

# Transformation

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, die klassische Live-Event-Kompetenz zu einer Experience-Marketing-Kompetenz in physischen und digitalen Bereichen zu entwickeln.

Klassische Live Events stehen auf Grund der fortgeschrittenen Digitalisierung zunehmend auf dem Prüfstand. Tiefgreifende Veränderungen in Bereichen wie Marketing und Kommunikation sowie Vertrieb und Verkauf verändern die Anforderungen an die Live Marketing Branche grundlegend. Sie muss sich neu definieren und positionieren, was eine grosse Herausforderung darstellt, aber auf Grund des Potenzials auch Chancen bietet.

Die MCH Group versteht unter «Experience Marketing» ein Marketing-Instrumentarium, das physische und digitale Formate und Plattformen in sich vereint. Das Zusammenführen von Angebot und Nachfrage wird damit über "Live Pop-up Events" (wie zum Beispiel Messen) hinaus mit entsprechenden digitalen Angeboten erweitert – zu jeder Zeit und überall verfügbar, mit individualisierten Inhalten, auf den individuell bevorzugten Kanälen, auf Daten basierenden und automatisierten Prozessen. Die Zielgruppen werden interaktiv einbezogen, teilen die Informationen und Emotionen und übernehmen damit eine aktive und kreative Rolle bei ihrem eigenen Erlebnis. Die physisch-digitale Kombination ermöglicht eine «Hyperkonnektivität», wodurch Branchenplattformen und individuelle Marketing-Lösungen neue Qualitäten erhalten.

Mit ihrem internen und externen Netzwerk kann die MCH Group umfassende Live Marketing Lösungen im gesamten Messe- und Eventmarkt anbieten – von der Beratung über die Konzeption bis zur Umsetzung. Sie will diese Kompetenz weiter stärken und ihre Angebote von «hybriden» Marketing-Instrumenten weiterentwickeln. Dabei will sie das Potenzial ihrer grossen Expertise und ihrer zahlreichen qualitativ hochwertigen Produkte und Dienstleistungen besser nutzen – insbesondere durch die verstärkte Verschmelzung der verschiedenen Geschäftseinheiten in einer integrierten Unternehmensgruppe.

Im Sommer 2018 hat die MCH Group die Gestaltung des notwendigen Transformationsprozesses definiert und eingeleitet. Er gliedert sich grob in drei Phasen:

« Die MCH Group wird eine gruppenweite Vision entwickeln, eine gruppenweite Strategie definieren und diese auch in der ganzen Unternehmensgruppe umsetzen. »

---

2. Semester 2018: Sparmassnahmen, strategische Priorisierung und erste Restrukturierungen;

---

1. Semester 2019: Erarbeitung der Vision und künftigen Unternehmensstrategie;

---

2. Semester 2019: Restrukturierungen auf Grund der neu definierten Unternehmensstrategie und Einleitung der Strategieumsetzung.

---

Die erste Phase stand im Zeichen der notwendigen Stabilisierung des Unternehmens. Neben diversen Spar- und Kostensenkungsmassnahmen sind eine Priorisierung der strategischen Initiativen sowie erste Reorganisationen zur Effizienzsteigerung in der Organisationsstruktur vorgenommen worden. Der weitere Restrukturierungsprozess wird auf die Ergebnisse des eingeleiteten Strategieprozesses ausgerichtet und konsequent fortgeführt. Ziel ist es, die effizienteste Organisationsstruktur für die künftigen Geschäftsmodelle zu schaffen und damit die Profitabilität zu steigern.

## Bereits umgesetzte und eingeleitete strategische Massnahmen

### «Collector Events»

Die MCH Group will sich bei den «Collector Events» auf die weitere Stärkung der Art Basel und der Masterpiece London konzentrieren. Die weltweit führende Position der Art Basel soll durch den Fokus auf die bestehenden Shows, die Fortführung der Art Basel Cities und die Entwicklung weiterer Initiativen ausgebaut werden. Die Masterpiece London wird bereits im Oktober 2019 nach Hong Kong expandieren – mit dem Masterpiece Pavilion an der Fine Art Asia.

## « Es gilt, die richtige Balance zu finden zwischen der notwendigen Stabilisierung des Unternehmens und den erforderlichen Investitionen in die Zukunft. »

Die 2016 gestartete Initiative der Entwicklung eines Portfolios mit regionalen Kunstmessen wird nicht weiterverfolgt. Die Beteiligungen an der Art Düsseldorf und der India Art Fair sollen veräussert werden, auf die angekündigte Beteiligung an der neuen Art SG in Singapur wird verzichtet.

Das Konzept der Grand Basel, wie sie im September 2018 in Basel lanciert worden ist, wird verifiziert. Auf die 2019 geplante Expansion nach Miami Beach wird verzichtet. Die Grand Basel wird sich an der Internationalen Automobilausstellung in Frankfurt (IAA) im September 2019 im Rahmen der «IAA Cars 2019» mit der Sonderschau «IAA Masterpieces by Grand Basel» präsentieren.



