

ZUKUNFT

GESCHÄFTSBERICHT 2021

M
.CH





Geschäftsbericht 2021
Jahresbericht

Inhaltsverzeichnis

	Jahresbericht		Finanzbericht
	Tätigkeit		Konzernrechnung
01	Auf einen Blick	80	Bilanz
03	Kommentar	81	Erfolgsrechnung
08	Transformation	82	Geldflussrechnung
13	Innovation	84	Eigenkapital
25	Nachhaltigkeit	86	Anhang
37	Facts & Figures	126	Bericht der Revisionsstelle
	Corporate Governance		Rechnung MCH Group AG
47	Hinweise	130	Bilanz
49	Aktionariat	132	Erfolgsrechnung
53	Konzern	133	Anhang
55	Organisation & Management	140	Bericht der Revisionsstelle
61	Führungsstruktur		
65	Verwaltungsrat		
73	Executive Board		
77	Personal		
79	Revisionsorgan		
			Vergütungsbericht
		144	Einleitung
		145	Vergütungsgrundsätze
		147	Vergütungen Verwaltungsrat
		151	Vergütungen Executive Board
		155	Bericht der Revisionsstelle

Auf einen Blick

Das intensive Vorantreiben der Transformation und die pandemische Situation prägten das Geschäftsjahr 2021. Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen, die noch keine positiven Finanzergebnisse ermöglichen, ist das Fundament für eine erfolgreiche Zukunft weiter gestärkt worden.

- Das Geschäftsjahr 2021 weist gegenüber 2020 eine Umsatzsteigerung von rund 30 %, einen positiven EBITDA und einen deutlich geringeren Jahresverlust auf. Das Halbjahresergebnis im zweiten Semester 2021 ist positiv.
- Die Veranstaltungen, die im zweiten Semester 2021 durchgeführt werden konnten, waren sehr erfolgreich. Die gilt insbesondere für die Art Basel in Basel und Miami Beach, aber auch für die Berufsmessen in Zürich und Lausanne, die einen Besucherrekord verzeichneten.
- Im Bereich Experience Marketing hat die Geschäftstätigkeit im zweiten Semester in verschiedenen geographischen Regionen spürbar angezogen. Die Auftragsbücher 2022 sind gut gefüllt.

Das Bedürfnis nach physischen Live-Events ist gross – entsprechend auch unsere Zuversicht für die Zeit nach der Pandemie

- Nach der Stärkung der Kapitalstruktur und Aktionärsbasis mit den Kapitalerhöhungen und dem Einstieg des neuen Ankeraktionärs Lupa Ende 2020 ist die teilweise Erneuerung des Verwaltungsrats an der Generalversammlung 2021 abgeschlossen worden.
- Das Management und der Verwaltungsrat haben das Geschäftsmodell und die Strategie überprüft, bestätigt und weiterentwickelt. Es ist ein Umsetzungsplan mit priorisierten strategischen Initiativen in allen Geschäftsbereichen erarbeitet worden.

Die Umsetzung der priorisierten strategischen Initiativen in allen Geschäftsbereichen ist eingeleitet

- Einige strategische Initiativen – namentlich im Bereich der Art Basel – sind bereits umgesetzt, weitere werden intensiv vorangetrieben. Der Bereich Business Development & Innovation ist strukturell gestärkt, und der bereichsübergreifende Einsatz der Kompetenzen und Ressourcen in der ganzen Unternehmensgruppe optimiert worden.

- Die negativen Auswirkungen der Pandemie belasten das Messegeschäft im ersten Semester 2022, was nicht vollständig kompensiert werden kann. Zudem werden Investitionen in strategische Initiativen getätigt. Es ist davon auszugehen, dass das Jahresergebnis 2022 erneut besser als im Vorjahr sein wird, aber nochmals negativ.
- Der Fortbestand der Gruppe über das Jahr 2022 hinaus ist gewährleistet. Die Refinanzierung der CHF 100 Mio. Anleihe ist in die Wege geleitet. Im Vordergrund steht eine Stärkung der Kapitalbasis mit einer nachgelagerten Erneuerung der Fremdfinanzierung.

Auf dem Weg in eine positive Zukunft

Die MCH Group hat im Geschäftsjahr 2021 die Transformation intensiv vorangetrieben und beschleunigt. Das finanzielle Ergebnis liegt deutlich über dem Vorjahr, das Halbjahresergebnis im zweiten Semester 2021 ist positiv. Die Pandemie wird allerdings auch im ersten Semester 2022 noch starke negative Auswirkungen haben, weshalb im laufenden Jahr noch nicht mit einem positiven Jahresergebnis gerechnet werden kann. Die MCH Group darf aber mit Zuversicht in die Zukunft blicken.

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir können einen im Vergleich zum Vorjahr wesentlich besseren Jahresabschluss präsentieren, obwohl die Pandemie auch den Geschäftsverlauf 2021 massgeblich bestimmt hat. Dank der teilweisen Aufhebung der Einschränkungen für Grossveranstaltungen ab September 2021 erzielten wir im zweiten Semester des Berichtsjahres ein positives Ergebnis. In den letzten vier Monaten 2021 konnten wir sieben der geplanten acht Eigenmessen durchführen, darunter die in den September verschobene Art Basel in Basel und die Art Basel in Miami Beach. Sie alle präsentierten sich sehr erfolgreich.

Das Geschäftsjahr 2021 war neben der Pandemie geprägt durch das intensive weitere Vorantreiben der Transformation. Wir haben das pandemiebedingt schwache erste Halbjahr für die Weiterentwicklung des Unternehmens und die Vorbereitung auf die Zeit nach der Pandemie genutzt. Wir haben zahlreiche Initiativen entwickelt, mit denen wir die grossen Veränderungen in unseren Märkten antizipieren und die Trends hin zu einem differenzierteren Marketingmix mit neuen Experience-Formaten und der Integration von digitalen Technologien aufnehmen. Mit der Umsetzung dieser Initiativen werden wir unser Unternehmen wieder auf Wachstumskurs bringen. Nach den nachhallenden Einschränkungen im ersten Quartal 2022 sind die Aussichten für das laufende Jahr sehr positiv.



Andrea Zappia



Beat Zwahlen

Deutliche Verbesserung der konsolidierten Finanzkennzahlen

Während im Vergleich zum Vorjahr im Geschäftsjahr 2021 der Umsatz um rund 30 % gesteigert werden konnte, bewegt sich der Betriebsaufwand auf dem Niveau des Vorjahres, was ein effizientes Kostenmanagement belegt. Zum positiven EBITDA und zum deutlich geringeren Jahresverlust als im Vorjahr haben auch Sondereffekte wie staatliche Unterstützungen (Kurzarbeit, Härtefall-Entscheidungen, Darlehensersatz), Leistungen der Eventausfallversicherung und der Verkauf einer Liegenschaft in Basel beigetragen.

Die wichtigsten konsolidierten Kennzahlen auf einen Blick (in Klammern 2020):

- Betriebsertrag: CHF 243.3 Mio. (CHF 188.0 Mio.)
- EBITDA: CHF 8.5 Mio. (CHF -45.1 Mio.)
- Jahresverlust: CHF -17.3 Mio. (CHF -72.2 Mio.)
- Eigenkapital: CHF 47.8 Mio. / 11.8 % (CHF 67.3 Mio. / 16.8 %)
- Flüssige Mittel: CHF 113.7 Mio. (CHF 130.1 Mio.)
- Nettoverschuldung: CHF 132.7 Mio. / 124.7 Mio.)

Nachdem im Halbjahresabschluss 2021 ein Halbjahresverlust von CHF -29.4 Mio. ausgewiesen worden ist, präsentiert sich das zweite Semester 2021 mit einem Halbjahresgewinn von CHF 12.1 Mio.

