

Aktionärsbrief



APG|SGA auf einen Blick

141 091

analoge und digitale Werbeflächen

32 399

abgewickelte Kampagnen

9 606

aktive Werbekunden

6 980

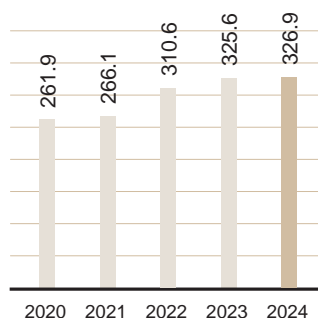
Verträge und Partnerschaften

517

Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen

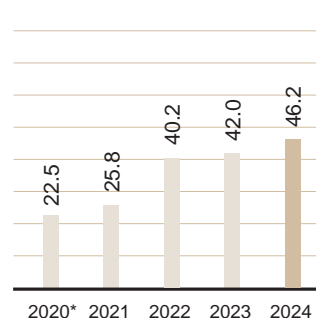
Werbeertrag

Mio. CHF



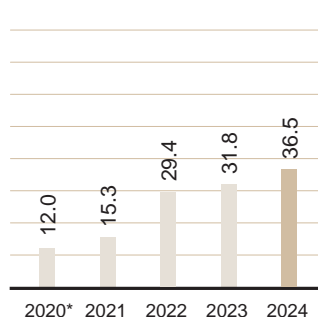
EBITDA

Mio. CHF



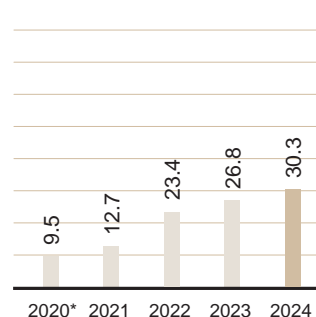
EBIT

Mio. CHF



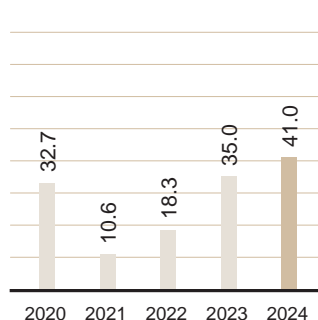
Konzernergebnis

Mio. CHF



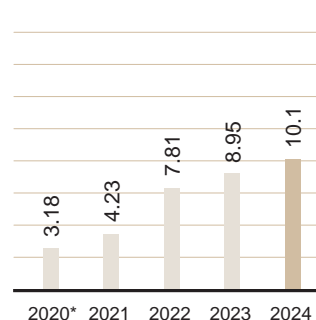
Operativer Cash flow

Mio. CHF



Gewinn pro Aktie

Mio. CHF



* bereinigt um Sondereffekte

Markante Steigerung des Konzernergebnisses.

Leichte Zunahme der Werbeerträge in anspruchsvollem Umfeld.

Gezielter Ausbau des digitalen Leistungsangebotes.

Dividende von CHF 12 pro Aktie für das Geschäftsjahr 2024.

Dividendenempfehlung für die Geschäftsjahre 2025 und 2026 mit Ausschüttung von 100 % des erzielten Konzerngewinns, jedoch mindestens einer Dividende von CHF 12 pro Aktie.

In Kürze

- Zunahme der Werbeerträge in der Schweiz um 0.2 % auf CHF 311.8 Mio.
- Zunahme der Werbeerträge in Serbien um 5.6 % auf CHF 15.2 Mio.
- EBITDA-Marge: 13.9 % (Vorjahr: 12.8 %)
- EBIT-Marge: 11.0 % (Vorjahr: 9.7 %)
- Konzernergebnis von CHF 30.3 Mio., Zunahme von 12.9 % (Vorjahr: CHF 26.8 Mio.)
- Free Cash flow von CHF 37.3 Mio., Zunahme von 19.2 % (Vorjahr: CHF 31.3 Mio.)

