



Berichte 2018

Nachhaltigkeit

Inhaltsverzeichnis

Jahresbericht		Vergütungsbericht	
	Tätigkeit	134	Einleitung
01	Auf einen Blick	136	Vergütungsgrundsätze
08	Kommentar	138	Vergütungen Verwaltungsrat
10	Transformation	141	Vergütungen Executive Board
16	Highlights	145	Bericht der Revisionsstelle
27	Exhibitions		
39	Venues		
45	Live Marketing Solutions		
	Corporate Governance		
52	Hinweise	146	Einleitung
55	Aktionariat	148	CEO statement
58	Konzern	151	Ziele
60	Organisation und Management	153	Berichterstattung
64	Führungsstruktur	156	Wirtschaft
69	Verwaltungsrat	162	Umwelt
75	Executive Board	171	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		
118	Bericht der Revisionsstelle		
	Jahresrechnung MCH Group AG		
123	MCH Group AG Bilanz		
125	MCH Group AG Erfolgsrechnung		
126	Anhang zur Jahresrechnung		
130	Bericht der Revisionsstelle		

Einleitung zur Nachhaltigkeit

Die MCH Group ist ein führendes internationales Live Marketing Unternehmen mit einem umfassenden Dienstleistungsnetzwerk im gesamten Messe- und Event-Markt. Sie schafft effektive Plattformen und bietet individuelle Lösungen in allen Live Marketing Bereichen – weltweit.

Die Geschäftstätigkeit der MCH Group umfasst den Betrieb der Messegelände in Basel und Zürich («Venues»), die Veranstaltung von rund 35 eigenen Messen («Exhibitions») sowie individuelle Dienstleistungen in den Bereichen Marketing Consulting, Full Service Experience Marketing sowie Messe- und Eventbau («Live Marketing Solutions»). Im Jahr 2018 war die MCH Group Veranstalterin oder Gastgeberin von 945 Events und betreute beinahe 3'000 Projekte im Bereich Live Marketing Solutions.



Art Basel in Hong Kong

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

2013 bis 2016 hat die MCH Group einen Nachhaltigkeitsbericht in Übereinstimmung mit den Leitlinien der «Global Reporting Initiative» (GRI) erstellt (zuletzt gemäss GRI G4 Leitlinien, Option «Kern»). Seit 2017 verzichtet die MCH Group auf eine GRI-Zertifizierung ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung, da der dafür notwendige Aufwand zu gross geworden ist.

Der Nachhaltigkeitsbericht 2018 lehnt sich aber strukturell und inhaltlich an die Nachhaltigkeitsberichte der vorangegangenen 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 2018 (Jahresbericht, Finanzbericht, Vergütungsbericht), auf den an verschiedenen Stellen verwiesen wird.

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

Kennzahlen Energie und Emissionen:
Zusammenarbeit mit Maria Stoll, Elevate, Zürich

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 hauptsächlichlichen 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.

Ziele

Fachkompetenz und Innovationsfähigkeit, Ressourceneffizienz und Umweltbewusstsein sowie verantwortungsvolles und korrektes Verhalten stehen im Mittelpunkt der Ziele der drei Nachhaltigkeitskategorien.

Ein starkes Produkte- und Dienstleistungsportfolio und die grosse Expertise der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bilden die Basis für die Unternehmensentwicklung. Sie spielen deshalb auch bei den Nachhaltigkeitszielen eine entscheidende Rolle.



Ilmac

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 Produkte- und Dienstleistungsqualität aus, die sie kraft ihrer Fachkompetenz und Innovationsfähigkeit, grosser Branchenkenntnisse, einer starken Kundenorientierung sowie der Antizipation von Marktveränderungen erreicht.

Sie strebt eine zukunftsorientierte, innovationsgetriebene Weiterentwicklung ihres Produkte- und Dienstleistungsportfolios an und will damit auch zur Stärkung der Messe- und Event-Branche beitragen. Sie engagiert sich in nationalen und internationalen Branchenverbänden.

Die MCH Group zeichnet sich aus durch ihre privatwirtschaftliche Ausrichtung, ihr Gruppen-Netzwerk und ihr entsprechendes Zusammenarbeitsmodell. Sie 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.

« Die Ausrichtung der MCH Group auf die Anforderungen der Zukunft soll durch ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Nachhaltigkeit geprägt sein. »

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.

Die MCH Group hat 2018 einen neuen «Code of Conduct» eingeführt, der die Mitarbeitenden in der Wahrnehmung ihres rechtlich und ethisch korrekten und verantwortungsbewussten Verhaltens unterstützt. Sie engagiert sich 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.

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

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.

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.



Berufsmesse Zürich

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 2018 ein entsprechendes Gewicht auf diese Aspekte gelegt.

Das Executive Board und der Verwaltungsrat der MCH Group AG genehmigen jeweils den Nachhaltigkeitsbericht vor seiner Veröffentlichung.

