



Berichte 2017

Nachhaltigkeit

Inhaltsverzeichnis

Jahresbericht		Vergütungsbericht	
	Tätigkeit	132	Einleitung
01	Auf einen Blick	134	Vergütungsgrundsätze
08	Kommentar	136	Vergütungen Verwaltungsrat
11	Unternehmensentwicklung	139	Vergütungen Executive Board
17	Highlights	143	Bericht der Revisionsstelle
28	Exhibitions		
39	Venues		
45	Live Marketing Solutions		
	Corporate Governance		
52	Hinweise	144	Einleitung
55	Aktionariat	146	CEO statement
58	Konzern	149	Ziele
60	Organisation und Management	152	Berichterstattung
64	Führungsstruktur	155	Wirtschaft
70	Verwaltungsrat	161	Umwelt
76	Executive Board	170	Gesellschaft
79	Personal		
80	Revisionsorgan		
	Finanzbericht		
	Konzernrechnung		
81	Konzern-Bilanz		
83	Konzern-Erfolgsrechnung		
85	Konzern-Gedflussrechnung		
87	Entw. des kons. Eigenkapitals		
89	Anhang zur Konzernrechnung		
116	Bericht der Revisionsstelle		
	Jahresrechnung MCH Group AG		
122	MCH Group AG Bilanz		
124	MCH Group AG Erfolgsrechnung		
125	Anhang zur Jahresrechnung		
128	Bericht der Revisionsstelle		

Einleitung zur Nachhaltigkeit

Die MCH Group hat ihre Wurzeln in der 1916 in Basel ins Leben gerufenen «Schweizer Mustermesse» und der als ihre Trägerschaft 1920 gegründeten Genossenschaft Schweizer Mustermesse in Basel. Sie ist heute ein führendes internationales Live Marketing Unternehmen mit einem umfassenden Dienstleistungs-Netzwerk im gesamten Messe- und Event-Markt.

Die Geschäftstätigkeit der MCH Group umfasst den Betrieb der Messegelände in Basel, Lausanne und Zürich («Venues»), die Veranstaltung von rund 40 eigenen Messen («Exhibitions») sowie individuelle Dienstleistungen in den Bereichen Strategie und Konzeption, Marketing Consulting, Event Management, Messe- und Eventbau und Multi Media («Live Marketing Solutions»). Im Jahr 2017 war die MCH Group Veranstalterin oder Gastgeberin von gegen 1'000 Events und betreute über 2'800 Projekte im Bereich Live Marketing Solutions.



Giardina 2017

« Nachhaltigkeit bedeutet, die ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Bedürfnisse der Gegenwart zu befriedigen, ohne für künftige Generationen die Möglichkeiten der Befriedigung ihrer Bedürfnisse einzuschränken. »

Der Nachhaltigkeitsbericht 2017 lehnt sich strukturell und inhaltlich an die Nachhaltigkeitsberichte der vorangegangenen vier Jahre an. Er gliedert sich – neben dem CEO-Statement und dem Beschrieb der Ziele und der Berichterstattung – in die Kapitel Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft, in denen jeweils wesentliche Aspekte beschrieben werden. Der Nachhaltigkeitsbericht steht im Kontext zum Geschäftsbericht 2017 (Jahresbericht, Finanzbericht, Vergütungsbericht), auf den an verschiedenen Stellen verwiesen wird.

2013 bis 2016 ist ein Nachhaltigkeitsbericht in Übereinstimmung mit den Leitlinien der «Global Reporting Initiative» (GRI) erstellt worden (zuletzt gemäss GRI G4 Leitlinien, Option «Kern»). In diesem Jahr verzichtet die MCH Group auf eine GRI-Zertifizierung ihres Nachhaltigkeitsberichts, da der dafür notwendige technokratische Aufwand unverhältnismässig geworden ist.

Der Nachhaltigkeitsbericht 2017 wird nur online veröffentlicht. Es stehen keine gedruckten Exemplare zur Verfügung.

Beratung, Projektleitung und Koordination:
Dr. Brigitte Ruetsch, Ruetsch & Partner Consulting GmbH, Bern

Kennzahlen Energie und Emissionen:
Zusammenarbeit mit Maria Stoll, bsd Consulting, Zürich

CEO Statement

Oberstes Ziel der MCH Group ist die langfristige Sicherung des Unternehmenserfolges zum Wohle aller Stakeholder. Ihr wirtschaftlicher Erfolg basiert im Wesentlichen auf zwei Grundpfeilern: auf der sich auf eine klare Strategie stützenden Weiterentwicklung des Unternehmens und auf der Verbindung der öffentlichen und privatwirtschaftlichen Interessen, welche das Aktionariat sowie die Führung des Unternehmens mitprägt.

Unternehmensstrategie

Die Unternehmensstrategie der MCH Group hat ein kontinuierliches, stabiles Wachstum zum Ziel. Im Zentrum der Wachstumsstrategie stehen der weitere Ausbau des Produkte- und Dienstleistungsangebots in den Bereichen der Marketing-Plattformen (Messen und Events) und Marketing-Lösungen (Live Marketing Solutions), die weitere Steigerung der Internationalität des Portfolios sowie die Entwicklung von digitalen Angeboten zur Ergänzung und Erweiterung des Live-Marketing-Geschäfts. Die weitere Unternehmensentwicklung soll sowohl organisch wie auch durch gezielte Kooperationen und Akquisitionen erfolgen.

« Die MCH Group ist strategisch und operativ gut aufgestellt. Die Strategie der Diversifikation, Internationalisierung und Digitalisierung wird weiter vorangetrieben. »

Das einzigartige Netzwerk der MCH Group mit den drei strategischen Divisionen «Exhibitions» (Eigenmessen), «Venues» (Gastveranstaltungen) und «Live Marketing Solutions» (Services) spielt in der Strategie-Umsetzung eine wichtige Rolle: Dank der Synergien mit den gruppeninternen Services kann im Messegeschäft der Anteil an der Wertschöpfungskette gesteigert werden. Gleichzeitig werden mit den individuellen Marketing-Lösungen zusätzliche Marktpotenziale im nationalen und internationalen Messe- und Event-Markt erschlossen.



René Kamm, Group CEO

«Public Private Partnership»

Die MCH Group bekennt sich zum Standort Schweiz sowie namentlich zu ihren Infrastruktur-Standorten Basel, Lausanne und Zürich als prioritäre Durchführungsorte der Eigenmessen. Sie nimmt damit die Interessen der Standorte wahr und sichert die grossen volkswirtschaftlichen Effekte, welche durch die Aktivitäten auf den Messe- und Kongressplätzen ausgelöst werden.

« Die volkswirtschaftlichen Standorteffekte sind vom Unternehmenserfolg abhängig. Die öffentlich-rechtlichen Körperschaften unterstützen deshalb die erfolgs- und gewinnorientierte Ausrichtung und die Strategie der MCH Group. »

Die Wahrnehmung dieser Standortinteressen ist durch die insgesamt 49-prozentige Beteiligung der Kantone Basel-Stadt, Basel-Landschaft, Zürich und der Stadt Zürich an der Holdinggesellschaft sowie durch die Vertretung der öffentlich-rechtlichen Körperschaften im Verwaltungsrat sicher gestellt. Da die volkswirtschaftlichen Standort-Effekte vom Unternehmenserfolg abhängig sind, unterstützen die öffentlich-rechtlichen Körperschaften die erfolgs- und gewinnorientierte Ausrichtung des Unternehmens. Sie befürworten die Durchführung von Messen an anderen Standorten sowie den Ausbau von standort- und/oder messeunabhängigen Aktivitäten, sofern diese zum Unternehmenserfolg beitragen und nicht zum Nachteil der eigenen Standorte sind.

Die MCH Group steht unter der Führung des Verwaltungsrates und des Executive Board der Holdinggesellschaft. Dies ermöglicht eine effiziente Führung des gesamten Konzerns und stellt eine optimale Umsetzung des integrierten Zusammenarbeitsmodells der einzelnen Divisionen sicher. Als börsenkotiertes Unternehmen richtet sich die MCH Group zudem nach den für die Corporate Governance relevanten Bestimmungen in der geltenden Gesetzgebung und in den Richtlinien der SIX Swiss Exchange.

Nachhaltigkeit

Die Unternehmenstätigkeit der MCH Group hat einen hohen Nachhaltigkeitswert. Ihre Marketing-Plattformen und -Lösungen tragen zum Erfolg zahlreicher Unternehmen und verschiedener Branchen bei. Die grossen volkswirtschaftlichen Effekte, welche durch ihre Tätigkeiten initiiert werden, kommen letztlich dem Gemeinwesen in Form von Steuereinnahmen zugute. Der Betrieb der Messegelände und die Durchführung der Veranstaltungen sind allerdings in Bezug auf ökologische Aspekte sehr intensiv. Der Ökologie wird im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung deshalb grosse Aufmerksamkeit geschenkt, da diese namentlich für das Umfeld von besonderer Relevanz ist.

« Die MCH Group will das nachhaltige Verhalten fördern und die Indikatoren der Nachhaltigkeit laufend verbessern. »

Die MCH Group hat sich in den letzten Jahren innerhalb der nationalen und internationalen Messe- und Eventbranche in vielerlei Hinsicht bemerkenswert entwickelt. Nachhaltigkeit ist ein mitentscheidender Faktor dieses Erfolgs, indem dieser nachhaltige ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Leistungen voraussetzt. Die MCH Group ist bestrebt, in allen Bereichen und auf allen Stufen das nachhaltige Verhalten zu fördern, die Nachhaltigkeitsindikatoren laufend zu verbessern und auch in Bezug auf die Nachhaltigkeit in ihrer Branche eine führende Position zu übernehmen.