Kennzahlen

in 1 000 CHF	2024	2023	Veränderung
Werbeertrag	326 945	325 632	0.4 %
– Schweiz	311 795	311 292	0.2 %
– International	15 150	14 340	5.6 %
Betriebsertrag	332 826	328 758	1.2 %
EBITDA	46 175	41 980	10.0 %
– in % des Betriebsertrages	13.9 %	12.8 %	
EBIT	36 530	31 789	14.9 %
– in % des Betriebsertrages	11.0 %	9.7 %	
Konzernergebnis	30 275	26 815	12.9 %
– in % des Betriebsertrages	9.1 %	8.2 %	
Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)	40 986	35 042	17.0 %
Free Cash flow¹	37 345	31 325	19.2 %
Investitionen Sachanlagen	9 264	5 277	75.6 %
– Werbeträger	6 024	2 737	120.1 %
– Übrige Anlagen	3 240	2 540	27.6 %
Gewinn pro Aktie, in CHF	10.10	8.95	12.8 %

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

EBIT: Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern

¹ Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow) CHFt 40 986 (Vorjahr: CHFt 35 042) abzüglich Geldfluss aus Investitionstätigkeit CHFt 3 641 (Vorjahr: CHFt 3 717), (siehe Seite 10 Konsolidierte Geldflussrechnung)

Sehr geehrte Damen und Herren

Allgemeine Geschäftsentwicklung

Die APG|SGA konnte ihre Umsätze gegenüber einer starken Vorjahresperiode, die durch die Parlamentswahlen in der Schweiz zusätzlich stimuliert wurde, leicht steigern. Dies trotz anhaltend anspruchsvollen konjunkturellen Umfeldes und spürbarer Zurückhaltung im Schweizer Werbemarkt, insbesondere in der zweiten Hälfte des Jahres. Unter Berücksichtigung des Wegfalls des SBB-Promotionsflächengeschäftes wäre die Umsatzentwicklung noch positiver ausgefallen.

Die APG|SGA prägt mit ihren Leistungen die Aussenwerbung, welche dank ihrer überzeugenden Qualitäten als breit akzeptiertes, vertrauenswürdigen sowie reichweitenstarkes und effizientes Werbemedium ihren Marktanteil im Media-Mix auch 2024 weiter erhöhen konnte.

Weiterhin erfreulich entwickelte sich das Digital Out of Home-Geschäft. In diesem Bereich wird denn auch das digitale und programmatische Leistungsangebot weiter gezielt ausgebaut. Daneben werden laufend Massnahmen zur Prozess-, Kosten- und auch Organisationsoptimierung umgesetzt, um der ausgeprägten Kurzfristigkeit bei der Planung und Abwicklung von Werbekampagnen Rechnung zu tragen sowie die Chancen der fortschreitenden Digitalisierung und der technologischen Entwicklungen weiter konsequent zu nutzen.

APG|SGA Gruppe

Im Geschäftsjahr 2024 nahm der Gruppenumsatz um 0.4 % auf CHF 326.9 Mio. zu. Die Immobilienerträge liegen mit CHF 1.8 Mio. auf Vorjahresniveau. Die übrigen Betriebserträge betragen CHF 4.0 Mio. und beinhalten den Gewinn eines Liegenschaftsverkaufs und Veräusserungsgewinne nicht mehr benötigter Sachanlagen. Dadurch ergab sich im Geschäftsjahr 2024 ein Betriebsertrag von CHF 332.8 Mio., was einer Zunahme von 1.2 % gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Die Konzessionen und Kommissionen im Verhältnis zum Werbeertrag nahmen im Berichtsjahr ab. Der Wegfall des SBB-Promotionsgeschäfts sowie eine bessere Auslastung bei einzelnen Konzessionsverträgen führten zu dieser Reduktion. Der Personalaufwand erhöhte sich gegenüber der Vorjahresperiode aufgrund genereller und leistungsorientierter Lohnanpassungen sowie aufgrund von Kosten für temporäres Personal um 0.9 %. Der Betriebs- und Verwaltungsaufwand nahm im Berichtsjahr um 2.6 % zu. Höhere Marketing-, Beratungs- und Energiekosten beeinflussten diese Kostenentwicklung.