Bekenntnis zur «Public Private Partnership»

Nach der Stärkung der Kapitalstruktur und Aktionärsbasis mit den Kapitalerhöhungen und dem Einstieg des neuen Ankeraktionärs Lupa Ende 2020 ist die teilweise Erneuerung des Verwaltungsrats mit der Zustimmung der Generalversammlung vom 28.04.2021 abgeschlossen worden. Die Beteiligung der

beiden Ankeraktionäre Basel-Stadt und Lupa sowie von weiteren Aktionären von je rund einem Drittel und ihre entsprechende Vertretung im Verwaltungsrat stellen sicher, dass die öffentlichen und privatwirtschaftlichen Interessen weiterhin in gleichem Masse wahrgenommen werden.

Der Kanton Basel-Stadt sowie der Kanton und die Stadt Zürich haben in der Vergangenheit die notwendige Diversifizierung und Internationalisierung der MCH Group stets unterstützt, im Gegenzug dazu hat diese auch die Wahrnehmung der Standort-Interessen sichergestellt. Mit Lupa konnte in einer äusserst schwierigen Zeit ein privater Investor gefunden werden, der diese «Public Private Partnership» mitträgt. Lupa hat sich langfristig verpflichtet und unterstützt vollumfänglich die Unternehmensstrategie inklusive Bekenntnis zu den Standorten Basel und Zürich.

Strategie bestätigt und weiterentwickelt

Im Frühjahr 2021 haben das Management und der Verwaltungsrat das Geschäftsmodell und die Strategie überprüft und weiterentwickelt. Das Geschäftsmodell mit den drei Geschäftsfeldern – «Community Platforms» (physische und digitale Formate), «Experience Marketing» (Strategie, Kreation und Umsetzung von Marketing-Lösungen) sowie «Venues» (eigene Infrastrukturen in Basel und Zürich) – und die strategische Ausrichtung sind bestätigt worden. Die Unternehmensstrategie basiert auf folgenden Pfeilern:

- Entwicklung von zukunftsorientierten Community-Plattformen für ausgewählte Ecosysteme mit verschiedenen physischen und digitalen Formaten;
- Unterstützung der Stakeholder innerhalb der Ecosysteme mit ganzheitlichen Experience Marketing Lösungen – von der Strategie über die Kreation bis zur Umsetzung;
- Stärkung der Auslastung der eigenen Hallen- und Saalkapazitäten und Stärkung der Standorte Basel und Zürich als «Host-Cities» für Grossveranstaltungen.

Mit dem Fokus auf der geografischen Expansion, der digitalen Transformation, innovativen Angeboten und einer gruppenweiten Quernutzung der Kompetenzen und Leistungen sind in allen Geschäftsbereichen priorisierte strategische Initiativen definiert worden.

Einige strategische Initiativen konnten im Geschäftsjahr bereits umgesetzt werden, weitere sind in Arbeit und können im laufenden Geschäftsjahr 2022 realisiert werden. So konnten beispielsweise die Durchführungen der drei Art Basel Shows mit dem erweiterten digitalen Programm «Art Basel Live» ergänzt werden. Mit neuen Engagements in Tokyo und Singapur wird die Präsenz der Art Basel in Asien verstärkt. Im Weiteren hat die MCH Group beziehungsweise die Art Basel zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres den Zuschlag zur Organisation einer neuen Kunstmesse in Paris erhalten, die bereits im Oktober 2022 ein erstes Mal stattfinden wird. Das Swissbau Innovation Lab, die ILMAC-Community-Plattform und der erste hybride HackZurich sind weitere Beispiele erfolgreich umgesetzter Initiativen.

Ambitiöse Wachstums- und Profitabilitätsziele

Die Mittelfristplanung ist der überprüften und erweiterten Strategie entsprechend angepasst worden. Dabei haben wir uns ambitionierte Wachstums- und Profitabilitätsziele gesetzt. Wir sind überzeugt, mit dem erarbeiteten Strategieplan auf Gruppenebene und in allen Geschäftsbereichen diese Ziele zu erreichen.

Nach den vergangenen zwei Jahren sehnen sich unsere Kunden nach physischen Formaten und sind gleichzeitig bereit, die Potenziale ergänzender digitaler Formate verstärkt zu nutzen. Im Zuge des zu erwarteten Aufschwungs nach der Pandemie wird es einen grossen Nachholbedarf geben, wie er in verschiedenen geographischen Gebieten und Wirtschaftszweigen bereits erkennbar ist. Das wird uns grosse Potenziale eröffnen, wofür wir gut gerüstet sind: Wir haben mit unseren drei Geschäftsfeldern ein starkes Netzwerk, mit dem wir unseren Kunden Dienstleistungen in der gesamten Wertschöpfungskette des Experience Marketing bieten können – physisch und digital, regional und global. Wir haben ein überzeugendes strategisches Gerüst mit zahlreichen innovativen Initiativen. Und wir haben eine marktorientierte Organisationsstruktur, die gleichzeitig auf die interdisziplinäre Nutzung unserer Synergiepotenziale ausgerichtet ist.

Positive Aussichten auf 2022 nach einem verhaltenen ersten Quartal

Die Pandemie wird auch im ersten Semester 2022 noch starke negative Auswirkungen haben, bevor mit einer Normalisierung der Situation und einem entsprechenden Aufschwung der Geschäftstätigkeit gerechnet werden kann. Auf Grund der Pandemie musste die Giardina erneut abgesagt werden. Die Swissbau musste in den Mai verschoben werden und kann zu diesem Zeitpunkt nur in einer verkleinerten Form durchgeführt werden. Auch die Art Basel in Hong Kong wird nochmals in einer reduzierten Form stattfinden. Bereits im Herbst 2021 musste die Absage der Baselworld 2022 angekündigt werden, da die Entwicklung des neuen Konzepts unter den gegebenen Rahmenbedingungen mehr Zeit als ursprünglich angenommen erfordert. Weit weniger pandemische «Nachwehen» zeigen sich erfreulicherweise in der Division Live Marketing Solutions, wo die Auftragsbücher gut gefüllt sind.

Digitale Alternativen und die positive Entwicklung in der Division Live Marketing Solutions werden nicht ausreichen, die negativen Auswirkungen der Pandemie auf das Messegeschäft im ersten Semester 2022 vollständig zu kompensieren. Zudem gilt es, notwendige Investitionen in zukunftsorientierte strategische Initiativen zu tätigen. Es ist im Moment davon auszugehen, dass das Geschäftsjahr 2022 zwar erneut besser als das Vorjahr sein, aber nochmals negativ abschliessen wird.

Refinanzierung der Anleihe 2023 in die Wege geleitet

Trotz der stark negativen Auswirkungen der Pandemie verfügt die MCH Group per Ende 2021 über einen Bestand an flüssigen Mitteln, der zusammen mit der Normalisierung der Geschäftstätigkeit die Basis für eine erfolgreiche Weiterentwicklung der Gruppe bildet.

Im Mai 2023 steht die Refinanzierung der CHF 100 Mio. Anleihe an. Der Verwaltungsrat prüft aktuell alle möglichen Optionen zur Refinanzierung dieser Anleihe. Für die Refinanzierung besteht seitens der beiden Ankeraktionäre Kanton Basel-Stadt und Lupa die Verpflichtung zu einem sogenannten «Backstop». Im Vordergrund steht eine Stärkung der Kapitalbasis mit einer nachgelagerten Erneuerung der Fremdfinanzierung. Die diesbezüglichen Entscheide werden in den ersten Monaten des Jahres 2022 durch den Verwaltungsrat gefällt.

Wir danken allen, die im vergangenen Aufbruchsjahr dazu beigetragen haben, die grossen Herausforderungen zu meistern und uns auf dem Weg in die Zukunft weiterhin unterstützen werden: den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, den Aktionärinnen und Aktionären sowie in ganz besonderem Masse auch allen Kunden und Partnern.

Andrea Zappia
Verwaltungsratspräsident

Beat Zwahlen
Group CEO

Transformation

Der Transformationsprozess der MCH Group geht mit grossen Schritten voran. Nach der Stärkung der Kapitalstruktur und Aktionärsbasis haben das Management und der Verwaltungsrat die Strategie überprüft und weiterentwickelt. Mehrere strategische Initiativen sind bereits umgesetzt, weitere stehen kurz vor der Realisierung.