Nachhaltigkeits-Aspekte

Wirtschaft

Wirtschaftliche Leistung

Unternehmensstrategie

Wertschöpfungskette

Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen

Umwelt

Energieverbrauch

Emissionen

Gesellschaft

Beschäftigung

Corporate Governance

«Code of Conduct»

«Art Market Principles and Best Practices»

Markenschutz

Schutz geistigen Eigentums

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

Corporate Governance, Unternehmensstrategie, Wirtschaftliche Leistung

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 Geschäftstätigkeit der MCH Group umfasst den Betrieb der Messegelände in Basel und Zürich («Venues»), die Veranstaltung von rund 35 eigenen Messen («Exhibitions») sowie individuelle Dienstleistungen in den Bereichen Marketing Consulting, Full Service Experience Marketing sowie Messe- und Eventbau («Live Marketing Solutions»). Im Jahr 2018 war die MCH Group Veranstalterin oder Gastgeberin von 945 Events und betreute beinahe 3'000 Projekte im Bereich Live Marketing Solutions.

Das Geschäftsjahr ist geprägt von einem substanziellen finanziellen Verlust und mehreren personellen Veränderungen an der operativen Spitze des Unternehmens. Entsprechend wegweisend ist die Einleitung der notwendigen Stabilisierung und Transformation.



Swissbau

Trotz rückläufigem Messengeschäft konnte der Umsatz im Geschäftsjahr 2018 auf Grund des Wachstums im Bereich Live Marketing Solutions auf CHF 522.8 Mio. gesteigert werden. Aus der operativen Geschäftstätigkeit resultiert allerdings ein Verlust von CHF -17.6 Mio. Hinzu kommen Sonderabschreibungen für eine weitere notwendige Wertberichtigung auf die Messegebäude in der Höhe von CHF -132.3 Mio. sowie ein Sonderaufwand für Restrukturierungsmaßnahmen von CHF -40.5 Mio., die zu einem Konzernverlust von insgesamt CHF -190.4 Mio. führen.

« Die MCH Group hat den notwendigen Stabilisierungs- und Transformationsprozess eingeleitet. »»

Die MCH Group befindet sich in einem tiefgreifenden Transformationsprozess, der auf Grund fundamentaler Veränderungen in der Messe- und Eventbranche erforderlich ist. Ihr Ziel ist es, ihre klassische Live-Event-Kompetenz zu einer Experience-Marketing-Kompetenz in physischen und digitalen Bereichen zu entwickeln. Im Sommer 2018 hat die MCH Group die Gestaltung des notwendigen Transformationsprozesses definiert und eingeleitet. Nach einer Priorisierung der strategischen Initiativen und ersten Restrukturierungen wird 2019 die Unternehmensstrategie neu definiert und deren Umsetzung eingeleitet.

Im vergangenen Jahr haben CEO René Kamm und drei weitere Mitglieder des Executive Board das Unternehmen verlassen. Im September 2018 hat Hans-Kristian Hoejsgaard interimistisch die operative Leitung des Unternehmens übernommen. Im Sommer 2019 wird Bernd Stadlwieser als neuer CEO das Zepher übernehmen.

Details zum Geschäftsjahr 2018:

[Jahresbericht 2018](#)

[Finanzbericht 2018](#)

Kennzahlen

Konzern-Erfolgsrechnung in Mio. CHF	2018	%/Ertrag	2018 vor Sonder- massnahmen	%/Ertrag	2017	%/Ertrag	2017 vor Sonder- massnahmen	%/Ertrag
Betriebsertrag	522.8	100.0	522.8	100.0	493.3	100.0	493.3	100.0
Exhibitions (Eigenmessen)	275.2	52.6	275.2	52.6	294.9	59.8	294.9	59.8
Venues (Gastveranstaltungen)	38.5	7.4	38.5	7.4	36.9	7.5	36.9	7.5
Live Marketing Solutions	209.1	40.0	209.1	40.0	161.5	32.7	161.5	32.7
EBITDA	4.0	0.8	28.5	5.5	43.8	8.9	61.5	12.5
EBIT	-182.1	-34.8	-9.3	-1.8	-104.0	-21.1	16.1	3.3
Konzernverlust / -gewinn	-190.4	-36.4	-17.6	-3.4	-110.0	-22.3	10.0	2.0

Konzern-Bilanz in Mio. CHF	31.12.2018	%/Bilanz- summe	31.12.2017	%/Bilanz- summe	31.12.2016	%/Bilanz- summe
Umlaufvermögen	250.0	50.2	259.9	37.8	356.9	39.0
Anlagevermögen	248.2	49.8	428.3	62.2	559.1	61.0
Aktiven	498.2	100.0	688.2	100.0	916.0	100.0
Fremdkapital	441.3	88.6	454.5	66.0	477.1	52.1
Eigenkapital	56.9	11.4	233.7	34.0	438.9	47.9
Passiven	498.2	100.0	688.2	100.0	916.0	100.0
Nettoverschuldung in Mio. CHF	2018		2017		2016	
31.12.	148.7		130.7		69.1	

2018	Anzahl	Aussteller	Besucher	BAF 1)	Dauer 2)
Exhibitions	31	6 937	1 363 519	775 695	150
Eigenmessen					
Messe Basel	10	2 982	542 265	405 411	45
Expo Beaulieu Lausanne	6	1 278	183 400	108 765	34
Messe Zürich	9	1 766	328 114	137 160	38
Weitere Standorte	6	911	309 740	124 359	33
Venues	939	12 462	2 075 476	1 081 206	850
Alle Veranstaltungen					
Messen	68	11 372	1 508 281	1 039 549	218
Messe Basel	17	3 940	660 334	508 541	63
Expo Beaulieu Lausanne 3)	14	1 795	237 673	166 125	58
Messe Zürich	37	5 637	610 274	364 883	97
Hallenvermietungen & Events	24		108 100		
Messe Basel	8		45 500	29 980	66
Expo Beaulieu Lausanne 3)	2		5 600	12 940	9
Messe Zürich	14		57 000	65 000	37
Kongresse & Saalvermietungen	490	1 090	142 195	41 657	632
Congress Center Basel	189	1 090	138 995	41 657	332
Konferenzsäle Messe Zürich	301		3 200		300
Musical Theater	357		316 900		
Musical Theater Basel	184		159 600		
Theater 11 Zürich	173		157 300		