René Kamm
Group CEO

Ziele

Mit der Umsetzung ihrer Unternehmensstrategie zum weiteren Ausbau ihrer nationalen und internationalen Marktposition will die MCH Group auch in Bezug auf die Nachhaltigkeit in der Messe- und Eventbranche eine führende Rolle wahrnehmen.

Wachstumsstrategie und starke Marktposition, Stabilität durch die strukturell verankerte Partnerschaft von Privatwirtschaft und Öffentlichkeit, grosse volkswirtschaftliche Effekte, horizontale und vertikale Synergieeffekte in ihrem Gruppen-Netzwerk und eine gute Corporate Governance: Das sind Faktoren, welche die MCH Group prägen und gleichzeitig die grundsätzliche Nachhaltigkeit des Unternehmens – seines Business-Modells und seiner Entwicklung – unterstreichen.

Diese Faktoren haben auch wesentlichen Einfluss auf die nachfolgend zusammengefassten Ziele und Strategieansätze in Bezug auf die Nachhaltigkeitskategorien.



Giardina

Wirtschaft

Die MCH Group will mit ihren Marketing-Plattformen und -Lösungen zur Stärkung der entsprechenden Branchen sowie ihrer nationalen und internationalen Kunden beitragen. Sie zeichnet sich durch eine ausserordentliche Produkt- und Dienstleistungsqualität aus, die sie kraft ihrer Fachkompetenz und Innovationsfähigkeit, grosser Branchenkenntnisse, einer starken Kundenorientierung sowie der Antizipation von Marktveränderungen erreicht.

Als Marktführerin strebt sie auch eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung und Stärkung der eigenen Messe- und Event-Branche an. Sie spielt in verschiedener Hinsicht eine Vorreiterrolle, beispielsweise mit ihrer privatwirtschaftlichen Ausrichtung, ihrem Gruppen-Netzwerk und dem entsprechenden Zusammenarbeitsmodell sowie in der strategischen und konzeptionellen Weiterentwicklung des Produkte- und Dienstleistungsportfolios. Sie engagiert sich in nationalen und internationalen Branchenverbänden.

Die MCH Group ist bestrebt, zur weiteren Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit die Ressourceneffizienz laufend zu erhöhen. Investitionen in die Infrastruktur, den Betrieb und die Leistungserbringung erfolgen nach ökonomischen und ökologischen Kriterien.

« Für die MCH Group ist ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit ein wichtiger Erfolgsfaktor und deshalb bei strategischen Entscheiden von grosser Bedeutung. Sie fördert in allen Bereichen und auf allen Stufen nachhaltiges Verhalten. (Ausschnitt aus dem Leitbild der MCH Group) »

Umwelt

Die MCH Group investiert laufend in die Optimierung der ökologischen Indikatoren: Beim Bau und Betrieb ihrer Gebäude und Anlagen durch die Steigerung der Energieeffizienz, den Einsatz erneuerbarer Energien und die Reduktion von Emissionen; in der Logistik durch eigens entwickelte Logistik- und Verkehrskonzepte sowie soweit möglich einer unterirdischen Anlieferung zur Reduktion der Umwelt- und der Quartierbelastung; bei der Produktion von Standbauten und Einrichtungen durch die Materialauswahl, eine energieeffiziente Produktion sowie auch klimaneutrale Angebote.

Das Unternehmen will das umweltbewusste Verhalten der Mitarbeitenden am Arbeitsplatz weiter fördern und die erforderlichen Ressourcen zur weiteren Reduktion der Umweltbelastung zur Verfügung stellen. Bei der Auswahl der Lieferanten und Materialien sollen ökologische Aspekte vermehrt eine entscheidende Rolle spielen, indem beispielsweise Anbieter aus der Region sowie Anbieter mit entsprechenden Nachhaltigkeitsnachweisen den Vorzug erhalten.

Gesellschaft

Die MCH Group will ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen. Sie bekennt sich zu den Grundwerten eines demokratischen Rechtsstaates. Sie achtet die Würde des Menschen und respektiert die Werte anderer Kulturen. Sie betrachtet die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und die Anwendung seriöser Geschäftspraktiken als selbstverständlich.

Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der MCH Group werden attraktive Arbeitsbedingungen geboten, aufbauend auf einer erfolgsorientierten Kultur der Motivation und Selbstverantwortung. Sie werden durch interne und externe Aus- und Weiterbildungsprogramme in ihrer Weiterentwicklung unterstützt.

Die MCH Group besitzt rund 250 eingetragene Marken, deren Schutz sie laufend und aktiv prüft. Sie engagiert sich überdies im Rahmen der Weltmesse für Uhren und Schmuck Baselworld für den Schutz des geistigen Eigentums und des fairen Handels. Sie hat zusammen mit zahlreichen Experten «Art Market Principles and Best Practices» entwickelt – einen «Code of Conduct» für die Kunden der Art Basel.

Berichterstattung

Mit ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung will die MCH Group den Dialog mit ihren wichtigsten Stakeholdergruppen stärken, weil diese die ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Leistung des Unternehmens massgeblich beeinflussen und von dieser auch betroffen sind.

Die MCH Group geht bei der Festlegung der Berichtsinhalte folgendermassen vor:

1. **Definition der Aspekte:** In der Vorbereitung des Berichts werden unter Einbezug von Vertreterinnen und Vertretern der internen und externen Stakeholdergruppen die zu behandelnden Aspekte definiert. Im Vordergrund steht dabei die Relevanz der Aspekte für die Stakeholdergruppen.
2. **Priorisierung:** Entscheidende Kriterien bei der Priorisierung der Themen sind die Bedeutung ihrer wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen innerhalb und ausserhalb des Unternehmens sowie ihr Einfluss auf Beurteilungen und Entscheidungen der Stakeholder.
3. **Validierung:** Bei der Festlegung und Umsetzung der Berichtsinhalte werden die Inputs der Stakeholdergruppen berücksichtigt. Das Executive Board und der Verwaltungsrat der MCH Group AG genehmigen jeweils den Nachhaltigkeitsbericht vor seiner Veröffentlichung.
4. **Überprüfung:** Nach der Veröffentlichung des Berichts werden die Inhalte unter Einbezug der involvierten Stakeholdergruppen überprüft, und die Ergebnisse fliessen in die Vorbereitung des nächsten Berichts ein.



Art Basel Miami Beach

Da die Stakeholdergruppen neben der wirtschaftlichen Leistung des Unternehmens insbesondere grosses Interesse an der Berichterstattung zum Energieverbrauch und den Emissionen sowie an den Angaben zur Unternehmensführung (Corporate Governance, Code of Conduct, Compliance) bekunden, wird im Nachhaltigkeitsbericht 2017 ein entsprechendes Gewicht auf diese Aspekte gelegt.

Nachhaltigkeits-Aspekte

Wirtschaft

Wirtschaftliche Leistung

Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen

Unternehmensstrategie

Umwelt

Energieverbrauch

Emissionen

Gesellschaft

Beschäftigung

Markenschutz

Schutz geistigen Eigentums

«Art Market Principles and Best Practices»

Corporate Governance

«Code of Conduct»

Korruptionsbekämpfung

Compliance

Stakeholder und wesentliche Aspekte

Kunden

Veranstalter, Aussteller, Besucher von Messen und Events, Auftraggeber Live Marketing Solutions

Aspekte

Wirtschaftliche Leistung, Unternehmensstrategie, Markenschutz, Schutz geistigen Eigentums, «Art Market Principles and Best Practices»

Umfeld

Hotellerie und Gastronomie, öffentliche Verkehrsbetriebe, Polizei, politische Behörden und Organisationen, Wirtschafts-, Tourismus-, Umweltverbände, Nachbarn

Aspekte

Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen, Energie, Emissionen

Zulieferer

Bau- und Baunebengewerbe, Energie, Logistik, Sicherheit, Material-Lieferanten, Marketing & Kommunikation, Einrichtungen, Technisches Equipment

Aspekte

Wirtschaftliche Leistung, indirekte wirtschaftliche Auswirkungen, Corporate Governance

Partner

Offizielle Partner der MCH Group (Logistik, Catering, Reinigung etc.)

Aspekte

Wirtschaftliche Leistung, indirekte wirtschaftliche Auswirkungen, Corporate Governance

Verbände

Branchenverbände Messen und Events (national, international)

Aspekte

Wirtschaftliche Leistung, Beschäftigung, Corporate Governance

Aktionäre

Öffentlich-rechtliche Körperschaften und private Aktionäre

Aspekte

Wirtschaftliche Leistung, Unternehmensstrategie, Corporate Governance

Medien

Tages-/Wochenmedien und Fachmedien (Print, Radio/TV, online)

Aspekte

Wirtschaftliche Leistung, Unternehmensstrategie, Corporate Governance

Mitbewerber

Messe- und Eventbranche (national und international)