Im Geschäftsjahr 2024 konnte der EBITDA um 10.0 % auf CHF 46.2 Mio. erhöht werden. Der EBIT erhöhte sich im Finanzjahr 2024 um 14.9 % auf CHF 36.5 Mio. Dies entspricht einer EBIT-Marge für das Geschäftsjahr 2024 von 11.0 % (Vorjahr: 9.7 %). Im Berichtsjahr 2024 wurde ein Nettoergebnis von CHF 30.3 Mio. erzielt (Vorjahr: CHF 26.8 Mio.), was einer Zunahme von 12.9 % entspricht.

Cash flow

Im Geschäftsjahr 2024 wurde ein operativer Cash flow von CHF 41.0 Mio. erwirtschaftet (Vorjahr: CHF 35.0 Mio.). Dies entspricht einer Zunahme von 17.0 %. Nach Abzug für den Geldfluss aus Investitionstätigkeit von CHF 3.6 Mio. (Vorjahr: CHF 3.7 Mio.) resultiert ein Free Cash flow von CHF 37.3 Mio. (Vorjahr: CHF 31.3 Mio.).

Bilanz

Die Bilanzsumme nahm im Geschäftsjahr 2024 um CHF 2.1 Mio. auf CHF 193.2 Mio. zu. Diese Zunahme ist durch höhere flüssige Mittel und Festgeldanlagen sowie höhere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen begründet. Die Net Cash Position beläuft sich per Jahresende 2024 auf CHF 56.4 Mio. Das entspricht einer Zunahme gegenüber dem Jahresende 2023 von CHF 4.8 Mio. Das Eigenkapital beläuft sich auf CHF 81.8 Mio., was einem Eigenfinanzierungsgrad von 42.3 % entspricht.

Markt Schweiz

Die Werbeerträge lagen in einem äusserst anspruchsvollen Marktumfeld mit CHF 311.8 Mio. um 0.2 % ganz leicht über dem Vorjahr. Dieses positive Ergebnis konnte trotz Wegfall der Umsätze aus dem SBB-Promotionsflächengeschäft und rückläufiger Umsätze im Bereich der politischen Werbung (Wahlen ins eidgenössische Parlament 2023) sowie anhaltend gedämpfter Konjunktur und Konsumentenstimmung erreicht werden, welche sich nach einem erfreulichen Jahresstart ab Mai auf die Werbeumsatzentwicklung bei der APG|SGA, aber auch im Gesamtmarkt niederschlug. Dies zeigt ein Blick auf die Statistik von Media Focus für die Schweiz, welche im Vergleich zum Vorjahr im klassischen Werbemarkt insgesamt einen Rückgang der Bruttowerbeausgaben um 0.6 % ausweist.

Insbesondere bei den digitalen Werbeträgern entwickeln sich die Umsätze bei der APG|SGA aber weiter positiv. Dieses 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 bei den Grossverteilern und Handelsketten sowie auch bei den Banken stabil. Die Versicherungs-, Telekommunikations- sowie Fahrzeugbranche investierten 2024 etwas zurückhaltender, während in den Branchen Kultur, Freizeit/Tourismus, Krankenkassen, Getränke sowie Bekleidung ein signifikantes Wachstum bei den Umsätzen verzeichnet werden konnte.

Im Partnermarkt konnte die Attraktivität des Angebotsportfolios weiter ausgebaut werden und verschiedene wichtige Partnerschaften konnten grösstenteils erneuert, erweitert oder hinzugewonnen werden. Insgesamt verfügt die APG|SGA in der Schweiz über ein stabiles, langfristig abgesichertes Portfolio von rund 7 000 Verträgen und Partnerschaften mit der öffentlichen Hand sowie privaten Grundeigentümern.

