 128	72 291	89 410
Konzernergebnis					1 032	1 032
Umrechnungsdifferenzen				310		310
Kauf eigene Aktien			-2			-2
Verkauf eigene Aktien		101	481			582
Eigenkapital Transaktionskosten		-1				-1
per 30.06.2021	7 800	13 038	-1 012	-1 818	73 323	91 331



## Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1 000 CHF	1. Semester 2021	1. Semester 2020
Konzernergebnis	1 032	-5 066
Abschreibungen	5 051	4 886
Veränderung der Rückstellungen	-709	-704
Veränderung der latenten Steuern	229	-305
Nicht liquiditätswirksames Finanzergebnis	-84	46
Gewinne aus Veräusserung von Anlagevermögen	-299	-1 661
Veränderung der Vorräte	-422	-300
Veränderung Forderungen	-9 657	15 555
Veränderung aktive Rechnungsabgrenzung	-4 261	1 295
Veränderung Verbindlichkeiten	1 597	-2 432
Veränderung passive Rechnungsabgrenzung	-8 998	-6 528
<b>Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)</b>	<b>-16 521</b>	<b>4 786</b>
Erwerb von Sachanlagen	-3 330	-3 018
Erwerb von immateriellen Anlagen	-586	-1 324
Veräusserungserlös Sachanlagen	351	1 711
Veräusserungserlös immaterielle Anlagen	17	
Veräusserungserlös übrige Finanzanlagen	6 000	813
<b>Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>2 452</b>	<b>-1 818</b>
Kauf eigene Aktien	-2	-370
Verkauf eigene Aktien	597	606
Rückzahlung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-301	
Rückzahlung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten		-22
<b>Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>294</b>	<b>214</b>
Fremdwährungseinflüsse auf flüssigen Mitteln	41	-8
<b>Veränderung der flüssigen Mittel</b>	<b>-13 734</b>	<b>3 174</b>
Bestand flüssige Mittel per 1. Januar	66 587	41 762
Bestand flüssige Mittel per 30. Juni	52 853	44 936

## Anhang zur Konzernrechnung

### Grundsätze zur Rechnungslegung der APG|SGA AG

Die vorliegende Zwischenberichterstattung umfasst den nicht geprüften Halbjahresabschluss für die am 30. Juni 2021 endende Berichtsperiode. Die konsolidierte Halbjahresrechnung wurde in Übereinstimmung mit den Anforderungen zum Zwischenabschluss nach Swiss GAAP FER 31 *Ergänzende Fachempfehlung für kotierte Unternehmen*, welche im Vergleich zu einer Jahresrechnung Verkürzungen im Ausweis und der Offenlegung zulässt, und dem Kotierungsreglement der Schweizer Börse SIX erstellt.

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

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

Unser Geschäft unterliegt saisonalen Schwankungen.

### Veränderungen des Konsolidierungskreises und Minderheitsanteile

Im ersten Semester 2021 wurde der Konsolidierungskreis gegenüber der Vorjahrsperiode nicht verändert.

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

### Veränderung des Eigenkapitals

Die Generalversammlung hat am 28. April 2021 beschlossen, dass wegen der aktuellen Covid-19-Krise keine Dividende für das Geschäftsjahr 2020 ausgeschüttet wird.

### Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Die APG|SGA hat am 9. Juli 2021 kommuniziert, dass sie die WWP Plakatwerbung AG per Stichtag 30. September 2021 vollständig übernehmen werde.

### Begriffserklärungen Finanzen

#### EBIT

Earnings before interest and taxes: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

#### EBITDA

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

#### Eigenfinanzierungsgrad

Eigenkapital in % der Bilanzsumme

#### Free Cash flow

Mittelfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit abzüglich Mittelfluss aus Investitionstätigkeit

## Termine und Publikationen

### **Bekanntgabe des Jahresabschlusses 2021 und Publikation des Geschäftsberichtes**

Mittwoch, 16. März 2022

### **Pressekonferenz und Analysten-Meeting**

Mittwoch, 16. März 2022, Zürich

### **Generalversammlung**

Donnerstag, 28. April 2022, Genf

### **Bekanntgabe des Halbjahresabschlusses 2022**

Freitag, 29. Juli 2022

### **Auskünfte**

Markus Ehrle, Chief Executive Officer

T +41 58 220 71 73

Beat Hermann, Chief Financial Officer

T +41 58 220 77 47

Der vorliegende Aktionärsbrief ist in deutscher, französischer und englischer Sprache erhältlich. Die deutsche Version ist rechtlich verbindlich.



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, Promotionen und Mobile-Werbung. In Kontakt mit Kunden, den Behörden und der Werbewirtschaft steht APG|SGA für Nachhaltigkeit und Innovation und will mit den besten Kommunikationslösungen im öffentlichen Raum die Menschen begeistern.

Gedruckt in der Schweiz  
Juli 2021  
Alle Rechte vorbehalten



MIX  
Papier aus verantwortungsvollen Quellen  
FSC® C011710



**Klimaneutral**  
Druckprodukt  
ClimatePartner.com/53173-2107-1005