1) Bruttoausstellungsfläche in m²

2) Veranstaltungstage (ohne Auf-/Abbau)

3) Per 1. Juli 2018 hat die MCH Group die Verantwortung für den Betrieb und die Vermarktung des Messeplatzes Lausanne an die Fondation de Beaulieu übergeben.

2018	Projekte	in der Schweiz	im Ausland
Live Marketing Solutions	2 971	1 212	1 759
Marketing Consulting	74	74	0
Strategie & Konzeption	20	0	20
Event Management	55	50	5
Messe- & Eventbau	1 910	198	1 712
Multi Media	912	890	22

Unternehmensstrategie

In den vergangenen Jahren hat die MCH Group ihre Wachstumsstrategie der Diversifikation, Internationalisierung und Digitalisierung intensiv vorangetrieben, insbesondere mit zahlreichen Akquisitionen in den Bereichen «Collector Events» (Regionale Kunstmessen, Masterpiece London) und «Live Marketing Solutions» (MC²) sowie mit verschiedenen Entwicklungsprojekten (unter anderem Art Basel Cities, Grand Basel). Im Rahmen der notwendigen Stabilisierung und Transformation des Unternehmens ist im Herbst eine Priorisierung dieser strategischen Initiativen vorgenommen worden.

Die festgelegten Prioritäten: Die weltweit führende Position der Art Basel soll weiter gestärkt werden durch den Fokus auf die bestehenden Shows und die Entwicklung weiterer Initiativen. Die Masterpiece London wird international expandiert, in einem ersten Schritt nach Hong Kong. Die erforderliche Neukonzeption der Baselworld wird in Zusammenarbeit mit den Aussteller-Gremien zielführend fortgeführt. Die MCH Group will ebenfalls in die Weiterentwicklung der erfolgreichen primär auf den Schweizer Markt ausgerichteten Messen investieren und neue Themen und Formate prüfen. In der Division Live Marketing Solutions werden die Kompetenzen und das Dienstleistungsangebot im Bereich der Strategie- und Konzeptentwicklung weiter ausgebaut.

Die Initiative der Entwicklung eines Portfolios mit regionalen Kunstmessen wird nicht weiterverfolgt. Die MCH Group beabsichtigt, die Beteiligungen an der Art Düsseldorf und der India Art Fair zu veräussern. Das Konzept der Grand Basel wird verifiziert. Auf die Durchführung der klassischen allgemeinen Publikumsmessen Muba, Züspa und Comptoir Suisse wird künftig verzichtet. Die MCH Group hat zudem per 31.12.2018 die Winkler Livecom AG an das Management und einen privaten Investor veräussert.

Im laufenden Geschäftsjahr 2019 wird die Unternehmensstrategie eingehend geprüft und neu definiert. Der bereits 2018 eingeleitete Restrukturierungsprozess wird parallel zum laufenden Strategieprozess fortgeführt und auf dessen Ergebnis ausgerichtet. Ziel ist es, Fachkompetenzen und Support-Funktionen gruppenweit stärker zu bündeln und zu teilen, um entsprechende Synergiepotenziale besser nutzen zu können.

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.



Die MCH Group erbringt in dieser Wertschöpfungskette ein 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 selbst 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

Messen, Kongresse und Events lösen einen grossen direkten und indirekten volkswirtschaftlichen Nutzen aus. Verschiedenen Studien zu den volkswirtschaftlichen Effekten des Messewesens zufolge generieren Messegesellschaften 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.

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 tätigen Aussteller und Besucher jedes Jahr Ausgaben von rund CHF 3 Mrd., davon rund CHF 2 Mrd. in der Schweiz. Diese Ausgaben kommen dem Bau- und Baunebengewerbe (20%), dem Gastgewerbe (30%), den Verkehrsbetrieben (16 %), dem Detailhandel (6 %) sowie verschiedenen Dienstleistern (28 %) zugute. In der Schweiz lösen diese Initialeffekte als direkte und indirekte Folgeeffekte Umsätze von insgesamt rund CHF 5.5 Mrd. aus. Die damit verbundene Wertschöpfung entspricht rund 30'000 Arbeitsplätzen und Steuererträgen für Bund, Kantone und Gemeinden in der Höhe von über CHF 400 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.

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.

Die MCH Group ist Eigentümerin der Messegelände in Basel und Zürich. Die Berichterstattung betreffend Energieverbrauch und Emissionen legt den Schwerpunkt auf diese beiden Messegelände, 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 den Messe- und Eventbau der Expomobilia gelegt, deren Nachhaltigkeitsstrategie und -massnahmen für viele Kunden wichtig sind.



Giardina

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 haben. 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.

« 87.8 % des Gesamtenergieverbrauchs der
Messeplätze Basel und Zürich stammen aus
erneuerbaren Energien. »

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.