Aspekte

Wirtschaftliche Leistung, Unternehmensstrategie, Corporate Governance

Personal

Management, Mitarbeitende, Freelancer

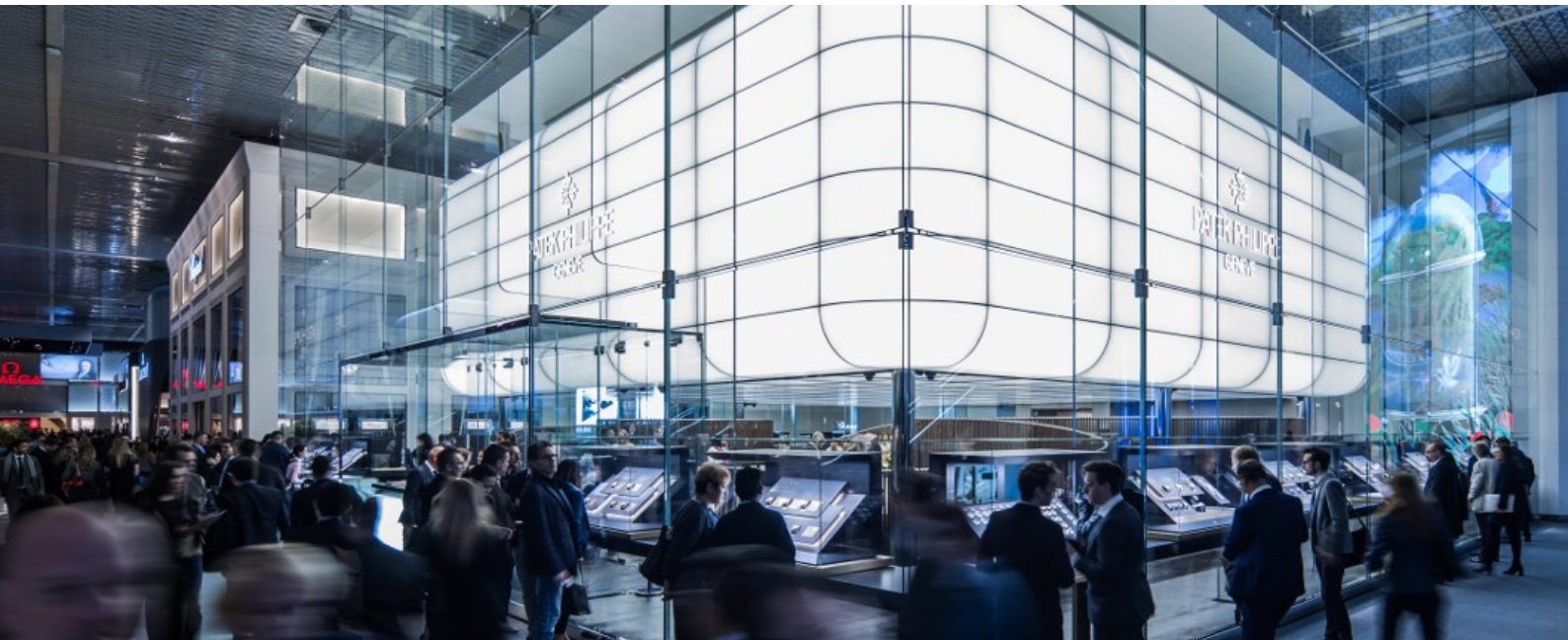
Aspekte

Wirtschaftliche Leistung, Beschäftigung, Code of Conduct

Wirtschaft

Die MCH Group konnte im Geschäftsjahr 2017 den Umsatz gegenüber den Vorjahren steigern, verschiedene Sondermassnahmen führten allerdings zu einem ausserordentlichen Konzernverlust. Im vergangenen Jahr sind mehrere wichtige strategische Initiativen umgesetzt und eingeleitet worden. Die Strategie der Diversifikation, Internationalisierung und Digitalisierung wird intensiv vorangetrieben.

Die Geschäftstätigkeit der MCH Group umfasst den Betrieb der Messegelände in Basel, Lausanne und Zürich («Venues»), die Veranstaltung von rund 40 eigenen Messen («Exhibitions») sowie individuelle Dienstleistungen in den Bereichen Strategie und Konzeption, Marketing Consulting, Event Management, Messe- und Eventbau und Multi Media («Live Marketing Solutions»). Im Jahr 2017 war die MCH Group Veranstalterin oder Gastgeberin von gegen 1'000 Events und betreute über 2'800 Projekte im Bereich Live Marketing Solutions.



Baselworld

Trotz zyklusbedingt schwachem Messejahr und Rückgängen im nationalen Messe- und Eventgeschäft konnte der Umsatz im Geschäftsjahr 2017 im Vergleich zum Vorjahr um 12% auf CHF 493.3 Mio. gesteigert werden. Der Konzerngewinn aus der normalen Geschäftstätigkeit liegt bei CHF 10.0 Mio. Auf Grund von Sondermassnahmen – Sonderabschreibungen auf die Messehallen in Basel und Sonderrückstellungen für strukturelle Optimierungen im nationalen Messe- und Eventgeschäft – resultiert ein Verlust von CHF -110.0 Mio. Auf Grund der in den letzten Jahren gestärkten Bilanz sind diese Sondermassnahmen für das Unternehmen verkraftbar. Die Bilanz ist stark und gesund.

« Die MCH Group ist stark und gut aufgestellt. Die Unternehmensstrategie greift und wird weiter intensiv vorangetrieben. »

Die MCH Group hat frühzeitig Massnahmen zur Diversifikation, Internationalisierung und Digitalisierung der Geschäftstätigkeit ergriffen. In den letzten Jahren wurde der Bereich Live Marketing Solutions ausgebaut und seine internationale Position insbesondere mit der Übernahme des amerikanischen Unternehmens MC² im Geschäftsjahr 2017 markant verstärkt. Mit dem Ausbau der internationalen Position im Kunstmarkt durch neue Initiativen wie die «Art Basel Cities» und die Beteiligung an der ART DÜSSELDORF sowie mit der Entwicklung der «Collector Events Strategy» durch die Lancierung der Grand Basel und die Akquisition der Masterpiece London sind im letzten Jahr weitere zukunftsorientierte Initiativen gestartet worden. Die MCH Group hat per 1. Januar 2018 ihre Organisationsstruktur verstärkt auf die Umsetzung der Unternehmensstrategie ausgerichtet.

Details zum Geschäftsjahr 2017:

[Jahresbericht 2017](#)

[Finanzbericht 2017](#)

Kennzahlen

Konzern-Erfolgsrechnung in Mio. CHF	2017	%/Ertrag	2017 vor Sonder- massnahmen	%/Ertrag	2016	%/Ertrag	2015	%/Ertrag
Betriebsertrag	493.3	100.0	493.3	100.0	440.3	100.0	418.9	100.0
Exhibitions (Eigenmessen)	294.9	59.8	294.9	59.8	332.9	75.6	296.5	70.8
Venues (Gastveranstaltungen)	36.9	7.5	36.9	7.5	41.9	9.5	43.9	10.5
Live Marketing Solutions	161.5	32.7	161.5	32.7	65.5	14.9	78.5	18.7
EBITDA	43.8	8.9	61.5	12.5	89.0	20.2	85.3	20.4
EBIT	-104.0	-21.1	16.1	3.3	41.6	9.5	40.1	9.6
Konzernverlust / -gewinn	-110.0	-22.3	10.0	2.0	34.3	7.8	30.9	7.4

Konzern-Bilanz in Mio. CHF	31.12.2017	%/Bilanz- summe	31.12.2016	%/Bilanz- summe	31.12.2015	%/Bilanz- summe
Umlaufvermögen	259.9	37.8	356.9	39.0	322.0	35.2
Anlagevermögen	428.3	62.2	559.1	61.0	592.3	64.8
Aktiven	688.2	100.0	916.0	100.0	914.3	100.0
Fremdkapital	454.5	66.0	477.1	52.1	506.4	55.4
Eigenkapital	233.7	34.0	438.9	47.9	407.9	44.6
Passiven	688.2	100.0	916.0	100.0	914.3	100.0
Nettoverschuldung in Mio. CHF	2017		2016		2015	
31.12.	130.7		69.1		91.9	

2017	Anzahl	Aussteller	Besucher	BAF ¹⁾	Dauer ²⁾
Exhibitions	29	7 001	1 464 042	837 927	143
Eigenmessen					
Messe Basel	12	3 797	646 235	401 189	58
Expo Beaulieu Lausanne	5	1 266	235 879	103 731	31
Messe Zürich	7	1 216	321 188	111 035	32
Weitere Standorte	5	722	260 740	221 972	22
Venues	941	13 265	2 260 657	1 079 563	550
Alle Veranstaltungen					
Messen	75	12 650	1 670 765	1 052 402	256
Messe Basel	21	4 881	747 865	501 719	81
Expo Beaulieu Lausanne	19	2 094	313 187	190 040	70
Messe Zürich	35	5 675	609 713	360 643	105
Hallenvermietungen & Events	29		104 575		
Messe Basel	9		65 300		
Expo Beaulieu Lausanne	7		7 795		
Messe Zürich	13		31 480		
Kongresse & Saalvermietungen	456	615	131 867	27 161	294
Congress Center Basel	164	615	128 087	27 161	294
Konferenzsäle Messe Zürich	292		3 780		
Musical Theater	381		353 450		
Musical Theater Basel	185		177 050		
Theater 11 Zürich	196		176 400		

1) Bruttoausstellungsfläche in m²

2) Veranstaltungstage (ohne Auf-/Abbau)

2017	2017	Projekte	in der Schweiz	im Ausland
Live Marketing Solutions	Live Marketing Solutions	2 803	1 054	1 749
Strategie & Konzeption	Strategie & Konzeption	4	0	4
Marketing Consulting	Marketing Consulting	84	81	3
Event Management	Event Management	44	26	18
Messe- & Eventbau	Messe- & Eventbau	1 917	220	1 697
Multi Media	Multi Media	754	727	27

Wertschöpfungskette

Im Messe- und Event-Markt stehen am Anfang der Wertschöpfungskette die Veranstalter, die für die Durchführung ihrer Veranstaltungen geeignete Infrastrukturen sowie verschiedene weitere Services – hier als Marketing-Lösungen bezeichnet – benötigen. Die Anbieter dieser Marketing-Lösungen erbringen ihre Services jedoch nicht nur für die Veranstalter, sondern vor allem auch für einzelne Akteure im Zusammenhang mit den entsprechenden Veranstaltungen (zum Beispiel Aussteller an Messen oder Sponsoren bei Sport-Events). Die einzelnen Akteure innerhalb der Wertschöpfungskette sind häufig Zulieferer der voranstehenden und Auftragsgeber der nachfolgenden Leistungserbringer.

