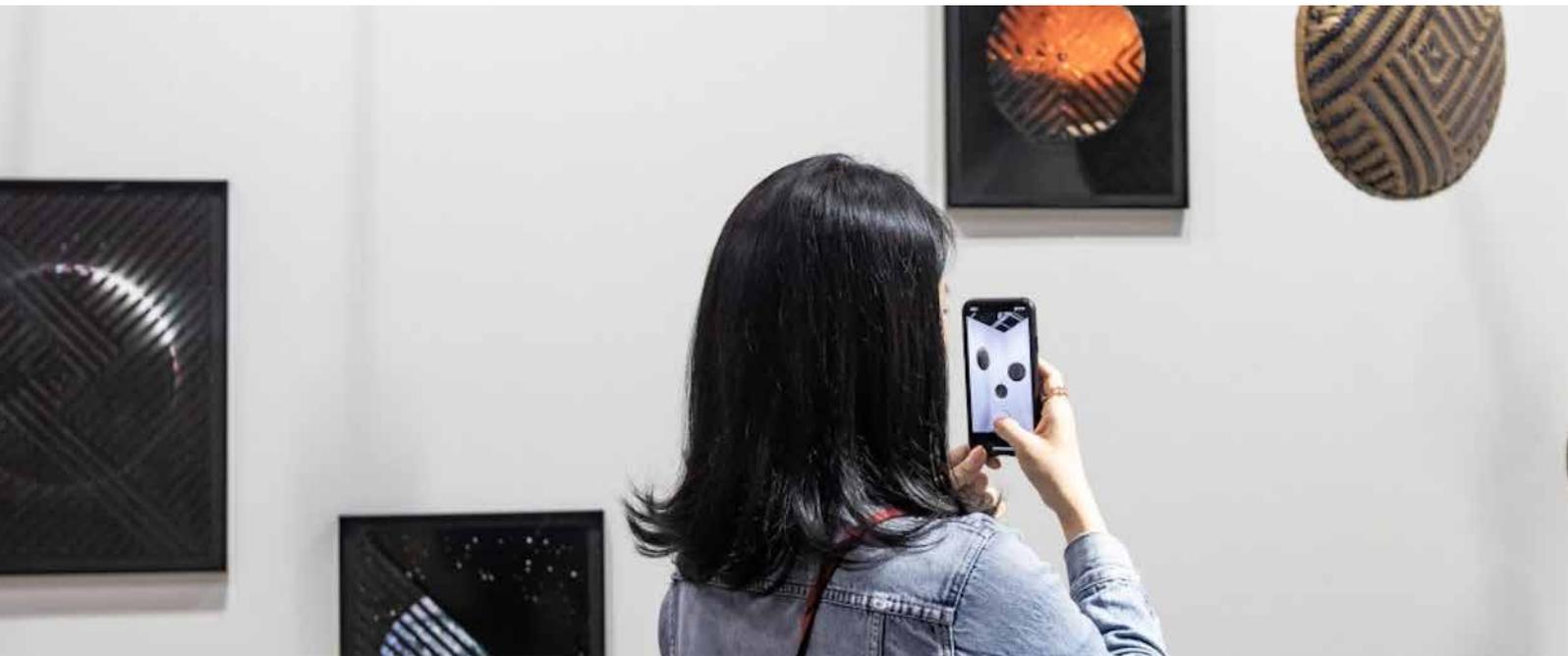


Transformation

Die MCH Group will die klassischen Messen und Events zu zukunftsorientierten Plattformen und Communities entwickeln. Sie investiert in die Digitalisierung, in Innovationen und in die Internationalisierung zur Entwicklung bestehender und neuer Formate.

Die Live Marketing Branche befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel. Zwar nimmt die Bedeutung von Live Events weiter zu, um Kunden zu gewinnen, sie zu betreuen, zu involvieren und zu begeistern. Aber die Bedürfnisse der Kunden haben sich geändert und verändern sich weiter. Traditionelle Messe- und Eventformate sind in vielen Bereichen nicht mehr ausreichend. Die MCH Group wird sich neu ausrichten und positionieren, um den künftigen Anforderungen der Märkte und Kunden Rechnung zu tragen.



Art Basel Hong Kong

Im Sommer 2018 hat die MCH Group den dafür notwendigen Transformationsprozess eingeleitet. Im Geschäftsjahr 2019 sind bereits erste Massnahmen umgesetzt worden, so ein erstes Restrukturierungs- und Effizienzsteigerungsprogramm sowie eine Konsolidierung des Messeportfolios, unter anderem mit der Aufgabe der allgemeinen Publikumsmessen (Muba, Züspa, Comptoir Suisse) und der Beteiligung an regionalen Kunstmessen (India Art Fair und Art Düsseldorf).

