

APG|SGA rüstet sich für die Zukunft

APG|SGA künftig mit «One Brand»-Strategie, Ausbau der Bereiche Digital und Data sowie entsprechend angepasster Unternehmensstruktur und verkleinerter Unternehmensleitung

Die APG|SGA investiert im Rahmen ihrer Marktstrategie nachhaltig in ihre Leistungsfähigkeit mit dem erklärten Ziel, ihre Marktführerschaft im analogen und digitalen Out of Home Media-Markt in einem sich rasch wandelnden Umfeld langfristig sicherzustellen. APG|SGA fokussiert dabei auf eine «One Brand»-Strategie und optimiert die Unternehmensstrukturen. Die Mitarbeitenden und Tätigkeiten der APG|SGA-Segmentmarken werden hierbei ab 1. Juni 2019 in das Kerngeschäft integriert, um allen Marktpartnern ein umfassendes Leistungsangebot aus einer Hand anbieten zu können. Gleichzeitig werden verschiedene organisatorische und personelle Massnahmen getroffen, um in den Bereichen Digitalisierung und Data im Markt neue Massstäbe zu setzen. Daniel Strobel, bisher in der Unternehmensleitung verantwortlich für den «Werbemarkt», wird ab 1. April 2019 die Gesamtverantwortung für die umfassende Digitalisierung und die innovative Weiterentwicklung der Werbeangebote in den Schweizer Bahnhöfen und damit auch die Leitung der Unit SBB (APG|SGA Rail) übernehmen. Er wird sich vollständig auf diese strategische Aufgabe fokussieren und aus der Unternehmensleitung ausscheiden. Seine Nachfolge als Leiter des Bereiches «Werbemarkt» und Mitglied der Unternehmensleitung wird Andy Bürki übernehmen, der am 1. April 2019 neu zu APG|SGA stossen wird.

In den neuen Strukturen, in welchen schnelle Entscheidungswege sowie die Kundenzentrierung und -nähe an weiterhin insgesamt 17 Standorten im Vordergrund stehen, wird mit «Marketing & Innovation» ein neuer Unternehmensbereich geschaffen. Dieser wird den digitalen Transformationsprozess vorantreiben und eine Drehscheibe innerhalb der APG|SGA sein, welche die Angebotsgestaltung, Mediaresearch und das Produktmanagement verantwortet, eCommerce- und programmatische Plattformen aufbaut sowie Innovationen und New Business systematisch verfolgt. In diesem Bereich wird ebenso das Geschäftsfeld Mobile Advertising vorangetrieben. Die Leitung des Unternehmensbereiches «Marketing & Innovation» wird ab 1. Juni 2019 Beat Holenstein übernehmen, der bis heute für den Unternehmensbereich «Partner und Produktmanagement» verantwortlich zeichnet.

Christian Gotter, bisher in der Unternehmensleitung als Leiter Logistik tätig, ist neu zuständig für den erweiterten Unternehmensbereich «Partner & Operations». Dieser umfasst künftig die integrale Betreuung des Partnermarktes (Städte, Verkehrsbetriebe, Airport, Bergdestinationen, Shoppingcenter, Private Grundeigentümer usw.) sowie alle Bereiche der Logistik und von Operations. Beat Hermann, CFO der Gruppe, leitet weiterhin den Unternehmensbereich Finance, zu dem auch die IT, Infrastruktur, die Beteiligungen, das internationale Geschäft sowie neu Data Analytics gehören. Der Bereich Human Resources unter der Leitung von Marcel Seiler wird nicht mehr in der Unternehmensleitung vertreten sein, wird aber personell ausgebaut und ab 1. Juni 2019 direkt dem CEO unterstellt.

Im Zusammenhang mit dieser bevorstehenden Umstrukturierung und der zunehmenden Digitalisierung wird APG|SGA in naher Zukunft beträchtliche Ressourcen und finanzielle Mittel in den Ausbau und die Entwicklung von Innovationen, Technologie, Datenerhebung und Analytics sowie auch in entsprechende Spezialisten und Talente investieren. So ist unter anderem geplant, in verschiedenen Bereichen per sofort zehn neue Stellen zu schaffen und diese intern wie extern auszusuchen.