Wertschöpfungskette & Leistungserbringung

Wertschöpfungskette	Marketing-Plattformen (Messen und Events)		Marketing-Lösungen («Live Marketing Solutions»)				
	Veranstalter	Infrastruktur	Strategie & Konzeption	Marketing Consulting	Event Management	Messe- & Eventbau	Multi Media
Leistungen MCH Group							
Leistungen Dritter							

Die MCH Group erbringt in dieser Wertschöpfungskette ein sehr breites Leistungsspektrum, das von Fall zu Fall unterschiedlich sein kann. Die Leistungen der MCH Group können grundsätzlich immer auch von Dritten erbracht werden, und die Kunden sind in der Wahl ihrer Zulieferer frei. Bei ihren eigenen Messen an ihren eigenen Standorten erbringt die MCH Group die Leistung des Veranstalters sowie des Infrastrukturbetreibers, bei Eigenmessen an fremden Standorten nur diejenige des Veranstalters. Bei Gastmessen beschränkt sich die Leistung der MCH Group primär auf die Bereitstellung der Infrastruktur.

Sowohl bei Eigen- wie auch bei Gastmessen kann die MCH Group zudem individuelle Marketing-Lösungen für die ausstellenden Firmen erbringen, zum Beispiel im Bereich Messebau. Die MCH Group erbringt ihre Leistungen im Bereich «Live Marketing Solutions» aber nicht nur im Messewesen, sondern ist damit im ganzen Live Marketing Markt aktiv, das heisst auch bei anderen Formen von Corporate Events sowie in den Bereichen Kultur und Sport.

Dort, wo die MCH Group selber als Leistungserbringer auftritt, kann die Inanspruchnahme der Zuliefergruppen ebenfalls stark variieren. Im Bereich Infrastruktur zum Beispiel konzentriert sich das Leistungsspektrum der MCH Group weitgehend auf das Facility Management, die Facility Services werden in der Regel von regionalen Zulieferern erbracht.

Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen

Die Messeplätze in Basel (seit 1917), Lausanne (seit 1919) und Zürich (seit 1945) sind historisch verankert und gewachsen, verbunden mit einem entsprechenden Engagement seitens der Öffentlichkeit, das sich unter anderem in den Beteiligungen der Standort-Körperschaften an der MCH Group manifestiert.

Messen, Kongresse und Events lösen einen grossen direkten und indirekten volkswirtschaftlichen Nutzen aus. Verschiedenen Studien zufolge generieren Messesgesellschaften eine so genannte «Umwegrentabilität» des Acht- bis Zehnfachen ihres eigenen Umsatzes. Nur etwa 20 bis 25 % der Ausgaben, welche bei einem ausstellenden Unternehmen im Rahmen seiner Messebeteiligung anfallen, fliessen in die Kasse des Messeveranstalters. 75 bis 80 % der Ausgaben kommen verschiedenen Zulieferern und Dienstleistern zugute. Das zeigen zahlreiche Studien zu den volkswirtschaftlichen Effekten des Messewesens.

Rechnet man die Ergebnisse dieser Studien auf die aktuellen Kennzahlen der MCH Group hoch, lassen sich folgende Schätzungen ableiten: Für ihre Beteiligung an einer Veranstaltung der MCH Group an den Standorten Basel, Lausanne und Zürich tätigen Aussteller und Besucher jedes Jahr Ausgaben von rund CHF 3 Mrd. Diese Ausgaben kommen dem Bau- und Baunebengewerbe (20%), dem Gastgewerbe (30%), den Verkehrsbetrieben (16 %), dem Detailhandel (6 %) sowie verschiedenen Dienstleistern (28 %) zugute. Diese Initialeffekte lösen als direkte und indirekte Folgeeffekte Umsätze von insgesamt rund CHF 6 Mrd. aus. Die damit verbundene Wertschöpfung entspricht rund 35'000 Arbeitsplätzen und Steuererträgen von Bund, Kantonen und Gemeinden in der Höhe von gegen CHF 500 Mio.

Nicht in Zahlen darstellen lassen sich weitere Effekte, insbesondere die positiven Auswirkungen, welche erfolgreiche Messen als Marketing-Plattformen für die entsprechende Branche und eine erfolgreiche Messebeteiligung für die ausstellenden Firmen haben.

Für die Durchführungsorte haben Messen und Kongresse oft auch touristische «Leuchtturmeffekte», indem sie eine Ausstrahlung und Anziehungskraft ausüben, welche sich auf die Stadt oder das Land übertragen. So profitiert die Region Basel zum Beispiel davon, dass die weltweit führenden Veranstaltungen Baselworld sowie Art Basel in Basel, Art Basel in Miami Beach und Art Basel in Hong Kong den Namen ihrer «Heimatstadt» in die ganze Welt hinaustragen.

Unternehmensstrategie

Die seit nunmehr über zehn Jahren kontinuierlich verfolgte Unternehmensstrategie der MCH Group ist auf ein stabiles und gesundes Wachstum ausgerichtet. Sie trägt den rückläufigen Tendenzen im nationalen Messe- und Eventmarkt sowie den Herausforderungen der digitalen Transformation Rechnung.

Im Zentrum der Wachstumsstrategie der MCH Group stehen die folgenden strategischen Stossrichtungen:

— Diversifikation des Produkte- und Dienstleistungsangebots im Bereich der Marketing-Plattformen (Messen und Events) und der Marketing-Lösungen (Live Marketing Solutions).

— Steigerung der Internationalität des Produkte- und Dienstleistungsportfolios.

— Entwicklung von digitalen Angeboten zur Ergänzung und Erweiterung des Live-Marketing-Geschäfts.

Die MCH Group hat im Geschäftsjahr 2017 zahlreiche strategische Initiativen zur weiteren Diversifikation, Internationalisierung und Digitalisierung ihrer Geschäftstätigkeit umgesetzt und lanciert – organisch unter anderem mit der Lancierung der Grand Basel, akquisitorisch mit der Übernahme der amerikanischen MC²-Gruppe und der Beteiligung an der Masterpiece London und an der ART DÜSSELDORF.

Die Strategieumsetzung wird mit erster Priorität weiter intensiv vorangetrieben. Die wichtigsten strategischen Initiativen:

Die MCH Group will mit neuen kuratierten B2C-Plattformen ihre Position in hochwertigen internationalen Sammler-Märkten ausbauen. Die «Collector Events Strategy» stützt sich auf vier Pfeiler: die Art Basel (mit neuen Initiativen wie «Art Basel Cities»), die Grand Basel, ein neuer Event für automobile Meisterwerke (mit Expansion in USA, Asien und Mittleren Osten), die Masterpiece London (mit Expansion in USA, Asien und Mittleren Osten) sowie die Erweiterung des Portfolios mit regionalen Kunstmessen.

Im nationalen Messegeschäft soll das Portfolio auf eine stabile Profitabilität ausgerichtet und weiter bereinigt werden. Gleichzeitig sollen neue Themen aufgegriffen und neue Formate wie zum Beispiel die 2017 ins Leben gerufene SmartSuisse geschaffen werden.

Bei der Baselworld will sich die MCH Group noch stärker auf die Branchenführer ausrichten, die auch in Zukunft zu einem grossen Teil den Markt ausmachen werden. Für die weitere Zukunft sollen Konzepte entwickelt werden, welche auf den gemeinsamen Nenner der Bedürfnisse der Branchenführer ausgerichtet sind.

Im Bereich der Live Marketing Solutions sollen im laufenden Geschäftsjahr die Kompetenzen und das Dienstleistungsangebot im Bereich der Strategie und Konzeption weiter gestärkt und ausgebaut werden, um die Marktentwicklungen und Bedürfnisse der Kunden noch besser antizipieren und befriedigen zu können. Der Aufbau der "Agentur der Zukunft" soll unter anderem durch strukturelle und organisatorische Optimierungen unterstützt werden.

Die MCH Group investiert weiter in die Digitalisierung ihrer Geschäftstätigkeit. Im Vordergrund stehen dabei die Entwicklung neuer digitaler Plattformen für die Sammler-Events, die Digitalisierung des Besuchermarketings sowie Eventtechnologien zum Informationstransfer, «Matchmaking» und zur Erlebniserweiterung durch «Augmented Reality».

Umwelt

Die MCH Group investiert laufend in die Optimierung der ökologischen Indikatoren, unter anderem bei ihren Gebäuden und Anlagen, in der Logistik sowie bei der Produktion von Standbauten und Einrichtungen. Sie fördert das umweltbewusste Verhalten der Mitarbeitenden am Arbeitsplatz und stellt die erforderlichen Ressourcen zur weiteren Reduktion der Umweltbelastung zur Verfügung.

Während die MCH Group Eigentümerin der Messegelände in Basel und Zürich ist, betreibt sie in Lausanne nur einen Teil der Beaulieu Lausanne als Mieterin. Die Berichterstattung betreffend Energieverbrauch und Emissionen legt deshalb den Schwerpunkt auf die Messegelände in Basel und Zürich, die als «Produktionsstätten» bezüglich Energieeffizienz und Emissionen den bedeutendsten Anteil des Unternehmens ausmachen und diesbezüglich für das Umfeld von grosser Relevanz sind. Ein weiterer Schwerpunkt wird auf die Standbau-Firma Expomobilia gelegt, deren Nachhaltigkeitsstrategie und -massnahmen für viele Kunden wichtig sind.



Photovoltaik-Anlage Messe Basel, Halle 1

Messe Basel und Messe Zürich

Photovoltaik-Anlagen

Bereits 1999 wurde auf dem Dach der Halle 1 in Basel eine Photovoltaikanlage mit integrierter Dachbegrünung installiert, welche die Nutzung von Solarenergie ermöglicht. Sie hat eine Panelfläche von 1'900 m² mit einer Leistung von 215'000 kWh pro Jahr. Eine viermal so grosse Anlage ist auf dem begrünten Dach des 2013 fertig erstellten Neubaus der Messe Basel errichtet worden. Diese Photovoltaikanlage, die in Zusammenarbeit mit einem Investor erstellt worden ist, speist jährlich rund 1'080'000 kWh Strom ins Netz der Industriellen Werke Basel (IWB), welche die Anlage im Jahr 2014 übernommen hat. Die MCH Group unterstützt zudem die Plattform «Wettstein 21», welche für die Installation einer weiteren Photovoltaikanlage auf dem Dach des Congress Center Basel verantwortlich ist. Diese ist Ende 2014 realisiert worden und liefert jährlich rund 180'000 kWh Strom. Die Dachfläche wurde gratis zur Verfügung gestellt.