Bereits vor der Covid-19 Pandemie hat die MCH Group auf Grund der damaligen wirtschaftlichen Situation des Unternehmens und der grossen Veränderungen in der Live Marketing Branche eine tiefgreifende Transformation eingeleitet. 2019 wurden notwendige Restrukturierungsmaßnahmen zur Kostenreduktion und Effizienzsteigerung ergriffen. Gleichzeitig wurden die Unternehmensstrategie und Organisationsstruktur auf die Anforderungen eines zukunftsorientierten Experience Marketing Unternehmens ausgerichtet.



Berufsmesse Zürich

Nach einem verheissungsvollen Start ins Geschäftsjahr 2020 führten die Covid-19 Pandemie und die von den Behörden verfügten Restriktionen zu einem weitgehenden Stillstand der Geschäftstätigkeit. Dies erforderte weitere Massnahmen zur Kostensenkung. Gleichzeitig wurden mit reduzierten Ressourcen die Strategieumsetzung und die Entwicklung wichtiger Projekte vorangetrieben. Dies ermöglichte es beispielweise, bereits im März 2020, als in Hong Kong die erste Art Basel Messe abgesagt werden musste, die ersten Art Basel «Online Viewing Rooms» anbieten zu können.

Stärkung der Kapitalstruktur, der Aktionärsbasis und der Unternehmensführung

Vor diesem Hintergrund der notwendigen Transformation und Strategieumsetzung sowie der wirtschaftlichen Folgen der Covid-19 Pandemie haben der Verwaltungsrat und das Executive Board ein umfassendes Massnahmenpaket zur Stärkung der Kapitalstruktur, der Aktionärsbasis und der Unternehmensführung erarbeitet, dem die ausserordentliche Generalversammlung am 27.11.2020 mit grosser Mehrheit zugestimmt hat. Es umfasste unter anderem Kapitalerhöhungen von über CHF 90 Mio., den Einstieg von Lupa als neuer Ankeraktionär und eine teilweise Erneuerung des Verwaltungsrats.

Das im Zuge der Kapitalerhöhungen veränderte Aktionariat mit der Beteiligung der öffentlichen Hand (Kanton Basel-Stadt, Kanton und Stadt Zürich), von Lupa und von privaten Aktionären zu je rund einem Drittel präsentiert sich ausgewogen. Dies gilt auch für die neue Zusammensetzung des Verwaltungsrats mit je drei Vertretern/innen dieser drei Aktionärsgruppen. Mit der Wahl von Andrea Zappia zum neuen Präsidenten und Marco Gadola zum neuen Vize-Präsidenten ist die neue Zusammensetzung des Verwaltungsrats an der Generalversammlung vom 28.04.2021 abgeschlossen worden.

Grosses Potenzial des Geschäftsmodells und der Unternehmensstrategie

Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen konnte mit Lupa ein neuer Ankeraktionär gefunden werden, der sich zu einem langfristigen Engagement verpflichtet hat und die Strategie – inklusive Bekenntnis zu den Standorten Basel und Zürich – mitträgt. Sein Engagement unterstreicht die Überzeugung, dass das Geschäftsmodell und die Strategie der MCH Group grosses Potenzial haben. Mit der internationalen Branchenerfahrung, Innovationskraft und Managementkompetenz, die Lupa Systems ins Unternehmen einbringt, wird der Transformationsprozess beschleunigt.

Zu Beginn des Geschäftsjahres 2021 kam es auch zu Veränderungen im Executive Board. Der Verwaltungsrat hat Beat Zwahlen zum neuen Group CEO und Michael Hüsler zum neuen Group CFO ernannt. Unter der Leitung von Beat Zwahlen, der in den vorangegangenen Jahren als Group CFO die Neuorientierung des Unternehmens massgebend mitgestaltet hatte, hat das Executive Board den Fokus verstärkt auf die Synergiepotenziale und Zusammenarbeit der verschiedenen Geschäftsbereiche gelegt.



Art Basel in Basel

Im Frühjahr 2021 haben das Management und der Verwaltungsrat die Unternehmensstrategie überprüft und weiterentwickelt. Es hat sich bestätigt, dass das Netzwerk der drei Geschäftsfelder – «Community Platforms» (physische und digitale Formate), «Experience Marketing» (Strategie, Kreation und Umsetzung von Marketing-Lösungen) sowie «Venues» (eigene Infrastrukturen in Basel und Zürich) – ein einzigartiges Asset mit grossen Synergie- und Entwicklungspotenzialen darstellt. Die strategische Ausrichtung ist bestätigt und mit priorisierten strategischen Initiativen in allen Geschäftsbereichen weiter geschärft worden.

Community Plattformen, Experience Marketing und «Host Cities» Basel und Zürich

Die Strategie der MCH Group setzt auf Innovation, Digitalisierung und Internationalisierung und basiert auf folgenden drei Pfeilern:

- Sie schafft mit verschiedenen Formaten zukunftsorientierte Plattformen für die Communities in ausgewählten Ecosystemen. Die Plattformen fördern, beleben und erweitern die Aktivitäten der Communities und leisten damit wertvolle Beiträge für das Funktionieren und die Entwicklung der Ecosysteme. Die Formate können physisch oder digital sein, mit kommerziellem oder kommunikativem Charakter, auf professionelle Zielgruppen oder Endkonsumenten ausgerichtet, mit internationaler oder regionaler Ausstrahlung.
- Sie unterstützt die Stakeholder innerhalb der Ecosysteme mit ganzheitlichen Experience Marketing Lösungen – von der Strategie über die Kreation bis zur Umsetzung. Die Stakeholder sind Institutionen, Veranstalter oder Unternehmen in den Bereichen Wirtschaft, Kultur, Sport. Die Dienstleistungen, mit denen diese in der Positionierung und Aktivierung ihrer Brands sowie beim Aufbau und bei der Pflege dauerhafter Kundenbeziehungen unterstützt werden, können materieller oder digitaler Natur sein und weltweit angeboten werden.
- Sie bekennt sich zu ihren physischen Standorten in Basel und Zürich. Sie verbessert mit verschiedenen Massnahmen die Auslastung ihrer Hallen- und Saalkapazitäten und verstärkt in enger Zusammenarbeit mit den beiden Städten die Positionierung der Standorte Basel und Zürich als «Host Cities» für Grossveranstaltungen zum Nutzen des Unternehmens und des Umfelds.



Hack Zurich

Trotz der nach wie vor sehr starken negativen Einflüsse der weltweiten pandemischen Situation ist die Transformation und Strategieumsetzung im Geschäftsjahr weitere grosse Schritte vorangekommen. Einige strategische Initiativen wurden bereits umgesetzt, zahlreiche sind in Arbeit und können im laufenden Geschäftsjahr 2022 realisiert werden.

So konnten beispielsweise die sehr erfolgreichen Durchführungen der drei Art Basel Shows mit dem erweiterten digitalen Programm «Art Basel Live» ergänzt werden. Mit neuen Engagements in Tokyo und Singapur wird die Präsenz der Art Basel in Asien verstärkt, und die Unterstützung des asiatischen Kunstmarkts wird auch positive Auswirkungen auf Art Basel in Hong Kong haben. Im Weiteren hat die MCH Group beziehungsweise die Art Basel zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres den Zuschlag zur Organisation einer neuen Kunstmesse in Paris erhalten, die bereits im Oktober 2022 ein erstes Mal stattfinden wird.

Umsetzung von strategischen Initiativen in allen Geschäftsbereichen

Im Bereich der «Swiss Events» wird auf der Basis der bestehenden starken Messen unter anderem intensiv am Ausbau der Ecosysteme «Built Environment» und «Life Sciences» sowie weiteren Themen gearbeitet. Mit der Akquisition der Digital Festival AG wurde das Portfolio mit neuen und attraktiven Events erweitert und die Kompetenz in der Entwicklung innovativer Event-Formate und zukunftsorientierter Themen weiter gestärkt.