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 wiederbenutzbaren oder biologisch abbaubaren Stoffen sowie Beleuchtungskörpern mit langlebigen Leuchtmitteln.

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

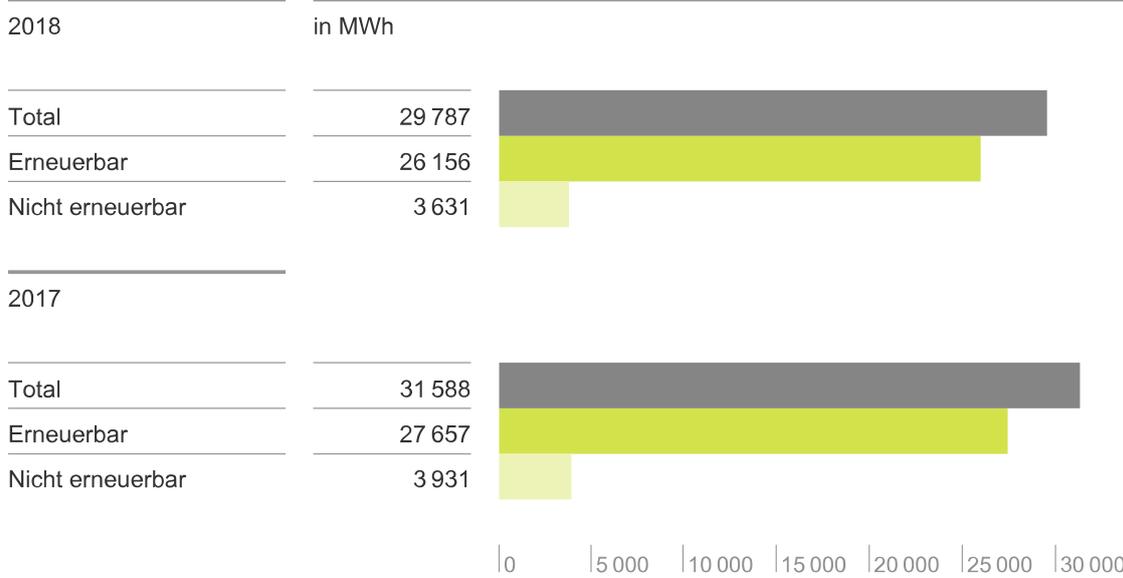
An ihren Standorten in Effretikon und Fehraltorf betreibt Expomobilia zwei Photovoltaikanlagen mit insgesamt 3'000 m² Fläche. Damit werden durchschnittlich 435 MWh pro Jahr erzeugt. Seit 2014 deckt Expomobilia ihren gesamten Strombedarf mit Schweizer Ökostrom und bezieht diesen vom unabhängigen Grünstrom-Spezialisten FAIR POWER. Das FAIR POWER Zertifikat garantiert, dass dieser Strom ökologisch hergestellt und für Expomobilia ins Netz eingespielen 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.

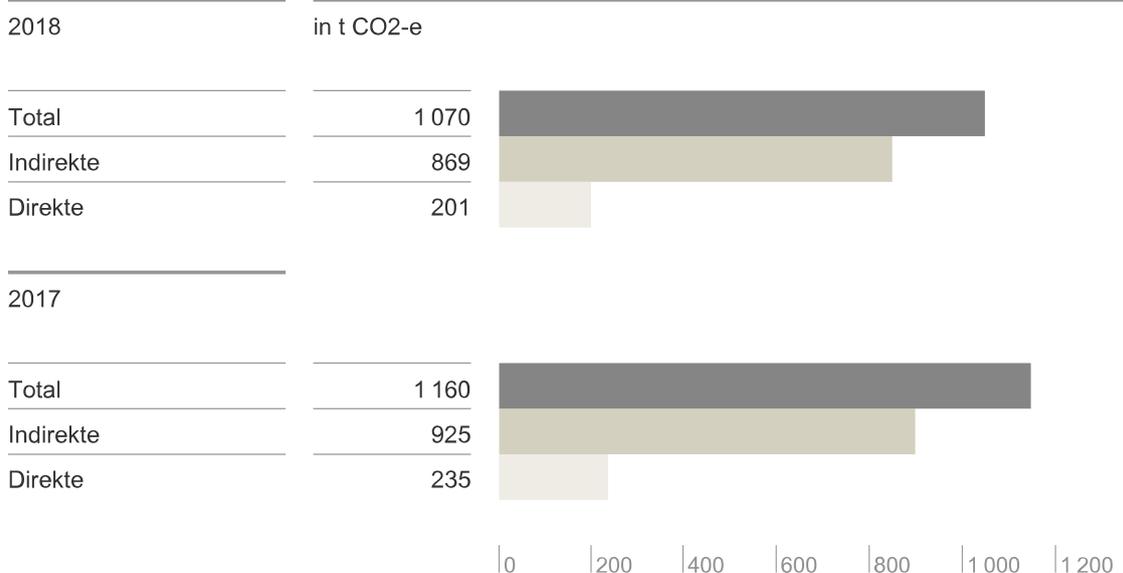
Energieverbrauch und Emissionen

Messe Basel und Messe Zürich (inklusive Verwaltungsgebäude)

Energieverbrauch Messe Basel und Messe Zürich



Emissionen Messe Basel und Messe Zürich



Der Gesamtenergieverbrauch der beiden Messegelände hat 2018 im Vergleich zum 2017 um 5.7% abgenommen (2018: 29'787 MWh; 2017: 31'588 MWh), die Emissionen haben im Total um 7.8% abgenommen. Dies ist nicht allein auf die Anzahl der Veranstaltungen zurückzuführen (2018: 54 Messen; 2017: 56 Messen).