Seit 2009 ist auf dem Dach der Messe Zürich eine Photovoltaikanlage mit 1'200 m² Panels und einer Leistung von 150'000 kWh pro Jahr in Betrieb.

« Die MCH Group investiert laufend in die Optimierung der Energieeffizienz und die Minimierung der Umweltemissionen an ihren Messeplätzen in Basel und Zürich. »

Minergie-Zertifikat

Beim 2013 fertig erstellten Hallenneubau der Messe Basel wurde grosser Wert darauf gelegt, die grösstmögliche Energieeffizienz zu erreichen. Der Neubau genügt hohen energetischen Standards, sowohl in Bezug auf die Dämmung der Hülle als auch in Bezug auf eine ressourcenschonende Bereitstellung der benötigten Wärme- und Kälteenergie. Alle Heizungs-, Lüftungs- und Kälteanlagen werden bedarfsabhängig betrieben, die anfallende Abwärme wird grösstenteils genutzt.

Die Minergie-Zertifizierungsstelle Basel-Stadt hat dem Messe-Neubau das Minergie-Label BS-054 verliehen. Das Zertifikat ist eigens für den Messe-Neubau der Messe Basel entwickelt worden. Zusätzlich werden die Zielwerte der SIA-Norm 380/4 bezüglich Beleuchtung und Lüftung/Klimatisierung eingehalten.

Logistik

Der Anlieferungsverkehr der Messe- und Kongressgelände der MCH Group wird durch ein Verkehrsregime via Checkpoint gesteuert. In Basel ist ein Online-Logistik-Tool entwickelt worden, das dieses Regime unterstützt: Sämtliche Transporte zum Messegelände müssen bereits im Vorfeld für ein bestimmtes Zeitfenster angemeldet werden. Vom Checkpoint aus, den die Chauffeure anfahren müssen, werden die LKW zur festgelegten Zeit über eine bestimmte Route zur Anlieferungszone der entsprechenden Halle dirigiert, wo sie innert einer vorgegebenen Zeit entladen bzw. beladen sein müssen. Um diesen Vorgang optimal steuern zu können, werden alle Bewegungen auf dem Messegelände durch den Logistik Partner der Messe Basel getätigt.

Abfallbewirtschaftung

Die Abfallbewirtschaftung bei den Veranstaltungen erfolgt nach dem Verursacherprinzip, wobei für eine getrennte und fachgerechte Entsorgung der Abfälle gesorgt wird.

Verkehr

Die MCH Group fördert bei ihren Veranstaltungen die Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel mit dem Angebot verschiedener Spezialtickets in Partnerschaft mit SBB RailAway und der Deutschen Bahn DB.

« Expomobilia konzipiert und realisiert Messe- und Eventbauten mit langer Lebensdauer und einem hohem Grad an Wiederverwendbarkeit. »

Messe- und Eventbau – Expomobilia

Expomobilia legt grossen Wert auf Standbauten mit langer Lebensdauer und hoher Wiederverwendbarkeit, unter anderem mit einer grossen Auswahl an Materialien aus wiederverwendbaren oder biologisch abbaubaren Stoffen sowie Beleuchtungskörpern mit langlebigen Leuchtmitteln.

An ihren Standorten in Effretikon und Fehraltorf betreibt Expomobilia zwei Photovoltaikanlagen mit insgesamt 3'000 m² Fläche. Damit werden durchschnittlich 435 MWh pro Jahr erzeugt. Seit 2014 deckt Expomobilia ihren gesamten Strombedarf mit Schweizer Ökostrom und bezieht diesen vom unabhängigen Grünstrom-Spezialisten FAIR POWER. Das FAIR POWER Zertifikat garantiert, dass dieser Strom ökologisch hergestellt und für Expomobilia ins Netz eingespeisen wird. Der CO₂-Anteil der Wasserkraftproduktion wird vollständig über die Fair Recycling Foundation kompensiert.

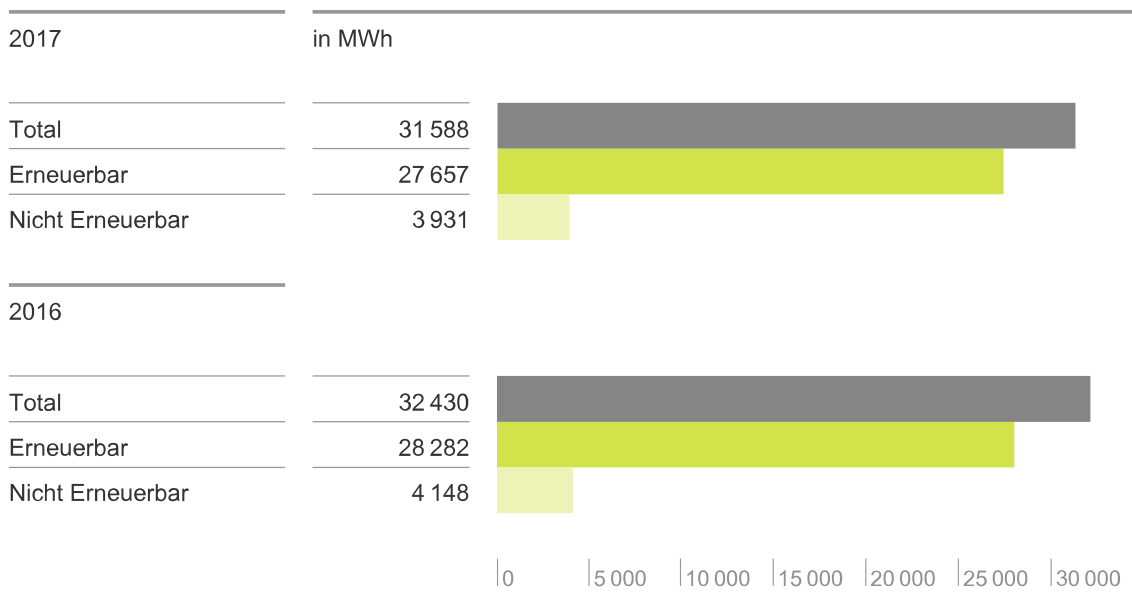
Ihren Wärmebedarf für die Firmengebäude bezieht Expomobilia aus dem Fernwärmeverbund, der von den Elektrizitätswerken des Kantons Zürich betrieben wird.

Energieverbrauch und Emissionen

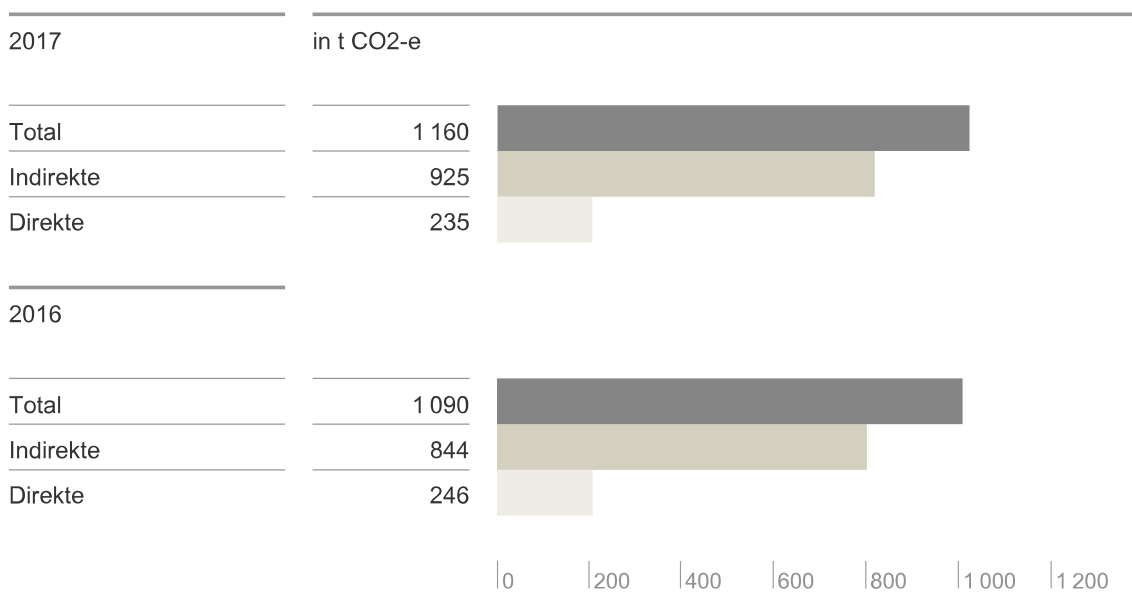
Messe Basel und Messe Zürich

Die Messe Basel und die Messe Zürich decken ihren gesamten Strombedarf mit Strom der Industriellen Werke Basel (IWB). IWB-Strom ist zu 100% erneuerbare Energie, die mit eigenen Kraftwerkskapazitäten grösstenteils aus Schweizer Wasserkraft gewonnen wird.

Energieverbrauch Messe Basel und Messe Zürich



Emissionen Messe Basel und Messe Zürich



Der Gesamtenergieverbrauch 2017 der Messe Basel und Messe Zürich hat im Vergleich zu 2016 um 2.6% abgenommen (2017: 31'588 MWh; 2016: 32'430 MWh). Während für Zürich der Energieverbrauch zugenommen hat, ist für den Messestandort Basel eine Abnahme zu verzeichnen. Dies widerspiegelt die Kennzahlen der Veranstaltungen an den beiden Messeplätzen in den beiden letzten Jahren.