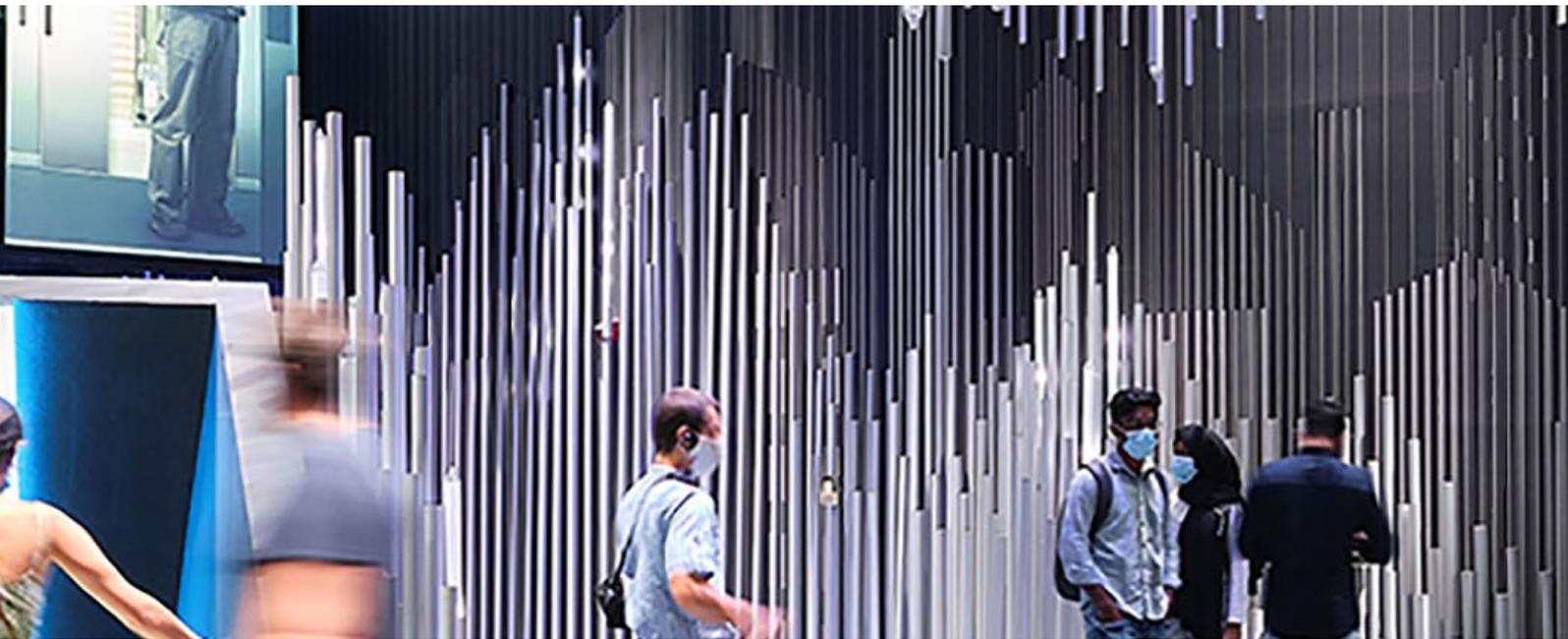
Angesichts der Covid-Situation und der nach wie vor grossen Verunsicherung ist es äusserst anspruchsvoll, ein neues Konzept für ein neues Zielsegment zu lancieren. Das zeigt das Beispiel Uhren/Schmuck beziehungsweise Baselworld. Das Management will sich deshalb für die Entwicklung einer neuen Baselworld die notwendige Zeit dafür nehmen, die künftigen Bedürfnisse der Kunden exakt zu analysieren. Ziel ist es nach wie vor, mit dem international verankerten Brand Baselworld und innovativen Plattformen Mehrwerte für die Community der Hersteller und Retailer im mittleren Branchensegment zu schaffen.

In der Division «Live Marketing Solutions» ist der Entwicklung hin zu einer «Experience Marketing Full Service Agentur» bereits vor der Pandemie forciert worden. Das zahlt sich nun aus. Zwar hatte die MCH Group auch in diesem Bereich unter der Covid-Situation zu leiden, die Division «Live Marketing Solutions» ist jedoch für den nun zu erwartenden Aufschwung sehr gut positioniert und gerüstet.

Innovation

Verschiedene Formate für Community-Plattformen in ausgewählten Ecosystemen: Die MCH Group setzt auf die innovative Weiterentwicklung und Erweiterung ihres Portfolios sowie auf ganzheitliche Experience Marketing Lösungen.

Die Covid-19 Pandemie hat den tiefgreifenden Wandel in der Live Marketing Branche zusätzlich verstärkt und beschleunigt. Die Durchführung bestehender und/oder neuer Live Event Formate war in den vergangenen zwei Jahren zwar schwierig bis unmöglich, es hat sich aber gezeigt, dass diese auch in Zukunft und gerade in der Nach-Covid-Zeit eine wichtige Bedeutung haben werden. Gleichzeitig hat das Bedürfnis nach digitalen Formaten stark zugenommen – und auch der Wille, ihre Potenziale verstärkt auszuschöpfen.



Expo Dubai 2020 | Schweiz

Mit anderen Worten: Moderne Live Formate werden künftig ebenso gefragt sein wie digitale Formate, die zeitlich und inhaltlich über diese hinausgehen. Die Verstärkung der regionalen Präsenz und der D2C-Aktivitäten («Direct to Consumer»), die Nutzung von allen verfügbaren physischen und digitalen Kanälen sowie das Angebot digitaler Marktplätze sind dabei klar erkennbare Trends in den veränderten Marketing-Anforderungen vieler Unternehmen.

«Unsere Zukunft liegt in kreativen Kombinationen von Live Events und digitalen Formaten.»

– Beat Zwahlen, Group CEO

Für die MCH Group liegt die Zukunft deshalb in kreativen Kombinationen von Live Events und digitalen Formaten, die für die Zielgruppen einzigartige physische Erlebnisse bieten und online während dem ganzen Jahr Inhalte und Dienstleistungen zur Verfügung stellen. Und sie liegt für sie auch in ganzheitlichen Lösungen, die es den Kunden ermöglichen, die damit geschaffenen Möglichkeiten optimal auszunutzen – umfassende Experience Marketing Lösungen von der Strategie bis zur Umsetzung, physisch oder digital, regional oder global.

«Wir bieten unseren Kunden ganzheitliche Experience Marketing Lösungen – von der Strategie bis zur Umsetzung.»

– Florian Faber, CEO Live Marketing Solutions

In den vergangenen Jahren ist innerhalb der MCH Group ein Business Development & Innovation Team auf- und ausgebaut worden, das die Aufgabe hat, profitable Geschäftsmodelle in bestehenden und neuen Ecosystemen zu identifizieren und zu entwickeln. Das Team hat dafür einen siebenstufigen Prozess definiert, wie vorhandenes und neues Wissen in marktfähige Lösungen umgesetzt werden kann – von der Idee über die Entwicklung bis zur Markteinführung.

Mit Unterstützung des Business Development & Innovation Teams ist die Entwicklung zukunftsorientierter Formate und Experience Marketing Lösungen im Berichtsjahr 2021 in allen Geschäftsbereichen intensiv vorangetrieben worden. Einige Projekte konnten bereits umgesetzt werden. Ein paar Beispiele:

Art Basel – Erweiterung der digitalen und physischen Präsenz

Ziel der Art Basel ist es, zum Erfolg der Galerien beizutragen, indem sie diese mit erfahrenen und neuen Kunstinteressierten zusammenbringt. Über die physischen Events hinaus braucht es dafür künftig auch vermehrt digitale Formate, die den Kunden zu jeder Zeit und an jedem Ort Zugang zu Produkt-Informationen und Online Shopping Möglichkeiten bieten.