Die Veränderung der Geschäftsprozesse und insbesondere die fortschreitende Digitalisierung werden mittelfristig zu einer weiteren Verlagerung von Tätigkeiten führen. So dürften bis Mitte 2020 durch die konsequente Nutzung von Synergien, einheitlichen Prozessen und weiteren Optimierungen rund 20 bis 25 Stellen in den Bereichen Backoffice, Administration, Verwaltung und Logistik abgebaut werden. Diese Reduktion wird mit natürlichen Fluktuationen aufgefangen werden. APG|SGA beschäftigt heute in der Schweiz über 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die seit mehreren Monaten laufenden Projektarbeiten werden intensiv weitergeführt, damit auf den 1. Juni 2019 die angestrebten Veränderungen in den Strukturen, Prozessen und Leistungsangeboten sowie die «One Brand»-Strategie eingeführt werden können. Die Mitarbeitenden sowie die Marktpartner werden fortlaufend entsprechend informiert. Die Unternehmungsleitung und der Verwaltungsrat sind überzeugt, dass diese umfassenden Massnahmen die führende Marktposition der APG|SGA im analogen und digitalen Out of Home-Markt weiter ausbauen und die Kernkompetenzen in den Bereichen Innovation, Digital und Data deutlich stärken werden.

Kontakt

APG|SGA Medienstelle

Giesshübelstrasse 4, 8027 Zürich, T +41 58 220 70 71, media@apgsga.ch

Ergänzende Informationen: Siehe nachfolgende Seite

Über das Unternehmen

Die **APG|SGA AG** ist das führende Out of Home Medienunternehmen der Schweiz. An der Zürcher Börse SIX kotiert, deckt APG|SGA alle Bereiche der Aussenwerbung ab: auf der Strasse, im Flughafen, im Shoppingcenter, im Bahnhof, in den Bergregionen und in den öffentlichen Verkehrsmitteln – von reichweitenstarken Plakatkampagnen über Grossformate bis hin zu modernsten digitalen Werbeflächen sowie Sonderwerbformen, Promotionen und Mobile-Werbung. Im Kontakt mit ihren Kunden, den Behörden und der Werbewirtschaft steht APG|SGA für Nachhaltigkeit, Innovation und Kompetenz.

Ergänzende Informationen:

1. Zum Wechsel von Daniel Strobel als neuer Leiter der Unit SBB:

Die kommenden 2-3 Jahre werden gemäss unseren Erwartungen - wie im Aktionärsbrief vom 27.2.2019 erwähnt - geprägt sein von Investitionen und vom Ausbau der Kernkompetenzen in Zusammenhang mit der weiteren Digitalisierung unseres Leistungsportfolios, welches für die APG|SGA attraktive Opportunitäten ermöglicht. Eines der zentralen Projekte ist hierbei die Umsetzung des neuen, langjährigen und exklusiven Vermarktungsvertrages mit den SBB ab 2019 für die Werbeflächen in allen Schweizer Bahnhöfen sowie beim Rollmaterial. Dabei sind erhebliche Mittel für den Aufbau eines in der Schweiz einzigartigen, innovativen und vorwiegend digitalen Werbeträger-Angebotes notwendig. Wir sind deshalb sehr erfreut, dass Daniel Strobel, mit seiner langjährigen Erfahrung und seinem hervorragenden Know-how im Werbe-, wie auch im Partnermarkt, diese strategische Aufgabe gemeinsam mit dem SBB-Team der APG|SGA übernehmen wird. Er wird aus der Unternehmensleitung austreten, um sich vollständig auf diese anspruchsvolle Tätigkeit fokussieren zu können. Chris Mühlemann, welcher APG|SGA Rail in den letzten Jahren erfolgreich weiterentwickelte und mit seinem Team die Grundlagen für den Vertragszuschlag durch die SBB legte, wird das Unternehmen aus persönlichen Gründen per Juni 2019 verlassen.

2. Zum Eintritt von Andy Bürki (Jg.1974):



Andy Bürki war insgesamt zwölf Jahre bei der Tamedia AG in diversen Funktionen tätig, unter anderem als Projektleiter Verkaufsförderung sowie acht Jahre als Leiter Werbemarkt des Tages-Anzeiger. Erfahrungen in der Aussenwerbung sammelte er von 2002 bis 2006 im Key Account Management bei der Clear Channel Plakanda GmbH. Die vergangenen dreieinhalb Jahre war er als Mitglied der Geschäftsleitung der NZZ Media Solutions AG für den Werbemarkt der NZZ-Produkte verantwortlich. Er verfügt über einen Fachausweis als Marketingplaner, ist eidg. dipl. Kommunikationsleiter und schloss 2013 einen Executive Master of Business Administration in General Management an der Hochschule für Wirtschaft Zürich ab.

3. Organigramm der Unternehmensleitung ab 1. Juni 2019

