CEO Statement

Oberstes Ziel der MCH Group ist die langfristige Sicherung des Unternehmenserfolgs zum Wohle aller Stakeholder. Einer der entscheidenden Erfolgsfaktoren ist die ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit. Nachhaltiges Denken und Handeln haben die über 100jährige Geschichte des Unternehmens geprägt und sollen auch den Weg in die Zukunft bestimmen.

Die MCH Group hat sich in den letzten Jahren innerhalb der nationalen und internationalen Messe- und Eventbranche in vielerlei Hinsicht bemerkenswert entwickelt. Nun steht sie vor den grossen Herausforderungen, sich auf die fundamentalen Veränderungen im klassischen Messe- und Eventgeschäft ausrichten zu müssen. Die Unternehmensstrategie, die Organisationsstruktur, die «Public Private Partnership» sowie der Nachhaltigkeitswert sind zentrale Aspekte in diesem notwendigen Transformationsprozess.

Hans-Kristian Hoejsgaard

Unternehmensstrategie

Ziel der MCH Group ist es, die klassische Live-Event-Kompetenz zu einer Experience-Marketing-Kompetenz in physischen und digitalen Bereichen zu entwickeln. Dabei gilt es, die richtige Balance zu finden zwischen notwendigen Stabilisierungsmassnahmen und erforderlichen Investitionen in die Zukunft.

Die hauptsächlichen strategischen Stossrichtungen der Fokussierung, Internationalisierung und Digitalisierung lassen sich angesichts des Marktumfeldes und der Branchenentwicklung nicht in Frage stellen. Die MCH Group hat aber im Herbst 2018 eine erste Priorisierung der strategischen Initiativen vorgenommen und den Fokus auf diejenigen Projekte mit dem grössten Entwicklungs- und Erfolgspotenzial gelegt. Im Geschäftsjahr 2019 wird die Unternehmensstrategie verfeinert und ihre Umsetzung in die Wege geleitet.

> « 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) »

Organisationsstruktur

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

Im Rahmen des Transformationsprozesses soll die mit der Unternehmensentwicklung in den letzten Jahren gewachsene Vielzahl weitgehend autonomer Profit Center zu einer integrierten Unternehmensgruppe verschmolzen werden, um die Effizienz zu steigern und Synergien besser zu nutzen. Fachkompetenzen und Support-Funktionen sollen gruppenweit stärker gebündelt und geteilt werden.

«Public Private Partnership»

Die MCH Group bekennt sich zum Standort Schweiz sowie namentlich zu ihren Infrastruktur-Standorten Basel 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 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 sichergestellt. 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.

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 deshalb grosse Aufmerksamkeit geschenkt, da diese namentlich für das Umfeld von besonderer Relevanz ist.

Unternehmenserfolg setzt nachhaltige ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Leistungen voraus. Die MCH Group ist deshalb bestrebt, in allen Bereichen und auf allen Stufen das nachhaltige Verhalten zu fördern, die Nachhaltigkeitsindikatoren laufend zu verbessern.

Hans-Kristian Hoejsgaard
Group CEO a.i.