Die Emissionen 2017 haben im Vergleich zu 2016 um 6.4 % zugenommen (2017: 1'160 kg CO2-e; 2016: 1'090 kg CO2-e). Hauptgrund: höherer Emissionsfaktor für Fernwärme.

Da der Strommix 2016 für die Messestandorte Basel und Zürich erst im Februar 2017 genau bekannt war, sind rückwirkend die Emissionen 2016 kalkulatorisch angepasst worden.

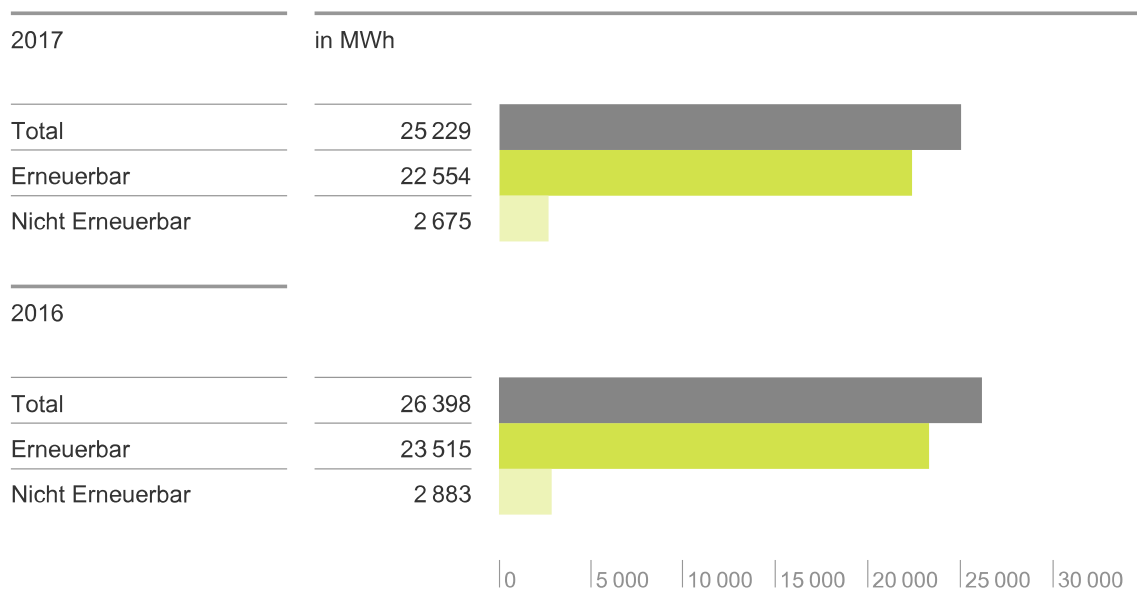
Messe Basel

Die Messe Basel hat eine Ausstellungsfläche von insgesamt 141 000 m², davon 122'000 m² in den beiden Haupthallen 1 und 2. Zur Messe Basel gehören zudem das Congress Center Basel mit 25 Räumen und Kapazitäten bis zu 5'000 Personen sowie das Musical Theater Basel mit 1'500 Sitzplätzen. Der nördliche Teil der Halle 1 ist im Jahr 1999, der südliche im Jahr 2013 in Betrieb genommen worden. Der gesamte Komplex erfüllt hohe funktionale und betriebliche Anforderungen. Der 2013 in Betrieb genommene Neubau ist mit dem Minergie-Label BS-054 zertifiziert.

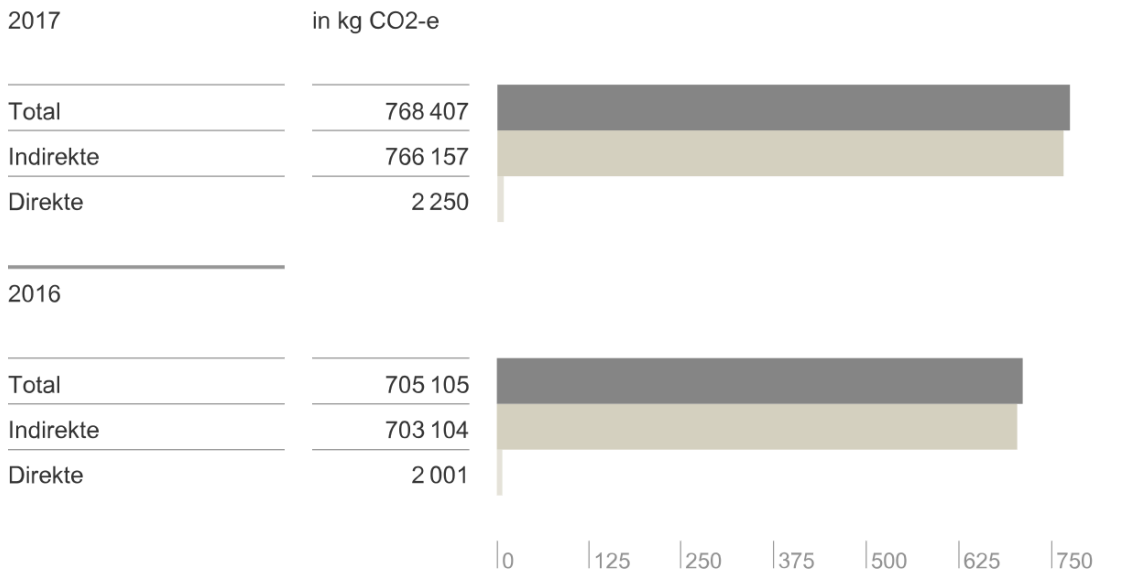
Kennzahlen	2017	2016
Messen	21	25
Aussteller	4 881	7 065
Besucher	747 865	877 722
m ² Ausstellungsfläche	501 719	668 623
Weitere Events	358	354
Besucher	370 437	334 828

Energie und Emissionen Messe Basel (ohne Verwaltung)

Energieverbrauch Messe Basel (ohne Verwaltung)



Emissionen Messe Basel (ohne Verwaltung)



Der Energieverbrauch 2017 hat im Vergleich zu 2016 um 4.4% abgenommen (2017: 25'229 MWh; 2016: 26'398 MWh).

Die Emissionen 2017 haben im Vergleich zu 2016 um 9% zugenommen (2017: 768'407 kg CO₂-e; 2016: 705'105 kg CO₂-e). Dies ist im Wesentlichen auf die indirekten Emissionen resp. einen höheren Emissionsfaktor (für Fernwärme) zurückzuführen.

Da der Strommix 2016 erst im Februar 2017 genau bekannt war, sind rückwirkend die Emissionen 2016 kalkulatorisch angepasst worden.

Messe Zürich

Die Messe Zürich hat eine Ausstellungsfläche von 30'000 m². Rund 27'000 m² befinden sich in den Hallen 1 bis 7 im Hauptgebäude, hinzu kommt die alleinstehende Halle 9 mit rund 3'000 m². Im Hauptgebäude befinden sich zudem sieben kleinere Konferenzräume für 30 bis 80 Personen. Zur Messe Zürich gehört auch das Theater 11 Zürich mit 1'500 Sitzplätzen.

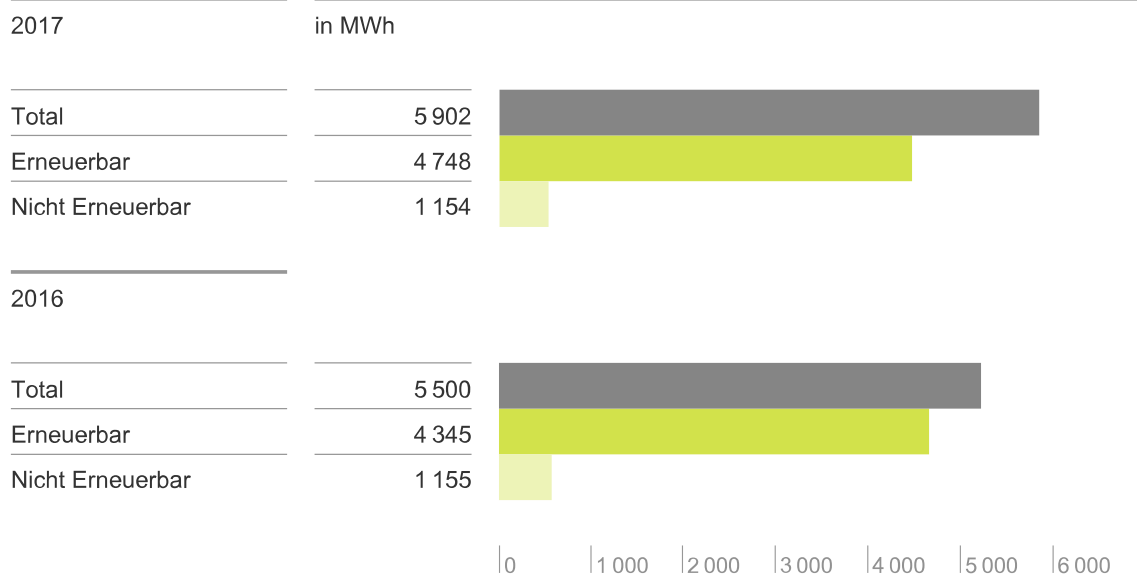
Das in der heutigen Form 1998 in Betrieb genommene Messe-Hauptgebäude zeichnet sich durch seine betriebliche Funktionalität aus, die sich in einer sehr hohen Auslastung niederschlägt.

2016 und 2017 ist die Halle 9 der Asyl Organisation Zürich AOZ für die Unterbringung und Betreuung von rund 250 Flüchtlingen zur Verfügung gestellt worden.