Im Vergleich zu 2017 sind die Heizgradtage um rund 10% zurückgegangen, was sich bei den beiden Standorten in der Reduktion des Fernwärme- und Heizöl-Verbrauchs zeigt. Bei den Emissionen sind vor allem die direkten Emissionen (Wärme) zurückgegangen, die 14.5% tiefer sind als 2017.

87.8% des Gesamtenergieverbrauchs der Messeplätze Basel und Zürich stammen aus erneuerbaren Energien (Total: 29'787 MWh, davon sind 26'156 MWh erneuerbar).

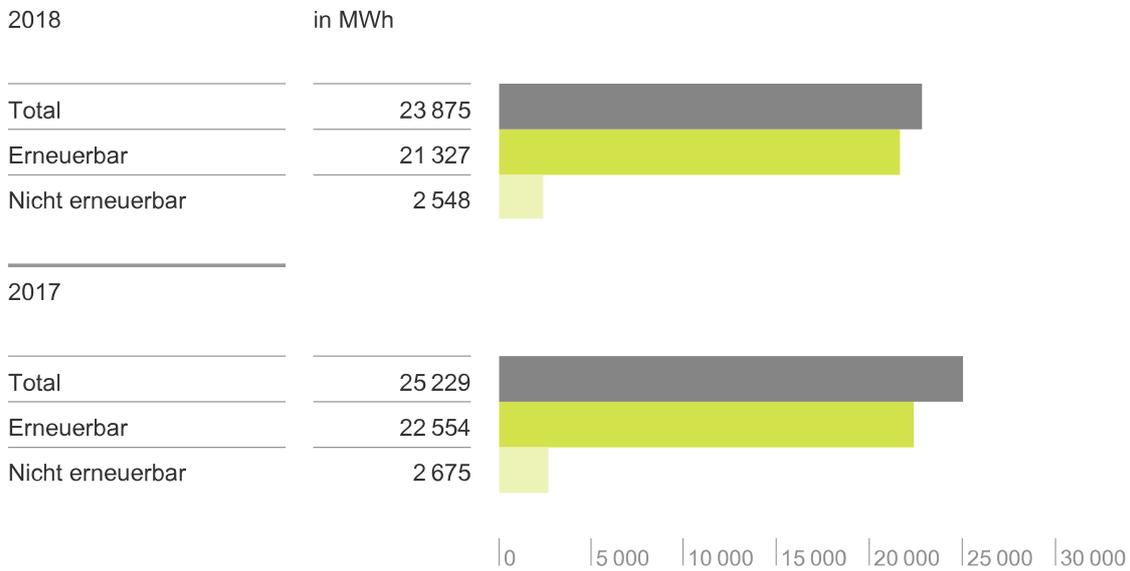
Messe Basel

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.

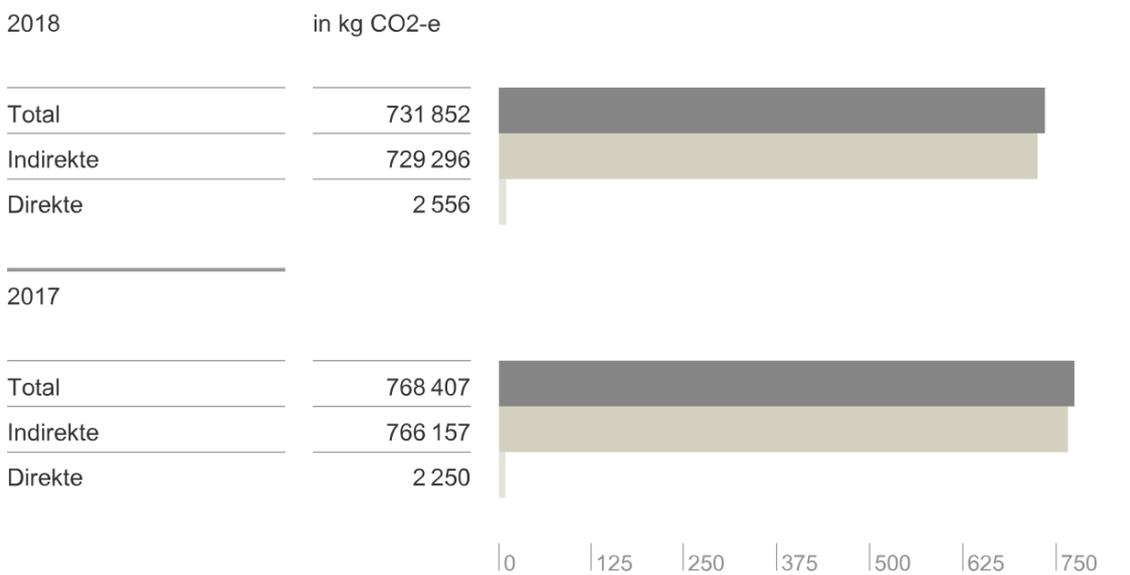
Kennzahlen	2018	2017
Messen	17	21
Aussteller	3 940	4 881
Besucher	660 334	747 865
m ² Ausstellungsfläche	508 541	501 719
Weitere Events	381	358
Besucher	344 095	370 437

Energie und Emissionen Messe Basel (ohne Verwaltung)

Energieverbrauch Messe Basel (ohne Verwaltung)



Emissionen Messe Basel (ohne Verwaltung)



Der Energieverbrauch 2018 hat am Messestandort Basel im Vergleich zu 2017 um 5.4% abgenommen (2018: 23'875 MWh; 2017: 25'229 MWh).