Markt Serbien

Die APG|SGA ist im Ausland in Serbien operativ tätig, wo 4.6 % des Gruppenumsatzes erzielt werden. Die dortige Tochtergesellschaft Alma Quattro verfügt über ein Werbeinventar mit gesamthaft mehr als 4 500 Werbeflächen an sehr attraktiven Standorten vor allem in den Städten Belgrad, Novi Sad, Niš, Valjevo, Čačak, Užice und Kragujevac. In der Berichtsperiode konnten die Werbeerträge in Lokalwährung gegenüber dem Vorjahr um 7.6 % gesteigert werden. Wegen der Abschwächung des Dinars resultierte in CHF jedoch lediglich eine Zunahme der Werbeerträge von 5.6 % auf CHF 15.2 Mio.

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 2025 gerechnet.

Organisation

Anlässlich der Generalversammlung der APG|SGA AG vom 25. April 2024 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), David Bourg, Dr. Maya Bundt, Jolanda Grob und Markus Scheidegger. Jolanda Grob (Vorsitzende) und Markus Scheidegger wurden erneut in den Vergütungsausschuss des Verwaltungsrates gewählt.

An der Generalversammlung 2025 werden sich alle bisherigen Verwaltungsrätinnen und Verwaltungsräte zur Wiederwahl stellen. Zudem schlägt der Verwaltungsrat der Generalversammlung vor, Dr. Felix Graf, CEO der NZZ, als Vertreter der nunmehr grössten Aktionärin neu in den Verwaltungsrat zu wählen.

Am 1. März 2024 stiess Nico Benz-Müller als neuer CFO zur APG|SGA und löste Beat Hermann ab, dessen Arbeitsverhältnis per Ende April 2024 endete.

Nachhaltigkeit

Das inzwischen 21. Nachhaltigkeits-Reporting der APG|SGA wurde im Mai 2024 publiziert. Der Report unterstreicht, dass die APG|SGA bei den ambitionierten Klimazielen auf Kurs ist, und er zeigt noch ausführlicher als bis anhin Informationen zum Stand der umgesetzten Massnahmen sowie über Ziele und Initiativen im Rahmen der ganzheitlichen Corporate Social Responsibility-Strategie. Der Bericht repräsentiert in mehrfacher Hinsicht einen Meilenstein. Er erläutert, wie das Unternehmen den auch in Zukunft steigenden Anforderungen an nachhaltige Geschäftsaktivitäten und Transparenz gerecht wird, und untermauert die Führungsrolle der APG|SGA. Zudem konnte im Juni 2024 nach Abschluss eines unabhängigen externen Audits die Zertifizierung nach EcoEntreprise erlangt werden. Das Zertifikat bescheinigt beispielhafte Leistungen im Bereich nachhaltige Entwicklung mit Ausweitung auf soziale Verantwortung.

Aktionärsstruktur

Per 13. Juni 2024 erfolgte der Erwerb einer 25 %-Beteiligung durch die Aktiengesellschaft für die Neue Zürcher Zeitung (NZZ) von JCDecaux SE und Pargesa Asset Management SA. Mit ihrem hohen Qualitätsanspruch, der langfristigen und wertorientierten Ausrichtung sowie mit ihren hervorragenden Kenntnissen des Schweizer Geschäfts ist die NZZ aus Sicht des Verwaltungsrates eine willkommene neue Aktionärin bei der APG|SGA. JCDecaux SE mit 16.44 % und Pargesa Asset Management SA mit 13.86 % sind weiterhin bedeutende Aktionäre der Gesellschaft.

Dividende

Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung beantragen, für das Geschäftsjahr 2024 eine Dividende von CHF 12 je Aktie auszuzahlen. 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. Auf diesen Grundlagen basierend, soll auch in den kommenden Jahren eine aktionärsfreundliche Dividendenpolitik angestrebt werden. Der Verwaltungsrat beabsichtigt deshalb, bei entsprechendem Geschäftsgang für die Geschäftsjahre 2025 und 2026 jeweils 100 % des Konzerngewinns, jedoch mindestens CHF 12 pro Aktie, als Dividendenzahlung zuhanden der jeweiligen Generalversammlung zu beantragen.