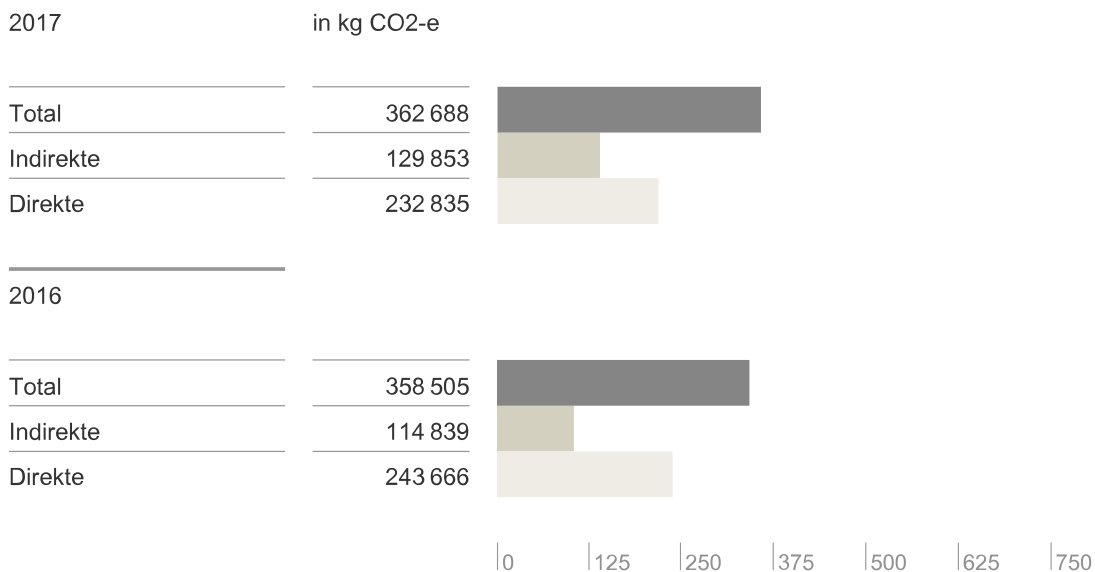
Kennzahlen	2017	2016
Messen	35	30
Aussteller	5 675	5 985
Besucher	609 713	586 634
m ² Ausstellungsfläche	360 643	346 469
Weitere Events	501	456
Besucher	211 660	184 500

Energie und Emissionen Messe Zürich

Energieverbrauch Messe Zürich



Emissionen Messe Zürich



Der Energieverbrauch hat im 2017 um 7.3% zugenommen (2017: 5'902 MWh; 2016: 5'500 MWh). Dabei ist fast ausschliesslich der Verbrauch erneuerbarer Energie gestiegen. Die Emissionen 2017 haben um 1.2% zugenommen (2017: 362'688 kg CO₂-e; 2016: 358'505 kg CO₂-e).

Da der Strommix 2016 erst im Februar 2017 genau bekannt war, sind rückwirkend die Emissionen kalkulatorisch angepasst worden.

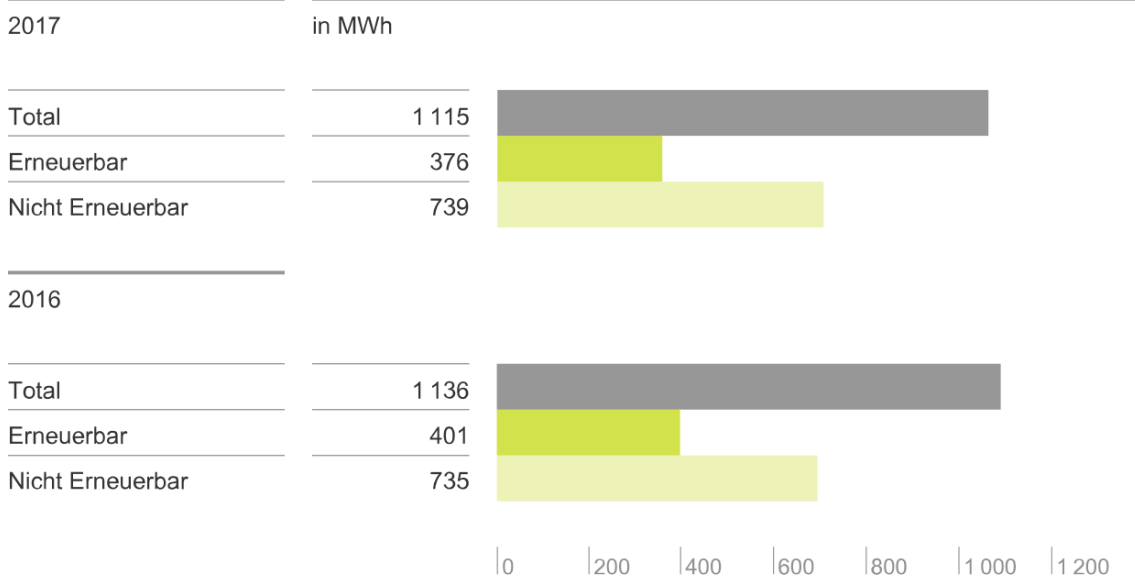
Expomobilia

Die 1973 in der Schweiz gegründete Expomobilia ist auf Messe- und Eventbau spezialisiert – Design, Konzeption, Produktion und Montage. Die Produktionsbetriebe vom Beschriftungsatelier bis hin zur Schlosserei sind unter einem Dach und eng miteinander vernetzt.

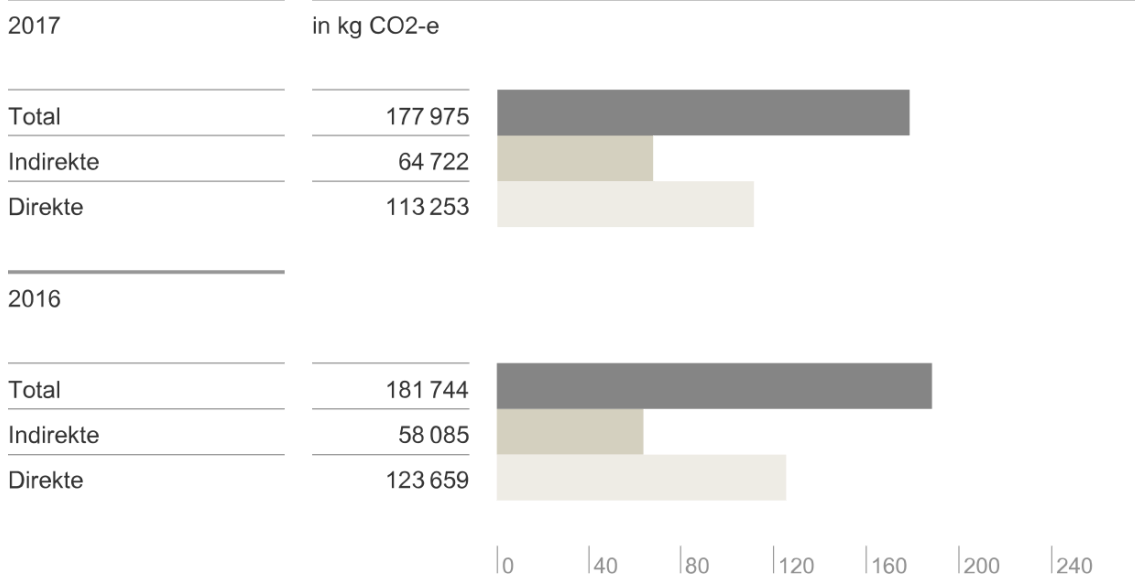
2017 hat Expomobilia 307 (2016: 317) Projekte realisiert, davon 220 (2016: 267) in der Schweiz. Die meisten dieser Projekte umfassten das ganze Leistungsspektrum, vom Design bis zur Produktion und Montage.

Energieverbrauch und Emissionen Expomobilia

Energieverbrauch Expomobilia



Emissionen Expomobilia



Der Energieverbrauch hat im 2017 um 1% abgenommen (2017: 1'115 MWh; 2016: 1'136 MWh). Die Emissionen 2017 haben um 2% abgenommen (2017: 177'975 kg CO2-e; 2016: 181'744 kg CO2-e). Hauptgrund dafür sind der geringere Energieverbrauch sowie tiefere Emissionsfaktoren.

Gesellschaft

Die MCH Group bekennt sich zu den Grundwerten eines demokratischen Rechtsstaates und einer freien Marktwirtschaft. Die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und die Anwendung seriöser Geschäftspraktiken sind für die MCH Group selbstverständlich. Sie nimmt ihre Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und allen Stakeholdern wahr.

Die Wahrnehmung der Standortverpflichtung und die volkswirtschaftlichen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit sind in den Kapiteln Ziele und Wirtschaft beschrieben. Die MCH Group engagiert sich in wirtschafts- und standortfördernden Institutionen, indem sie diese zum Beispiel durch ihre Mitgliedschaft und/oder Partnerschaft bei speziellen Projekten aktiv und transparent unterstützt.



Design Miami Basel

Beschäftigung

Die MCH Group zählte per Ende Berichtsjahr 2017 insgesamt 1'003 unbefristet angestellte Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sowie 1'192 befristet Angestellte und Aushilfen. Der Personalbestand der Unternehmensgruppe hat damit im Berichtsjahr um 371 festangestellte Mitarbeitende zugenommen (58.7 %).

Die nachstehenden Angaben umfassen alle Gesellschaften, die zu 100 % zur MCH Group gehören, oder an denen sie hauptsächlich beteiligt ist.