In Bezug auf die notwendige Transformation stand das Geschäftsjahr 2019 aber vor allem im Zeichen der Erarbeitung und Definition der künftigen strategischen Ausrichtung. Der Strategieprozess ist noch nicht in allen Bereichen abgeschlossen. Im August/September 2019 hat der Verwaltungsrat jedoch wichtige Entscheide gefällt, und die Umsetzung ist gestartet worden:

« Investitionen in Innovation, Digitalisierung und Internationalisierung. »

Die MCH Group will die klassischen Messe- und Eventformate zu zukunftsorientierten Plattformen und Communities weiterentwickeln.

Sie wird für die Entwicklung des Plattformen- und Community-Geschäfts in den nächsten Jahren in Innovation, Digitalisierung und Internationalisierung investieren.

In der Division «Live Marketing Solutions» wird die 2018 eingeschlagene «Through-The-Line-Strategy» weiter verfolgt, indem die Kompetenzen und Leistungen in den Bereichen Strategie und Konzeption weiter auf- und ausgebaut werden.

Die Vermarktung und der Betrieb der eigenen Infrastrukturen in Basel und Zürich wird in eine eigene Geschäftseinheit überführt, mit dem Ziel, die Auslastung der eigenen «Venues» zu erhöhen.

Nach den bereits implementierten Sparmassnahmen hat die MCH Group ein zusätzliches Programm zur Steigerung der Effizienz gestartet, mit dem Ziel, bis 2024 CHF 20 Mio. Kosten einzusparen.

Plattformen und Communities

Moderne Experience Plattformen sind hybride Formate mit digitalen Ebenen, welche die physischen Events ergänzen sowie zeitlich und inhaltlich über diese hinausgehen. Ziel der MCH Group ist es, damit Communities aufzubauen, für diese einzigartige Werte zu schaffen und daraus einen deutlichen Mehrwert für die Kunden zu generieren.

Art & Art Related Industries



Art Basel – Art Unlimited

Die drei Art Basel Shows in Basel, Miami Beach und Hong Kong sind die wichtigsten Live Events im Kunstbereich und haben bereits eine sehr starke Community. Über drei Millionen Menschen sind über die Sozialen Medien mit der Art Basel verbunden. Diese Community soll weiter ausgebaut und insbesondere mit zusätzlichen digitalen Dienstleistungen das ganze Jahr über gepflegt werden. 2019 ist der neue «Global Guide» eingeführt worden, mit Informationen von über 500 Galerien in weltweit 130 Städten. Im laufenden Geschäftsjahr werden neu «Online Viewing Rooms» angeboten. Diese neue Online-Plattformen sind parallel zu den Messen «offen» und erlauben es den Art Basel Ausstellern, dem Publikum Kunstwerke zu präsentieren und zum Kauf anzubieten, die nicht an der Messe gezeigt werden.

« Einzigartige Mehrwerte durch zukunftsorientierte Plattformen und Communities. »

Watch / Jewellery / Gems



Baselworld

Die Baselworld ist die bedeutendste Fachmesse für Uhren, Schmuck und Edelsteine, aber es besteht noch keine über den B2B-Event hinausreichende Community. Der Bedarf einer marken- und gruppenübergreifenden Plattform ist nach wie vor gegeben. Die MCH Group investiert deshalb in die Weiterentwicklung des Branchenevents in Basel, gleichzeitig aber auch in den Auf- und Ausbau einer digitalen Plattform, die auch die Konsumenten, Sammler und Liebhaber anspricht. Diese Plattform wird zudem ein «Hub» sein, um neue lokale Consumer Events mit Top Marken in den wichtigsten Absatzmärkten durchzuführen.

Swiss Events



Swissbau - Innovation Lab

Nach der Konsolidierung des nationalen Messeportfolios in den vergangenen Jahren will die MCH Group ihr Schweizer Portfolio zu national führenden B2B- und B2C-Plattformen entwickeln. In Rahmen eines aktiven Portfolio-Managements werden gezielt Fähigkeiten wie Content Management und Community Building verstärkt. Neue Trends – sei es thematisch oder bezüglich Formate – werden systematisch identifiziert und aufgegriffen.

Ein gutes Beispiel für die Entwicklung der traditionellen Formate zu Plattformen und Communities ist die Swissbau: Sie besteht bereits heute aus den drei Gefässen Messe (Aussteller und ihre Produkte und Dienstleistungen), Swissbau Focus (Veranstaltungs- und Netzwerkplattform) und Swissbau Innovation Lab (Sonderschau für digitale Transformation). Hier soll die Möglichkeit genutzt werden, auf der Basis der starken Swissbau zusätzliche physische und digitale Plattformen aufzubauen und damit eine nationale «Baubranchen-Community» zu entwickeln.