Die Emissionen 2018 haben im Vergleich zu 2017 um 4.8% abgenommen (2018: 731'852 kg CO2-e; 2017: 768'407 kg CO2-e).

Zugenommen haben im 2018 die direkten Emissionen (13.6%), was auf einen höheren Ölverbrauch für die Notstromanlagen zurückzuführen ist (2018: 2'556 kg CO2-e; 2017: 2'250 kg CO2-e).

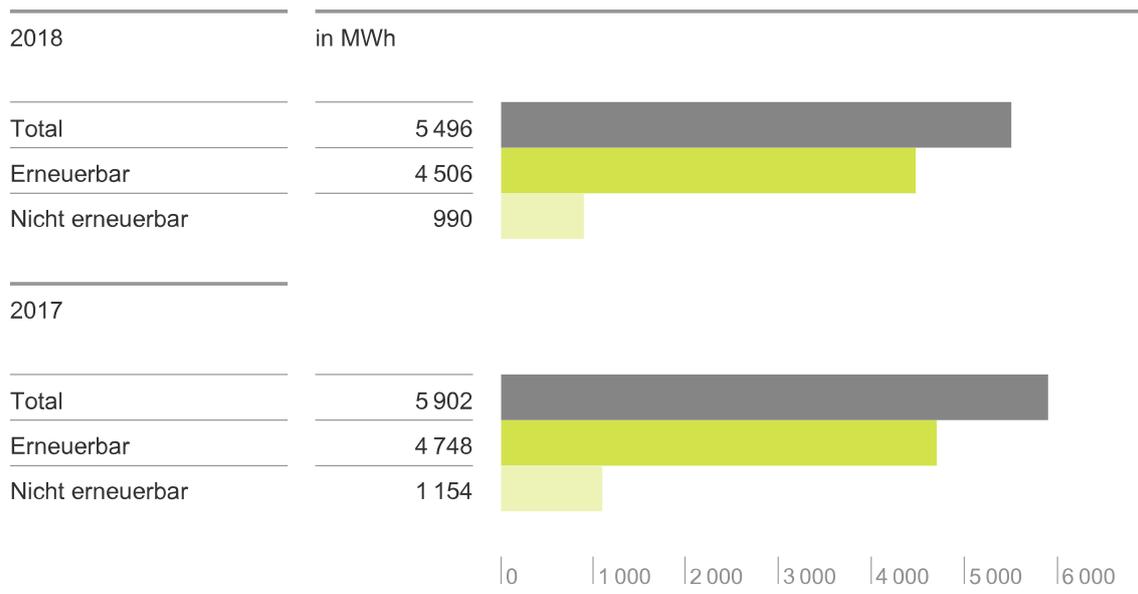
Messe Zürich

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

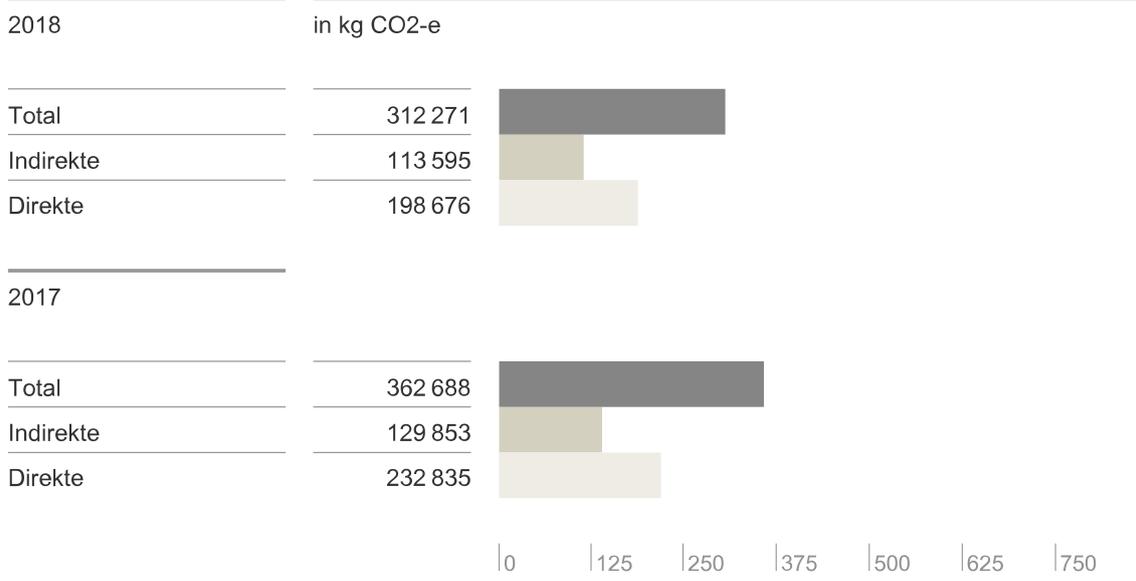
Kennzahlen	2018	2017
Messen	37	35
Aussteller	5 637	5 675
Besucher	610 274	609 713
m ² Ausstellungsfläche	364 883	360 643
Weitere Events	488	501
Besucher	217 500	211 660