Art Basel in Basel

2021 brachte die erfolgreiche Rückkehr der physischen Kunstmessen und die Vereinigung der physischen und digitalen Elemente in hybriden Formaten. Die im Jahre 2020 auf Grund der abgesagten Messen eingeführten «Online Viewing Rooms» (OVR) wurden in die neu eingeführte digitale Initiative «Art Basel Live» eingebettet, die auch virtuelle Rundgänge und spezielle Social-Media-Inhalte – einschliesslich exklusive Aufnahmen hinter den Kulissen – umfasste. Das erweiterte digitale Programm wurde erstmals an der Art Basel in Hong Kong umgesetzt. Es ergänzte in der Folge auch in Basel und Miami Beach die Präsentationen vor Ort und ermöglichte so die Übertragung der Lebendigkeit und Spannung der Messe auf ein globales Publikum.

Die Entwicklung der digitalen Formate und Angebote der Art Basel wird weitergehen. Denn so, wie die Galeristen von der Art Basel die Unterstützung in der Erschliessung neuer Kreise von Kunstinteressierten erwarten, so erwarten diese von der Art Basel über die Highlights der physischen Events hinaus auch moderne digitale Dienstleistungspakete.

«Wir wollen die führende Position des Art Basel Brands weiter stärken.»

– Marc Spiegler, Global Director Art Basel

Auch Entwicklungen im physischen Event-Bereich werden dazu beitragen, die führende Position des Art Basel Brands weiter zu stärken. So engagiert sich die MCH Group bzw. die Art Basel unter anderem in der weiteren Stärkung des asiatischen Kunstmarkts. Sie ist als Aktionärin mit einem Anteil von 15 % an der neuen Kunstmesse in Singapore ART SG beteiligt, die im Januar 2023 erstmals stattfinden wird, und unterstützt in beratender Form auch den S.E.A. Focus Event in Singapur und die Art Week in Tokyo.

Im Januar 2022 konnte die MCH Group zudem bekannt geben, dass die Art Basel den Zuschlag für die Veranstaltung einer neuen Messe für zeitgenössische und moderne Kunst in Paris erhalten hat. Das neue Projekt soll Brücken zwischen den französischen Kulturindustrien – von Mode und Design bis hin zu Film und Musik – schlagen und auf die ganze Stadt ausstrahlen. Die neue Messe wird erstmals im Oktober 2022 im Grand Palais Éphémère stattfinden, ab 2024 dann im restaurierten Grand Palais.

Informationen zur Art Basel:
– Link: www.artbasel.com

Digital Festival und HackZurich - «Make it Personal!»

Es ist bezeichnend, dass gerade Events wie das Digital Festival und der HackZurich belegen, wie wichtig der direkte und physische Kontakt für uns Menschen ist – selbst für ausgewiesene Experten der Digital- und Technologieszene. «Make it Personal!» lautete deshalb auch das Motto des 6. Digital Festival und des 8. HackZurich im September 2021 im Schiffbau und Technopark Zürich.



Digital Festival | HackZurich

Wie gelangen wir von der Produktvision zum Prototypen? Wie gelingt Produktmanagement im High-Tech-Umfeld? Sind NFTs («non-fungible tokens») wirklich die Zukunft? Solche und ähnliche Fragen diskutierten zahlreiche kluge Köpfe aus Wirtschaft, Gesellschaft und Technik am Digital Festival – in einer pulsierenden Festival-Atmosphäre vor Ort und virtuell. Ein vielseitiges Programm mit mehr als 25 Keynotes, 40 interaktiven Labs und 15 Sessions begeisterte einen bewährten Mix von rund 2500 internationalen und nationalen Führungskräften und Fachleuten.

«Am Digital Festival steht der Mensch im Vordergrund
– vor Ort und virtuell.»

– Jonathan Isenring, Mitgründer Digital Festival und HackZurich

HackZurich, Teil des Digital Festivals, ist 2021 als erster hybrider Hackathon weltweit konzipiert worden. Mit mehr als 5'000 Bewerbungen zählt er zu den international bedeutendsten Plattformen dieser Art. Über 1'000 Bewerbende sind ausgewählt worden, in Teams von mehreren Personen innerhalb von 40 Stunden über 150 innovative, technische Prototypen zu entwickeln. Nebst 420 Teilnehmenden vor Ort, waren auch mehr als 600 Teilnehmende aus über 90 Nationen virtuell dabei.

Gewonnen hat übrigens das Team «Thunderstroke», das Online-Treffen mit Freunden ermöglicht. «Thunderstroke» ist eine Anwendung von Echtzeit-Bildverarbeitungsalgorithmen und künstlicher Intelligenz, um Online-Meetings live mit Musik aufzulockern. Ein Laptop reicht zu einer Jam Session mit einer Luftgitarre oder einem Luft-Schlagzeug.

Informationen zum Digital Festival und HackZurich:

– Link: <https://digitalfestival.ch/>

– Link: <https://hackzurich.com/>

Ilmac Community - Angebot von digitalen Formaten

Mit der ILMAC in Basel kam im Oktober 2021 auch in der Life Sciences Industrie das «Messe-Feeling» wieder zurück. Rund 250 Aussteller und gegen 4'500 Besucherinnen und Besucher äusserten sich trotz Covid-Einschränkungen sehr positiv über den Messeverlauf. Der Branchentreffpunkt wurde ergänzt mit den «Pharma Logistics Days» (Logistik und Verpackung) und der «Maintenance Excellence Arena» (Instandhaltung).



Ilmac

Anlässlich der ILMAC 2021 wurde auch die neue digitale Plattform ILMAC Community lanciert. Auf dieser Plattform publizieren führende Anbieter 365 Tage im Jahr ihre Neuheiten, Fachwissen, Veranstaltungen und vieles mehr. Stand Ende Februar 2022 haben sich über 5'500 Nutzer auf der Plattform registriert. Diese umfasst Kurzpräsentationen und Beiträge von rund 240 Anbietern. Die gegen 400 Beiträge sind in drei Kategorien (Fokusthemen, Anwendungen und Produktklassen) und über 30 Themenblöcken sowie auch typologisch gegliedert.

«Mit der ILMAC Community bieten wir unseren Kunden eine attraktive digitale Plattform – über unsere Events in Basel und Lausanne hinaus sowie 365 Tage im Jahr.»

– Roman Imgrüth, Managing Director Swiss Events der MCH Group

Die ILMAC Community wurde mit einer externen Applikation realisiert. Die MCH Group arbeitet intensiv an der Bereitstellung von weiterentwickelten Community Plattformen, die mit weiteren Funktionalitäten zusätzliche Bedürfnisse abdecken werden. Dabei stehen Lösungen im Vordergrund, die gruppenweit skalierbar sein werden.

Informationen zur ILMAC Community:
 – Link: <https://www.community.ilmac.ch/de>

Expomobilia – als Generalunternehmerin an der Expo Dubai

Seit fast 100 Jahren ist das «Bureau International des Expositions» (BIE) für die Vergabe der Weltausstellungen zuständig. Die Expo Dubai 2020, die auf Grund der Pandemie um ein Jahr verschoben werden musste und vom 01. Oktober 2021 bis zum 31. März 2022 stattfand, war die erste Weltausstellung in einem arabischen Land. Das Thema: «Connecting Minds, Creating the Future.» Das Areal südlich von Dubai mit einer Fläche von mehr als 4 km² war in die drei Unterthemen «Nachhaltigkeit», «Mobilität» und «Chancen» aufgeteilt.

Zum ersten Mal an einer Weltausstellung war jedes der 192 Teilnehmerländer mit einem eigenen Pavillon vertreten. Vier dieser Pavillons hatte die MCH-Division Live Marketing Solutions – konkret die Expomobilia mit Sitz in Effretikon – gebaut, nämlich diejenigen der Schweiz, der Niederlande, Norwegens und Finnlands.



Expo Dubai 2020 | Schweiz

Der Schweizer Pavillon «Reflections» bot seinen Besucherinnen und Besuchern eine eindrucksvolle und aussergewöhnliche Begegnung mit der Schweiz in all ihrer Vielfalt – von atemberaubenden Landschaften bis hin zu innovativen Ideen für eine nachhaltige Zukunft. Die Besucherinnen und Besucher betraten den Pavillon durch eine Kristallhöhle und reisten dann auf die Gipfel der Berge, um danach in die urbane Schweiz einzutauchen, wo sie diese als führenden Innovations- und Technologiestandort entdecken konnten.