Ausblick

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.

Heute bietet die APG|SGA mit ihren Tochtergesellschaften in der Schweiz und in Serbien ein breites Portfolio mit über 140 000 digitalen und klassischen Werbeflächen, das sowohl internationale, nationale als auch lokale Werbetreibende dabei unterstützt, ihre Zielgruppen effektiv zu erreichen. Wir sind ein modernes Out of Home-Medienunternehmen und wir sind überzeugt, trotz anspruchsvoller konjunktureller Rahmenbedingungen sowie intensiven Wettbewerbes die Position als prägende Markt- und Innovationsführerin weiter ausbauen zu können. Insbesondere auch durch die konsequente Weiterentwicklung des digitalen Leistungsportfolios sowie des gezielten Ausbaus von Data- und Adtech-Lösungen wird die Wettbewerbsposition der APG|SGA im Werbemarkt weiter gestärkt.

Gleichzeitig bleibt die APG|SGA für Städte, Gemeinden, Verkehrsbetriebe sowie private Grundeigentümer eine zuverlässige Vertragspartnerin mit qualitativ hochwertigen und nachhaltigen Dienstleistungen.

Wir blicken jedenfalls mit Stolz auf unsere Geschichte zurück und sind gleichzeitig voller Tatendrang, um die Zukunft der Aussenwerbung mit innovativen Lösungen und Technologien weiter zu gestalten. Für Werbetreibende sind die Out of Home-Medien auch in Zukunft ein wichtiges Element in der Kommunikationsplanung, wenn es darum geht, erfolgreiche Branding- oder Verkaufsförderungskampagnen zu realisieren. Die Reichweite, Impact-Stärke, die vorteilhafteste CO₂-Bilanz und das beste Preis-Leistungs-Verhältnis unter den Werbemedien machen die Aussenwerbung für Werbeauftraggeber und deren Agenturen auch in Zukunft zum unverzichtbaren Instrument im Media-Mix. Die Mobilität und das kontinuierliche Bevölkerungswachstum sind weitere positive Faktoren für anhaltenden Bedeutungsgewinn.

Wir danken an dieser Stelle unseren Mitarbeitenden in allen Unternehmensbereichen, die sich mit grossem Know-how, Leidenschaft und hoher Leistungsfähigkeit für die erfolgreiche Zukunft der Out of Home-Medien und der APG|SGA engagieren und unseren Marktpartnern – auch im Jubiläumsjahr – überzeugende Produkte und Serviceleistungen bieten.

Ein ebenso grosses Dankeschön im Namen von Verwaltungsrat und Unternehmensleitung geht auch an unsere Werbekunden, Konzessionsgeber und weiteren Marktpartner für die gute Zusammenarbeit und besonders auch an die 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	31.12.2024	31.12.2023
Immobilien	24 523	25 120
Werbeträger	18 019	17 082
Übrige Sachanlagen	4 304	3 711
Sachanlagen	46 846	45 913
Aktive latente Steuern	1 710	1 813
Übrige Finanzanlagen	5 237	5 910
Finanzanlagen	6 947	7 723
Goodwill	9 053	9 709
Vertragliche Werberechte	10 041	10 899
Immaterielle Anlagen	19 094	20 608
Anlagevermögen	72 887	74 244
Vorräte	4 495	5 116
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	42 613	40 197
Übrige Forderungen	8 961	9 461
Rechnungsabgrenzung Aktiven	7 841	10 489
Flüssige Mittel und Festgeldanlagen	56 411	51 603
Umlaufvermögen	120 321	116 866
Total	193 208	191 110