Energie und Emissionen Messe Zürich

Energieverbrauch Messe Zürich



Emissionen Messe Zürich



Der Energieverbrauch der Messe Zürich hat im 2018 um 6.9% abgenommen (2018: 5'496 MWh; 2017: 5'902 MWh). Für die Emissionen 2018 ist insgesamt ein Rückgang von 13.9% zu verzeichnen (2018: 312'271 kg CO2-e; 2017: 362'688kg CO2-e). Die indirekten Emissionen (Strom) haben um 12.5% abgenommen, die direkten (Wärme) um 14.7%. Abnahmen sind vor allem für den Verbrauch von Heizöl, Benzin und Fernwärme festzustellen.

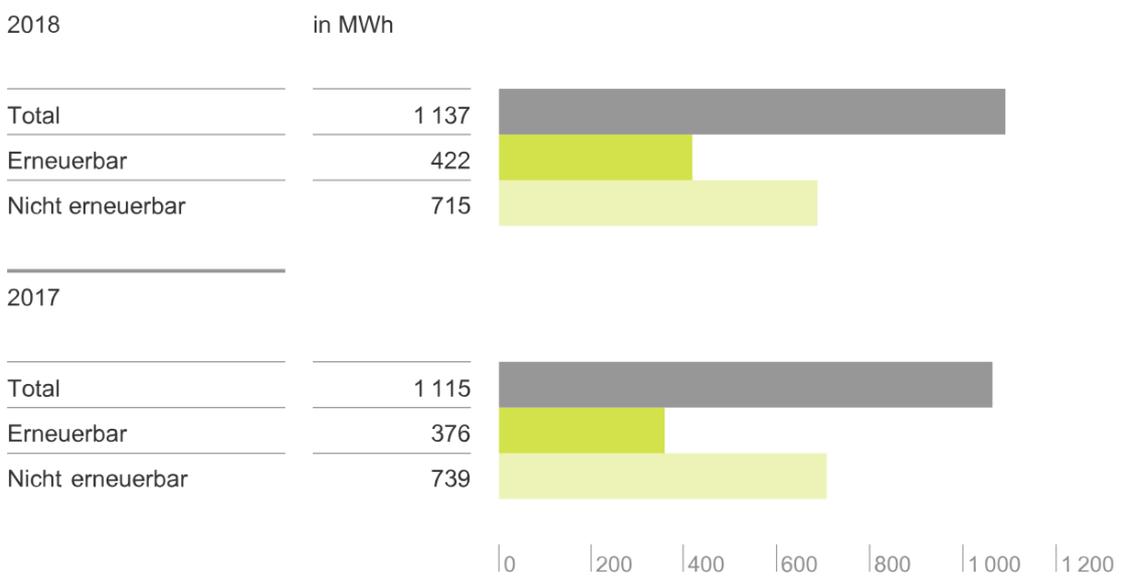
Expomobilia

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. 2018 hat Expomobilia 343 Projekte realisiert, davon 198 in der Schweiz (2017: 307 / 220). Die meisten dieser Projekte umfassten das ganze Leistungsspektrum, vom Design bis zur Produktion und Montage.

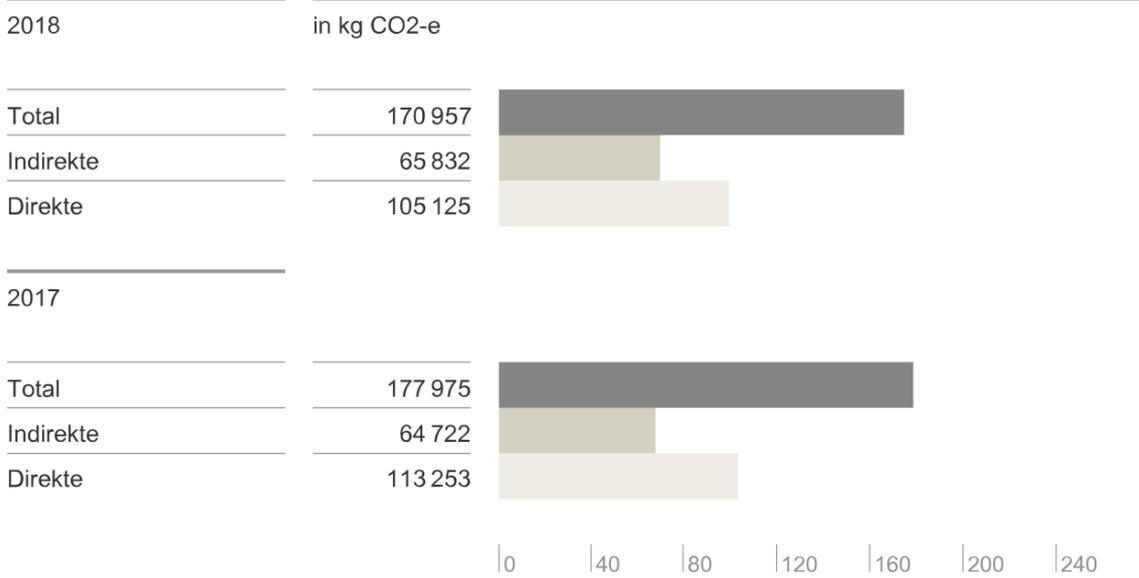
2018 ist die Expomobilia AG in MCH Live Marketing Solutions AG umfirmiert worden. Die Geschäftseinheit und die Marke Expomobilia werden innerhalb der neuen Firma bestehen bleiben.