Masterpiece London

## Baselworld

Mit der Verkürzung und Verkleinerung der Baselworld 2018 sind erste notwendige Anpassungen der Messe an die tiefgreifenden strukturellen Veränderungen in der Uhren- und Schmuckindustrie vorgenommen worden. In der Folge hat das Messeteam unter neuer Leitung weitere Konzeptanpassungen für die Baselworld 2019 ausgearbeitet, welche in den verschiedenen Aussteller-Komitees präsentiert worden und auf gute Resonanz gestossen sind. Die Absage der Swatch Group für die Baselworld 2019 hat diesen Prozess spürbar beeinträchtigt. Parallel zur Vorbereitung der Baselworld 2019 arbeitet die MCH Group seit Herbst 2018 intensiv an der notwendigen Neuausrichtung der Baselworld in den Jahren 2020 und 2021. Sie ist überzeugt, auf dem richtigen Weg zu sein und wird den Prozess in enger Zusammenarbeit mit den Ausstellern fortsetzen.



Baselworld

## Nationale Messen

Im nationalen Messegeschäft ist das Portfolio weiter auf eine stabile Profitabilität ausgerichtet und bereinigt worden. Auf Grund der seit Jahren rückläufigen Tendenz bei den allgemeinen Publikumsmessen ist im Herbst 2018 entschieden worden, auf die weitere Durchführung der Züspa (in Zürich) und des Comptoir Suisse (in Lausanne) zu verzichten. Die Muba (in Basel) wird nach 2019 nicht fortgeführt. Abklärungen zur möglichen Lancierung einer neuen Plattform im Konsumgüterbereich sind in Arbeit.

Die Organisationsstruktur der primär national ausgerichteten Eigenmessen ist per Anfang 2019 gestrafft worden. Diese Messen sind nun in einer standort-übergreifenden Einheit zusammengefasst. Es wird geprüft, 2019 die Exhibit & More AG in die MCH Messe Schweiz (Basel) AG zu integrieren.



Swissbau

## Venues

Die von der MCH Group zu tragenden Kosten für ihre Messe- und Kongressinfrastrukturen sind im internationalen Vergleich überdurchschnittlich hoch. Auf Grund der guten Ertragslage der Messen konnte sie diese branchenunübliche Belastung in der Vergangenheit bewältigen. Die Rückgänge bei wichtigen Messen wie der Baselworld und grundsätzlich rückläufige Tendenzen im nationalen Messe- und Eventgeschäft machen in Basel nun aber grosse Wertberichtigungen notwendig und führen zu infrastrukturellen Überkapazitäten. Die MCH Group erarbeitet deshalb für den Messeplatz Basel realistische Auslastungsszenarien und will auch die Möglichkeiten denkbarer (Teil-)Umnutzungen oder (Teil-)Veräusserungen ausloten.

Die MCH Group und die Fondation de Beaulieu haben in einer gemeinsamen Vereinbarung ihre Zusammenarbeit und die Organisation von Messen, Kongressen und Veranstaltungen am Standort Beaulieu Lausanne neu definiert. Die MCH Group konzentriert sich seit 01.07.2018 auf die Organisation ihrer eigenen Messen, während die Fondation de Beaulieu den Betrieb des gesamten Geländes sowie die Verantwortung für die Vermietung an Gastveranstalter und die weitere Entwicklung des Messeplatzes Beaulieu Lausanne übernommen hat.



Messe Basel

## Live Marketing Solutions

Im Bereich Live Marketing Solutions will sich die MCH Group auf den Ausbau und die internationale Ausrichtung des Dienstleistungsangebots auf strategischer und konzeptioneller Ebene – Reflection Marketing und MCH Global – sowie auf die Umsetzung von temporären Bauten – Expomobilia, MC<sup>2</sup>, Metron – fokussieren.

Der im Frühjahr 2018 in der Schweiz eingeleitete Restrukturierungsprozess ist intensiv vorangetrieben worden. Am 01.12.2018 ist die Neupositionierung der MCH Global lanciert worden. Die neue «Agentur der Zukunft» begleitet Kunden entlang der gesamten Wertschöpfungskette des Experience Marketing, von der Strategie über die Konzeption und Kreation bis hin zur Implementierung.

MCH Global, Reflection Marketing und Expomobilia werden die drei Brands der neuen Schweizer Gesellschaft MCH Live Marketings Solutions AG sein. Diese Gesellschaft ist im November 2018 durch die Umfirmierung der Expomobilia AG gegründet worden. Rückwirkend per 01.01.2019 sollen im ersten Semester des laufenden Geschäftsjahrs alle Schweizer Gesellschaften im Bereich Live Marketing Solutions in die neue Gesellschaft fusioniert werden.

Bereits im Herbst 2018 sind die in Zürich ansässigen Live Marketing Solutions Gesellschaften in Zürich-Altstetten örtlich vereinigt worden.

Die Winkler Livecom AG in Wohlen ist per 31.12.2018 an das Management des Multi-Media-Unternehmens und einen privaten Investor veräussert worden.



MC<sup>2</sup> / Expomobilia – Caterpillar – Shanghai