Passiven

in 1000 CHF	31.12.2024	31.12.2023
Aktienkapital	7 800	7 800
Kapitalreserven	13 102	13 028
Eigene Aktien	-560	-864
Umrechnungsdifferenzen	-5 116	-5 374
Gewinnvortrag	66 594	69 268
Eigenkapital	81 820	83 858
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	54	167
Rückstellungen	3 656	3 804
Passive latente Steuern	2 734	2 657
Langfristiges Fremdkapital	6 444	6 628
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	23 268	15 595
Geschuldete Steuern	4 788	4 338
Übrige Verbindlichkeiten	30 398	31 636
Rechnungsabgrenzung Passiven	46 317	47 849
Rückstellungen	173	1 206
Kurzfristiges Fremdkapital	104 944	100 624
Fremdkapital	111 388	107 252
Total	193 208	191 110

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1 000 CHF	2024	2023	Veränderung
Werbeertrag	326 945	325 632	0.4 %
Immobilienertag	1 834	1 828	0.3 %
Übriger Betriebsertrag	4 047	1 298	211.7 %
Betriebsertrag	332 826	328 758	1.2 %
Konzessionen und Kommissionen	-195 358	-196 826	-0.7 %
Personalaufwand	-58 464	-57 968	0.9 %
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	-32 829	-31 984	2.6 %
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	46 175	41 980	10.0 %
Abschreibungen Sachanlagen	-7 921	-8 488	-6.7 %
Abschreibungen immaterielle Anlagen	-1 067	-1 046	2.0 %
Abschreibungen Goodwill	-657	-657	
Betriebsergebnis (EBIT)	36 530	31 789	14.9 %
Finanzergebnis	521	99	
Ordentliches Ergebnis vor Ertragssteuern	37 051	31 888	16.2 %
Ertragssteuern	-6 776	-5 073	33.6 %
Konzernergebnis	30 275	26 815	12.9 %
Basis- und verwässerter Gewinn pro Aktie, in CHF	10.10	8.95	12.8 %

Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in 1 000 CHF	Aktienkapital	Kapital- reserven	Eigene Aktien	Umrechnungs- differenzen	Gewinnvortrag	Eigenkapital
per 01.01.2023	7 800	13 034	-894	-4 109	75 393	91 224
Konzernergebnis					26 815	26 815
Umrechnungsdifferenzen				-1 265		-1 265
Ausschüttung					-32 940	-32 940
Kauf eigene Aktien			-563			-563
Verkauf eigene Aktien		4	593			597
Eigenkapital Transaktionskosten		-10				-10
per 31.12.2023	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

Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1 000 CHF	2024	2023
Konzernergebnis	30 275	26 815
Abschreibungen	9 645	10 191
Veränderung der Rückstellungen	-790	-861
Veränderung der latenten Steuern	174	-187
Nicht liquiditätswirksames Finanzergebnis	-97	107
Gewinne aus Veräusserung von Anlagevermögen	-3 484	-1 254
Veränderung der Vorräte	627	-452
Veränderung Forderungen	-1 808	-4 110
Veränderung aktive Rechnungsabgrenzung	2 721	-5 694
Veränderung Verbindlichkeiten	4 999	9 130
Veränderung passive Rechnungsabgrenzung	-1 276	1 357
Geldfluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)	40 986	35 042
Erwerb von Sachanlagen	-7 515	-5 055
Erwerb von immateriellen Anlagen	-171	-27
Veräusserungserlös Sachanlagen	3 946	1 365
Veräusserungserlös übrige Finanzanlagen	99	
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-3 641	-3 717
Kauf eigene Aktien	-158	-563
Verkauf eigene Aktien	537	587
Dividenden an Aktionäre APG SGA AG	-32 949	-32 948
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-32 570	-32 924
Fremdwährungseinflüsse auf flüssigen Mitteln	33	-109
Veränderung der flüssigen Mittel	4 808	-1 708
Bestand flüssige Mittel per 01. Januar	51 603	53 311
Bestand flüssige Mittel per 31. Dezember	56 411	51 603

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

Generalversammlung

Donnerstag, 24. April 2025, Genf

Bekanntgabe des Halbjahresabschlusses 2025

Freitag, 25. Juli 2025

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, 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.