Expomobilia war als Generalunternehmerin vollumfänglich für die planmässige Umsetzung des architektonischen Konzepts des Schweizer Pavillons in der vorgegebenen Zeit und im bewilligten Budgetrahmen verantwortlich. Dazu gehörten auch die Erfüllung des schweizerischen Qualitätsanspruchs sowie die Beschaffung und Verwendung von ökologisch nachhaltigen Materialien. Expomobilia arbeitete bei diesem Projekt mit OOS Architekten, Bellprat Partner und Lorenz Eugster zusammen.



Expo Dubai 2020 | Finland

Der Schweizer Pavillon hatte eine Ausstellungsfläche von 300 m² im Erdgeschoss und 320 m² im Obergeschosse sowie eine Dachfläche von 415 m². Neben den schwierigen Rahmenbedingungen auf Grund der Pandemie (zwischenzeitliche Schliessungen der Baustellen, Reisebeschränkungen für Ingenieure etc.) stellte vor allem die Einhaltung des Budgets eine grosse Herausforderung dar. Expomobilia hat mit zahlreichen kosteneffizienten Lösungen wesentlich dazu beigetragen, diese erfolgreich zu meistern.

Für die Niederlande hat Expomobilia ein «Biotop in der Wüste» gebaut, ein 3'493 m² grosses, geschlossenes Klimasystem. Für das Konzept und die Umsetzung war ein Konsortium verantwortlich, in dem Expomobilia die Rolle der Generalunternehmerin wahrnahm. Auch bei den finnischen und norwegischen Pavillons war Expomobilia als Generalunternehmerin für die Realisierung verantwortlich. Der finnische Pavillon «Snow Cape» symbolisierte eine Verschmelzung der unterschiedlichen finnischen und arabischen Kulturen. Der norwegische Pavillon «Ocean Space» symbolisierte die tiefe Verbindung zwischen der maritimen Umwelt und den Schätzen des Meeres mit den Menschen und der Kultur Norwegens.

Informationen zu den Projekten der Expomobilia an der Expo Dubai:

– Link: <https://www.expomobilia.com/cases/industrien/weltausstellung/>

MCH Global – Lifestyle-Festival «The Icons of Porsche»

Porsche ist eine Marke, die schon immer versucht hat, über das eigentliche Geschäft des Autoverkaufs hinauszugehen. Im November 2021 hat Porsche dieses Ziel mit dem ersten «Icons of Porsche» Festival erreicht. Das Lifestyle-Festival im Dubai Design District war ein Erlebnis, bei dem Autoliebhaber aller Altersgruppen durch mehrere thematisch gestaltete Bereiche in die reiche Geschichte der Marke eintauchen konnten. Auf Grund des Erfolgs der Veranstaltung wird «The Icons of Porsche» nun zu einem jährlichen Event.



«The Icons of Porsche»

Das strategische Ziel war es, eine einzigartige Markenplattform zu schaffen, auf der Porsche sowohl mit bestehenden Porsche-Besitzern als auch mit einem weiteren Publikum in Kontakt treten konnte. Die umgesetzten Ergebnisse waren aufregende Aktivierungen, exklusive Displays, kreative Aktionen und Edutainment. Markenpartner wie Hugo Boss und Tag Heuer trugen dazu bei, das Publikum anzusprechen, ebenso wie Künstler und Performer, die ihre soziale Währung nutzen konnten. Wichtige Influencer und Markenvertreter sorgten auf ihren eigenen Kanälen für mehr Aufmerksamkeit beim Publikum.

Das Festival umfasste verschiedenen Sektoren, die allen Interessierten etwas boten. Im Bereich «The Library» erlebten die Gäste die Leidenschaft für die klassischen Porsche-Fahrzeuge anhand von Ausstellungen und spannenden Aktivitäten, während im Sektor «The Garage» ikonische Rennwagen zu sehen waren und die Gäste sich an der Gestaltung von Vintage-Postern beteiligen konnten. Im Bereich «The Unseen» konnten die Gäste über eine einfache Benutzeroberfläche futuristische Modelle skizzieren. «The Studio» zeigte Werke internationaler und lokaler Künstler, und jüngere Besucher fanden einen eigenen Bereich mit kreativen Aktivitäten im «The Park». Das Herzstück des Festivals war die von Hunderten von Oldtimern umgebene Bühne mit dynamischen Bildschirmhalten, die legendäre Modelle in Szene setzten und die Auftritte beliebter regionaler Musiker während der zwei Tage unterstützten.

«Unsere Idee war es, ein neues Konzept zu testen und das zu tun, was wir am besten können: unser einzigartiges Markenerbe auf attraktive Weise zu präsentieren. Das Ergebnis hat uns begeistert», sagt Dr. Manfred Bräunl, CEO von Porsche MEA.



«The Icons of Porsche»

Die Planung des Festivals erstreckte sich über einen Zeitraum von sechs Monaten, wobei mehrere Teams nahtlos an den Kreativ-, Produktions- und Ausführungsprozessen arbeiteten und mehrere Erlebnisbereiche bereitstellten. Vor dem Festival wurden ausgewählte VIPs und Medienvertreter zu einem «Media Drive» im Dubai Autodrome eingeladen, wo sie die Porsche DNA aus erster Hand erleben konnten. Eine zusätzliche «Media Night» sorgte für Gesprächsstoff und weckte Interesse und Begeisterung in Printmedien, digitalen und sozialen Kanälen.

Das Festival selbst, das vom 19.–20.11.2021 stattfand, zog 7'000 Besucher in den Dubai Design District, der sich über eine Fläche von 17'000 m² erstreckt. Zusätzlich erreichte das Festival mit 1'328 Medienbeiträgen und über die sozialen Medien über 100 Millionen Menschen. Es wurden 37.400 Website-Klicks gezählt. Der PR-Wert belief sich international auf USD 4.5 Mio. und regional auf USD 1.5 Mio.

Informationen zu MCH Global:

– Link: <https://www.mch-global.com/ch>

MC² – «Dream Ahead» – IPO Launch von Lucid Motors in NYC

MC² realisierte im Juli 2021 für Lucid Motors in New York City unter dem Namen «Dream Ahead» eine elektrisierende Kampagne zur offiziellen Einführung von «\$LCID» an der Nasdaq und zur Präsentation des Lucid Air Modells auf dem Elektrofahrzeugmarkt.



Lucid Motors | «Dream Ahead»

Zum Auftakt der viertägigen Veranstaltung arbeitete die MC²-Crew über Nacht, um drei verhüllte Boxen an drei einzigartige Standorten in New York City zu liefern und aufzubauen: beim Vessel (einem aussergewöhnlichen Bauwerk im Hudson Yards Viertel), am Oculus (einem Verkehrsknotenpunkt beim World Trade Center) und im Madison Square Park.

Die im Schutze der Nacht aufgebauten Boxen schienen wie von Zauberhand aus dem Nichts aufzutauchen. Die gläsernen Boxen, in denen ein Lucid Air Modell verborgen war, waren mit schwarzer Folie umhüllt. Über ihre Social-Media-Plattformen verschickte Lucid Teaser-Posts über die geheimnisvollen Displays. Die Passanten hatten die Möglichkeit, mit einem Smartphone einen QR-Code zu scannen, um einen Vorgeschmack auf das zu bekommen, was die Boxen enthielten. Damit wurde die Neugier und die Begeisterung aller geweckt, die vorbeikamen.