Energieverbrauch und Emissionen Expomobilia

Energieverbrauch Expomobilia



Emissionen Expomobilia



Der Energieverbrauch der Expomobilia hat im 2018 um 2% zugenommen (2018: 1'137 MWh; 2017: 1'115 MWh). Gestiegen ist der Stromverbrauch (12%).

Die Emissionen 2018 haben um 3.9% abgenommen (2018: 170'957 kg CO2-e; 2017: 177'975 kg CO2-e). Hauptgrund ist der bedeutende Rückgang des emissionsintensiven Verbrauchs von Heizöl (-13%).

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.



Swissbau

Beschäftigung

Die MCH Group zählte per Ende Berichtsjahr 2018 insgesamt 1'011 unbefristet angestellte Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sowie 1'074 befristet Angestellte und Aushilfen. Der Personalbestand der Unternehmensgruppe hat damit im Berichtsjahr um acht festangestellte Mitarbeitende zugenommen (0.8%). In diesem Personalbestand ist die Winkler Livecom AG enthalten, die per 31.12.2018 veräussert worden ist.

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

Festangestellte Mitarbeitende / Gesellschaften			31.12.2018			31.12.2017		
			Total			Total		
MCH Group AG			28			24		
MCH Messe Schweiz (Basel) AG			353			341		
MCH Messe Schweiz (Zürich) AG			30			30		
MCH Beaulieu Lausanne SA			18			34		
MCH Global AG			3			5		
MCH Live Marketing Solutions AG ¹⁾			107			91		
Reflection Marketing AG			13			8		
Rufener Events Ltd			20			29		
MC ² Group			363			364		
Winkler Livecom AG ²⁾			76			77		
Total			1 011			1 003		

Hierarchiestufen / Geschlecht			31.12.2018			31.12.2017		
	Männlich	Weiblich	Total	Männlich	Weiblich	Total		
Verwaltungsrat MCH Group	9	2	11	8	3	11		
Executive Board MCH Group	6	0	6	5	0	5		
Geschäftsleitungen Gesellschaften	14	3	17	19	2	21		
Kader	125	45	170	117	44	161		
Mitarbeitende	478	340	818	488	328	816		
Total ³⁾	632	390	1 022	637	377	1 014		

Nationalitäten / Geschlecht			31.12.2018			31.12.2017		
	Männlich	Weiblich	Total	Männlich	Weiblich	Total		
Schweiz	250	161	411	260	174	434		
Deutschland	79	45	124	74	37	111		
Frankreich	6	14	20	11	12	23		
Italien	6	5	11	5	4	9		
Österreich	0	5	5	0	4	4		
Grossbritannien	8	9	17	4	10	14		
USA	244	106	350	250	98	348		
Hong Kong	2	15	17	0	12	12		
China	2	4	6	1	3	4		
Indien	10	8	18	6	7	13		
Weitere	16	16	32	18	13	31		
Total	623	388	1 011	629	374	1 003		

1) Im November 2018 Umfirmierung der Expomobilia AG in MCH Live Marketing Solutions AG

2) Winkler Livecom AG ist per 31.12.2018 veräussert worden

3) Inklusive Verwaltungsrat MCH Group

Die MCH Group hat im Rahmen des notwendigen Restrukturierungsprozesses ein freiwilliges Konsultationsverfahren durchgeführt und mit den Vertretern der Arbeitnehmenden einen Sozialplan ausgearbeitet. Der Sozialplan wird Mitarbeitende unterstützen, die aus strukturellen und organisatorischen Gründen im Rahmen des laufenden Transformationsprozesses ihren Arbeitsplatz verlieren werden. Damit sollen die Folgen des Jobverlustes gemildert und die Entlassungen so sozialverträglich wie möglich gestaltet werden. Zu den Leistungen des Sozialplanes gehören unter anderem eine vom Alter und der Betriebszugehörigkeit abhängige Entschädigung und die Unterstützung der Mitarbeitenden bei der Stellensuche.

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 hat 2018 einen neuen «Code of Conduct» eingeführt, 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.

«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 schützt und unterstützt. Die «Art Market Principles and Best Practices» sind erstmals bei der Bewerbung für die Teilnahme an der Art Basel Miami Beach 2018 zur Anwendung gelangt.

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.

Das Group Legal Department prüft 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 1'100 RJC-zertifizierten Unternehmen garantieren die Einhaltung der entsprechenden ethischen, menschenrechtlichen, sozialen und ökologischen Grundsätze.

Korruptionsbekämpfung

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 2018 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 Group Legal Department aktiv unterstützt beziehungsweise sichergestellt. Es gab 2018 keine Verfahren auf Grund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung gegen die MCH Group.



MCH Group
Global Live Marketing

Berichte 2018

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. 22. März 2019