Festangestellte Mitarbeitende / Gesellschaften	31.12.2017			31.12.2016		
			Total			Total
MCH Group AG			24			25
MCH Messe Schweiz (Basel) AG ¹⁾			341			320
MCH Messe Schweiz (Zürich) AG			30			29
MCH Beaulieu Lausanne SA			34			34
MCH Global AG			5			3
Reflection Marketing AG			8			11
Rufener Events Ltd			29			27
Expomobilia AG			91			93
MC2 Group ²⁾			364			
Winkler Livecom AG			77			90
Total			1 003			632

Hierarchiestufen / Geschlecht	31.12.2017			31.12.2016		
	Männlich	Weiblich	Total	Männlich	Weiblich	Total
Verwaltungsrat MCH Group	8	3	11	8	3	11
Executive Board MCH Group	5	0	5	5	0	5
Geschäftsleitungen Gesellschaften	19	2	21	17	6	23
Kader	117	44	161	105	54	159
Mitarbeitende	488	328	816	238	207	445
Total ³⁾	637	377	1 014	373	270	643

Nationalitäten / Geschlecht	31.12.2017			31.12.2016		
	Männlich	Weiblich	Total	Männlich	Weiblich	Total
Schweiz	260	174	434	269	176	445
Deutschland	74	37	111	53	33	86
Frankreich	11	12	23	10	9	19
Italien	5	4	9	3	4	7
Österreich	0	4	4	1	2	3
Grossbritannien	4	10	14	0	0	0
USA	250	98	348	2	3	5
Hong Kong	0	12	12	2	16	18
China	1	3	4	0	3	3
Indien	6	7	13	7	5	12
Weitere	18	13	31	16	18	34
Total	629	374	1 003	363	269	632

1) 2017 mit Masterpiece London Ltd

2) Seit 2017

3) Inklusive Verwaltungsrat MCH Group

Markenschutz

Die Marken (Brands) der MCH Group stellen einen bedeutenden Unternehmenswert dar. Der Markenschutz gibt Rechtssicherheit und ist ein klarer Hinweis, dass das geistige Eigentum der entsprechenden Marke bei der MCH Group liegt und von dieser auch geschützt wird.

Aktuell sind beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum (IGE) in Bern rund 250 Wort- und Bildmarken der MCH Group eingetragen.

Corporate Legal & Management Services prüfen wöchentlich den Bericht des IGE über die eingetragenen Marken. Bei Verstössen gegen geschützte Marken der MCH Group wird der Schutz mit rechtlichen Massnahmen durchgesetzt.

Schutz des Geistigen Eigentums

Die MCH Group ist Mitglied von «Stop Piracy», der 2005 vom Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum ins Leben gerufenen Schweizer Plattform gegen Fälschung und Piraterie.

Seit über 30 Jahren setzt sich die MCH Group im Rahmen der Weltmesse für Uhren und Schmuck Baselworld für den Schutz des geistigen Eigentums ein und unterstützt den Kampf gegen Nachahmungen und Fälschungen. An der Baselworld kann sich jeder, der durch die Präsentation eines Objektes an der Messe seine Immaterialgüterrechte verletzt sieht, an das messeinterne Schiedsgericht – das so genannte Panel – wenden. Das Schiedsgericht entscheidet innert Tagesfrist, ob die Rechte an Design, Marken oder urheberrechtlich geschützten Werken verletzt werden.

Die Weltmesse für Uhren und Schmuck Baselworld ist offizieller Supporter des Responsible Jewellery Council (RJC). Der RJC setzt sich für verantwortungsvolle Praktiken in der Schmuckindustrie ein – von der Förderung der Edelmetalle über die Verarbeitung bis zum Detailhandel. Die mittlerweile über 700 RJC-zertifizierten Unternehmen garantieren die Einhaltung der entsprechenden ethischen, menschenrechtlichen, sozialen und ökologischen Grundsätze.

«Art Market Principles and Best Practices»

Die Art Basel hat ihr Ausstellerreglement erweitert und eine Reihe von Grundsätzen definiert, welche die Erwartungen der Art Basel an die Aussteller betreffend ihrer Verantwortung gegenüber Künstlern, Anbietern von Kunstwerken, Käufern und ihrer Branche ausdrücken. Gleichzeitig ist ein neuer Prozess bei potenziell kriminellen Handlungen definiert worden.

Die «Art Market Principles and Best Practices» sind in Zusammenarbeit mit Rechts- und Kunstmarktexperten aus der ganzen Welt entwickelt worden. Sie beinhalten zum einen «Best Practice Guidelines», die den Ausstellern professionelle Standards empfehlen, deren Einhaltung im Hinblick auf eine Messeteilnahme für das «Selection Committee» ein Kriterium bei der Prüfung der Bewerbung darstellt. Zum anderen ist im «Legal Compliance Process» das Vorgehen festgehalten, falls es zu kriminellen Handlungen eines Ausstellers im Zusammenhang mit seinen Kunstmarktaktivitäten kommt.

Mit dieser Erweiterung des Ausstellerreglements will die Art Basel einen Beitrag zur Stärkung des internationalen Kunstmarkts leisten, der auf Vertrauen aufbaut und die Künstler unterstützt. Die «Art Market Principles and Best Practices» kommen erstmals bei der Bewerbung für die Teilnahme an der Art Basel Miami Beach 2018 zur Anwendung.

Corporate Governance

Die MCH Group richtet sich nach den für die Corporate Governance relevanten Bestimmungen in der geltenden Gesetzgebung, in den Richtlinien der SIX Swiss Exchange sowie in den Verhaltensregeln des Swiss Code of Best Practice. Die Grundlagen des Unternehmens – namentlich die Statuten und Reglemente sowie die Informations- und Kontrollinstrumente – berücksichtigen alle Grundsätze, welche die Führung, Kontrolle und Transparenz des Unternehmens im Sinne einer guten Corporate Governance sicherstellen.

Die MCH Group unterscheidet sich in einem wichtigen Punkt von vielen anderen an der SIX Swiss Exchange kotierten Unternehmen: Die börsenkotierte Holdinggesellschaft MCH Group AG ist gemäss Statuten eine Aktiengesellschaft mit Beteiligung von Körperschaften des öffentlichen Rechts gemäss Art. 762 des Schweizer Obligationenrechts (OR). Dies bedeutet unter anderem, dass den Kantonen Basel-Stadt, Basel-Landschaft und Zürich sowie der Stadt Zürich das Recht eingeräumt wird, Vertreter in den Verwaltungsrat zu delegieren.

Details zur Corporate Governance:
[Jahresbericht / Corporate Governance](#)

«Code of Conduct»

Die MCH Group führt 2018 einen neuen «Code of Conduct» ein, der die Mitarbeitenden in der Wahrnehmung ihres rechtlich und ethisch korrekten und verantwortungsbewussten Verhaltens unterstützt. Er hält fest, was die MCH Group als Arbeitgeberin von ihren Mitarbeitenden erwartet und dient als Leitplanke für die Entscheidungen im geschäftlichen Alltag.

Alle Mitarbeitenden der MCH Group und alle, die im Namen der MCH Group tätig sind, sind zur Einhaltung des «Code of Conduct» verpflichtet. Verletzungen des «Codes of Conduct» werden untersucht und können Konsequenzen nach sich ziehen. Dies können disziplinarische Massnahmen oder die Beendigung des Arbeitsverhältnisses, aber auch die zivil- oder strafrechtliche Belangung der betreffenden Person und auch des Arbeitgebers sein.

Der «Code of Conduct» beschreibt – gestützt auf das Leitbild und die Verhaltensgrundsätze – die Werte und Kultur der MCH Group. Er hält Richtlinien bezüglich Umfeld, Bestechung und unlauterer Vorteile, Geschenke und Einladungen, Interessenkonflikte, Auftragsvergabe, Wettbewerbs- und Kartellrecht, Insiderinformation und Insiderhandel, Datenschutz und den Umgang mit den Arbeitskollegen und Arbeitskolleginnen fest. Er beschreibt überdies das Vorgehen im Falle von vermeintlichen oder tatsächlichen Verstößen.

Korruptionsbekämpfung

Messe- und Eventveranstalter sind grundsätzlich einer gewissen passiven Korruptionsgefährdung unterworfen. Im Messewesen besteht zum Beispiel die Möglichkeit, dass sich ausstellende Unternehmen und Zulieferer mit entsprechenden Mitteln Vorteile verschaffen wollen (Standplatzierung, Auftragsvermittlung etc.). Ein solches Korruptionsverhalten hätte wesentlichen Einfluss auf die Gestaltung einer Messe, die an Qualität verlieren würde und letztlich in ihrer Existenz gefährdet wäre.

Eine Antikorruptionsvereinbarung ist seit 1992 Bestandteil der Generellen Anstellungsbedingungen der MCH Group, die als Teil des Arbeitsvertrages von allen Angestellten unterschrieben wird.

Zum Schutz gegen die passive Korruptionsgefährdung dienen die Bestimmungen betreffend der Zulassung der ausstellenden Unternehmen. Diese basieren auf klaren Kriterien, die im Ausstellerreglement festgehalten sind. Bei der Art Basel, bei der die Selektion der zugelassenen Aussteller durch ein internationales Gremium vorgenommen wird, ist ein zweistufiges Zulassungsverfahren mit einer Rekursinstanz eingeführt worden.

Compliance

Es gab 2017 keine Verdachtsmomente, welche eine Überprüfung der Geschäftsstandorte und Geschäftspraktiken im Hinblick auf erhöhte Korruptionsrisiken notwendig gemacht hätten. Es gab keine bestätigten Korruptionsfälle.

Die Einhaltung des Kartellgesetzes und der Bestimmungen der Schweizer Wettbewerbskommission (WEKO) werden durch Corporate Legal & Management Services aktiv unterstützt beziehungsweise sichergestellt. Es gab 2017 keine Verfahren auf Grund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung gegen die MCH Group.



MCH Group
Global Live Marketing

Berichte 2017

MCH Group AG
4005 Basel, Schweiz
T +41 58 200 20 20
info@mch-group.com
www.mch-group.com

Die Berichte der MCH Group
erscheinen in Deutsch, Englisch
und Französisch. Verbindlich ist die
deutsche Version. 20. März 2018