Lucid Motors | «Dream Ahead»

Am vierten Tag wurde jede Display-Verpackung über Nacht entfernt, um das neueste Elektrofahrzeug, den Lucid Air, zu präsentieren und den Börsengang von «\$LCID» an der Nasdaq zu feiern. Das Team von Lucid Motors eroberte am Tag der Enthüllung den Times Square, während im Hintergrund das Nasdaq-Video lief. Es war eine grosse Party, um diese aufregende Zeit für das Unternehmen zu feiern. Nach der Spannung in den vorangegangenen Tagen zogen die geöffneten Boxen mit den Autos umso grössere Aufmerksamkeit auf sich. Lucid Motors würdigte die Enthüllung in den sozialen Medien: «Out of the box, in the wild».

Das Team von Lucid Motors war sehr beeindruckt, wie MC² eine Lösung für das Design, die Installation und die Unterstützung bei der Gestaltung dieses einmaligen Ereignisses gefunden hat. Gemeinsam ist ein Event geschaffen worden, worüber noch immer viele sprechen.

Informationen zu MC²:

– Link: <https://www.mc-2.com/>

Nachhaltigkeit

Unternehmenserfolg setzt nachhaltige ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Leistungen voraus. Nachhaltiges Denken und Handeln haben die über 100jährige Geschichte der MCH Group geprägt und sollen auch den Weg in die Zukunft mitbestimmen. Die MCH ist bestrebt, in allen Bereichen und auf allen Stufen das nachhaltige Verhalten zu fördern und die ökonomischen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsindikatoren laufend zu verbessern.

Die Geschäftstätigkeit und die Gesellschaftsstruktur der MCH Group haben einen hohen wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitswert: Die Geschäftstätigkeit trägt zum Geschäftserfolg zahlreicher Unternehmen bei und verbindet bedeutende ökonomische und ökologische Vorteile. Marketing-Plattformen ersetzen viele Einzelaktivitäten und individuelle Geschäftsreisen. Messen und Events initiieren grosse volkswirtschaftliche Effekte, von denen zahlreiche Branchen profitieren. Die Beteiligung der öffentlichen Hand an der MCH Group AG sichert die Wahrung der Standort-Interessen der Regionen Basel und Zürich.

Verbindung von wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Effekten

Die Unternehmensstrategie der MCH Group und die Weiterentwicklung der Produkte- und Dienstleistungsangebote sind auf die langfristige Sicherung des Unternehmenserfolgs ausgerichtet. Sie investiert laufend in die ökologische Optimierung der Gebäude und Anlagen sowie der Organisation und Durchführung der Veranstaltungen. Sie unterstützt die Mitarbeitenden darin, sich rechtlich und ethisch korrekt und verantwortungsbewusst zu verhalten.

Die MCH Group hat die Entwicklung eines ganzheitlichen Nachhaltigkeitskonzepts für die gesamte Unternehmensgruppe eingeleitet. 2022 wird in Zusammenarbeit mit myclimate zuerst der ökologische «Footprint» berechnet, um die «Hotspots» zu kennen, wo mittels «Science Based Targets» (SBT) die Umweltbelastung reduziert werden kann. In der Folge wird in Zusammenarbeit mit SchweryCade eine Nachhaltigkeitsstrategie definiert und implementiert.

LMS Switzerland (Expomobilia) erarbeitet aktuell ein Konzept zur Zertifizierung auf der Basis der ISO-Norm 20121 («Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement»), das im laufenden Jahr umgesetzt werden soll. MC² Europe hat sich 2021 erstmals nach DIN EN ISO 14001:2015 für nachhaltiges Eventmanagement zertifizieren lassen.

Ökonomie

Die Wertschöpfungskette der MCH Group gliedert sich in drei Bereiche, die sich wechselseitig befruchten, aber auch unabhängig voneinander funktionieren können: Sie schafft Community-Plattformen in verschiedenen Ecosystemen. Sie bietet im gesamten Bereich des Experience Marketing und weltweit ganzheitliche Lösungen von der Strategie über die Kreation bis zur Umsetzung. Sie betreibt die eigenen Infrastrukturen in Basel und Zürich und betreut an diesen Standorten die eigenen physischen Events sowie zahlreiche Gastveranstaltungen (Gastmessen, Kongresse und weitere Events).



Salon des Métiers et de la Formation Lausanne

Die MCH Group hat 2019 einen tiefgreifenden Transformationsprozess eingeleitet, um sich strategisch und operativ sowie strukturell und organisatorisch auf die Anforderungen der Zukunft auszurichten. Sie hat in den Geschäftsjahren 2020 und 2021 – trotz Pandemie – eine starke Basis für die weitere Transformation und den Aufbruch in eine erfolgreiche Zukunft geschaffen.

Langfristige Sicherung des Unternehmenserfolgs zum Wohle aller Stakeholdergruppen

Verschiedenen Studien 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 und lösen weitere Folgeeffekte aus.

Nicht in Zahlen darstellen lassen sich weitere Effekte, insbesondere die positiven Auswirkungen, welche erfolgreiche Marketing-Plattformen für die entsprechenden Branchen und Unternehmen haben. Für die Durchführungsorte haben die Live-Events oft auch touristische «Leuchtturmeffekte», indem sie eine Ausstrahlung und Anziehungskraft ausüben, welche sich auf die Stadt oder das Land übertragen.

Das Aktionariat der MCH Group setzt sich aus der öffentlichen Hand (Kanton Basel-Stadt, Kanton und Stadt Zürich), Lupa Systems und privaten Aktionären zusammen, die je rund einen Drittel halten. Die entsprechende Zusammensetzung des Verwaltungsrats stellt die privatwirtschaftliche und internationale Ausrichtung des Unternehmens bei einer gleichzeitigen Wahrnehmung der Interessen der Standort-Regionen sicher. Der private Ankeraktionär Lupa Systems hat sich zu einem langfristigen Engagement verpflichtet. Er trägt die Unternehmensstrategie vollumfänglich mit und gestaltet ihre Umsetzung aktiv mit.

Ökologie

Die Berichterstattung betreffend ökologischer Nachhaltigkeit legt den Schwerpunkt auf die beiden MCH-eigenen Messegelände in Basel und Zürich, die als «Produktionsstätten» für das Umfeld von grosser Relevanz sind. Ein weiteres Augenmerk wird auf den Messe- und Eventbau der LMS Switzerland (Expomobilia) gelegt.



Berufsmesse Zürich

83.7 % des Gesamtenergieverbrauchs der Messeplätze Basel und Zürich stammen aus erneuerbaren Energien. Ihr Stromverbrauch wird zu 100 % aus erneuerbarer Energie gewonnen. Photovoltaikanlagen auf den Dächern der Messe Basel und der Messe Zürich produzieren Solarstrom für rund 400 Einfamilienhäuser mit einem Vier-Personen-Haushalt. Die Halle 1 Süd der Messe Basel ist mit dem Minergie-Label BS-054 ausgezeichnet.

Ständige Optimierungen der ökologischen Indikatoren

Knapp 40 % des Energieverbrauchs der Expomobilia an ihrem Standort in Effretikon stammen aus erneuerbaren Energien. Sie bezieht ihren gesamten Strombedarf aus 100 % Schweizer Ökostrom mit dem FAIR POWER Zertifikat.

Lange Lebensdauer, mehrfache Verwendung, umweltschonende und energieeffiziente Produktion, rezyklierbare oder biologisch abbaubare Materialien: Auch im Bereich Standbau und bei Partnerfirmen wird grossen Wert auf die Nachhaltigkeit gelegt – ebenso im Bereich Logistik.

Energie und Emissionen

Der Energieverbrauch und die Emissionen der Messe Basel, Messe Zürich und der LMS Switzerland (Expomobilia) im Jahr 2021 widerspiegeln die eingeschränkte Geschäftstätigkeit auf Grund der Pandemie, die jedoch im zweiten Semester im Vergleich zum Vorjahr zugenommen hat. Sie liegen entsprechend deutlich unter den Jahren vor der Pandemie aber über dem Vergleichsjahr 2020.

Angaben zur Geschäftstätigkeit finden sich im Jahresbericht im Kapitel «Facts & Figures».