Live Marketing Solutions



MC² – Samsung – CES

« Begleitung unserer Kunden in der gesamten Wertschöpfungskette des Experience Marketing. »»

Die «Experience Economy» führt zu einer zunehmenden Nachfrage nach Experience Marketing Lösungen: Unternehmen und Marken investieren vermehrt in das Erlebnismarketing, um ihre Zielgruppen emotional zu erreichen und zu gewinnen. Gefragt sind neue, innovative Event-Formate, Experience Kampagnen, Experience Festivals, Roadshows, hybride Events oder Lösungen für den Point of Experience (POE).

In diesem stetig wachsenden Markt hat sich die «Live Marketing Solutions» Division als «Experience Marketing Group» sehr gut aufgestellt. Die bereits im Jahr 2015 lancierte Diversifizierungs- und Internationalisierungs-Strategie wurde im vergangenen Jahr weiter geschärft, die Kompetenzen weiter ausgebaut und die internationale Vernetzung weiter gestärkt. Damit verfolgen wir konsequent unsere Vision 2025 – die Aufstellung als «A Leading Global Experience Marketing Group».

Unter der Marke MCH Global mit ihrem Claim «#nextgenerationexperiences» werden Unternehmen und Veranstaltern weltweit Experience Marketing Lösungen der Zukunft angeboten. Grundlegend dafür sind unsere «#throughtheline» Kompetenzen, die dem Kunden aus einer Hand angeboten werden: Strategie, Kreation und Implementierung. Dieses Geschäftsmodell wird sukzessive mit weiteren Kompetenzen auf- und ausgebaut. Ein wichtiger Differenzierungs-Faktor ist dabei das Trend-Scouting: Ende 2019 wurde bereits die vierte Ausgabe des «Experience Marketing Trend Reports» lanciert.

Die beiden Marken MC² in den USA und Deutschland sowie Expomobilia in der Schweiz, VAE und China sind das Fundament der «Live Marketing Solutions» Division. Ihr Fokus liegt als Generalunternehmer primär auf «Experience Marketing Construction» – wobei sich beide Firmen stetig den neuen Anforderungen der Kunden und des Marktes anpassen, um neue Marktsegmente erfolgreich zu erschliessen. Prägnante Beispiele hierfür sind die gewonnenen Projekte im Rahmen der Weltausstellung in Dubai (unter andere Schweizer Pavillon) und Experience Marketing Roadshows für Netflix und General Motors in den USA.

Venues



Messe Basel – Ilmac

Die Vermarktung und der Betrieb der «Venues» sind per 1. Januar 2020 in eine eigenständige Organisationseinheit überführt worden, um sich stärker auf die Akquisition und Betreuung von Gastveranstaltungen ausrichten zu können. Darin wird eine einheitliche und verstärkte Verkaufsorganisation für die Messe-, Event- und Kongressinfrastrukturen in Basel und Zürich aufgebaut.

Die Einwohnergemeinde der Stadt Basel als Baurechtsgeberin und die MCH Group haben sich rückwirkend per 1. Januar 2020 auf den Erwerb der Messehalle 3 und des Musical Theaters durch die Einwohnergemeinde der Stadt Basel geeinigt. Die Messehalle 3 wird bis Ende 2025 weiterhin von der MCH Group betrieben.

Finanzierungsoptionen

Zur Finanzierung der Investitionen und Entwicklungen bezüglich Plattformen und Communities werden verschiedene strategische Optionen geprüft. Eine der Optionen ist der Einstieg neuer Investoren auf Gruppenebene, was mit einer Kapitalerhöhung sowie mit entsprechenden Veränderungen im Aktionariat, der statutarisch festgelegten Aktionärsrechte und in der Zusammensetzung des Verwaltungsrats verbunden sein kann. Die Evaluation dieser strategischen Optionen ist im Gange.

« Prüfung verschiedener Finanzierungs-Optionen »

Organisation

Die Organisationsstruktur ist per 1. Januar 2020 angepasst worden. Die Division «Global Platforms & Ecosystems» umfasst die Bereiche «Art & Art Related Industries» (Art Basel, Masterpiece, Design Miami) und «Watch, Jewellery, Gems» (Baselworld). In der Division «Swiss Events» sind alle nationalen B2B- und B2C-Plattformen zusammengefasst. Die Divisionen «Venues» und «Live Marketing Solutions» werden als eigenständige Geschäftseinheiten geführt. Die neu gebildete Geschäftseinheit «Digital & Innovation» unterstützt alle Einheiten in den Innovations- und Digitalisierungsprozessen.

Das Executive Board ist in den vergangenen zwei Jahren personell vollständig neu besetzt worden. Mit der neu geschaffenen Funktion des Digital & Innovation Officer (CDIO) und der Ernennung des Global Director der Art Basel ins Executive Board ist dieses auch strukturell stärker auf die neu definierte Unternehmensstrategie ausgerichtet worden.