– Online: [Link](#)

– Download pdf: [Seite 37](#)

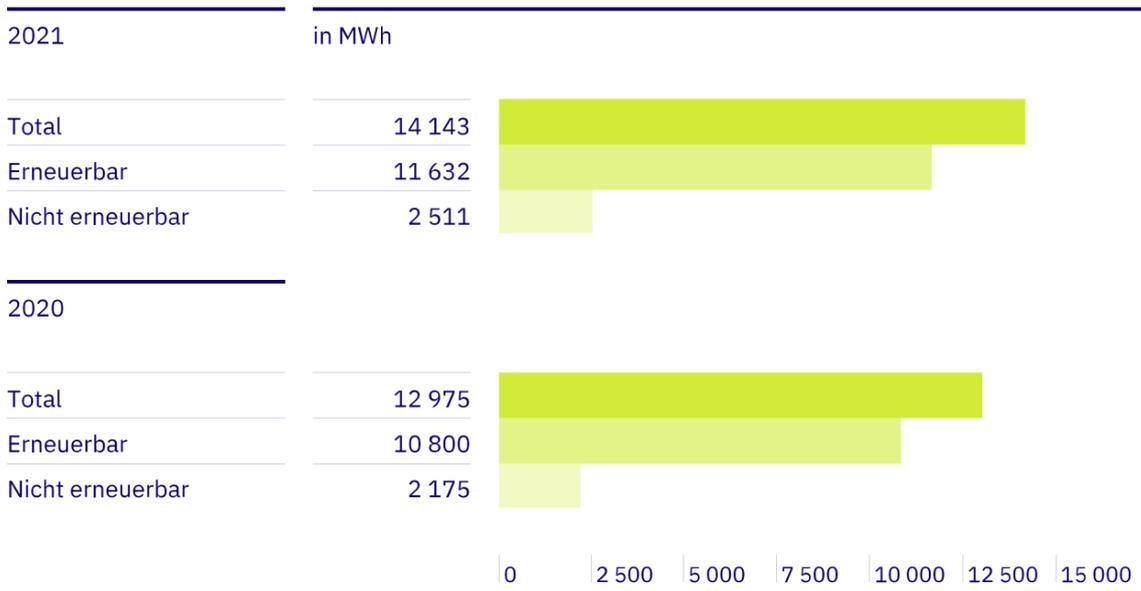
Energieverbrauch und Emissionen Messe Basel (ohne Verwaltung)

Der Energieverbrauch des Messeplatzes Basel ist im Jahr 2021 um 9 % auf 14'143 MWh angestiegen (2020: 12'975 MWh). Strom- und Fernwärmeverbrauch haben um 6.3 % beziehungsweise 15.6 % zugenommen.

Der Anteil erneuerbarer Energie bleibt mit 82.2 % hoch (2020: 83.2 %). Der genutzte Strom ist zu 100 % erneuerbar, die Fernwärme zu über 42 %.

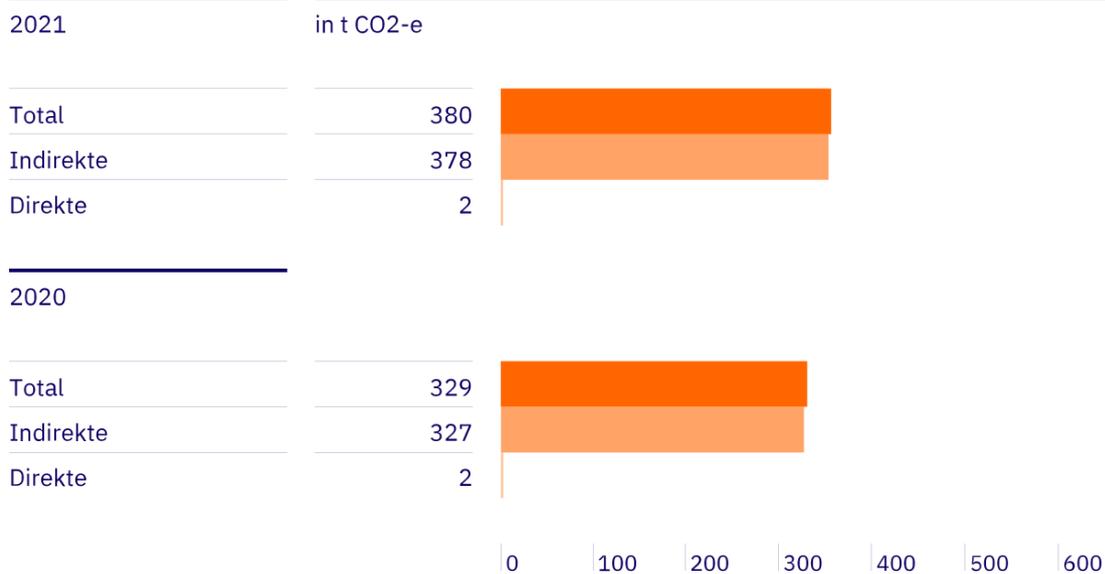
Einzige Quelle für die direkten Emissionen ist der Ölverbrauch für die Notstromanlage. Diese beliefen sich im 2021 auf 2.2 tCO₂-e und liegen -6.6 % unter dem Vorjahr (2020: 2.3 tCO₂-e). Die indirekten Emissionen (Strom, Fernwärme) haben um 15.5 % zugenommen. Gründe sind der gestiegene Verbrauch und ein leicht höherer Emissionsfaktor für den Strom.

Energieverbrauch Messe Basel (ohne Verwaltung)



Der Fernwärmeverbrauch Messe Basel 2020 ist rückwirkend angepasst worden (Folgeanpassungen bei Energieverbrauch, Anteil erneuerbare Energie und Emissionen).

Emissionen Messe Basel (ohne Verwaltung)



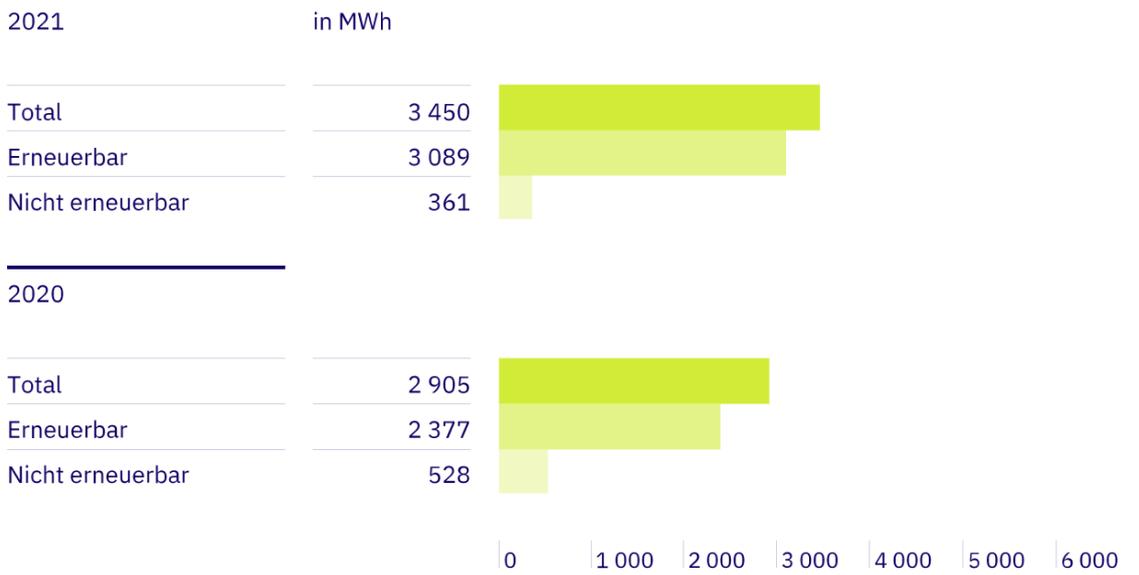
Energieverbrauch und Emissionen Messe Zürich

Der Messeplatz Zürich hat mit der per 2021 erfolgten Substitution des Anteils Ölheizung durch Fernwärme die fossilen Energieträger auf fast Null reduziert. Der Anteil erneuerbarer Energie beträgt nun 89.5 % (2020: 81.8 %).

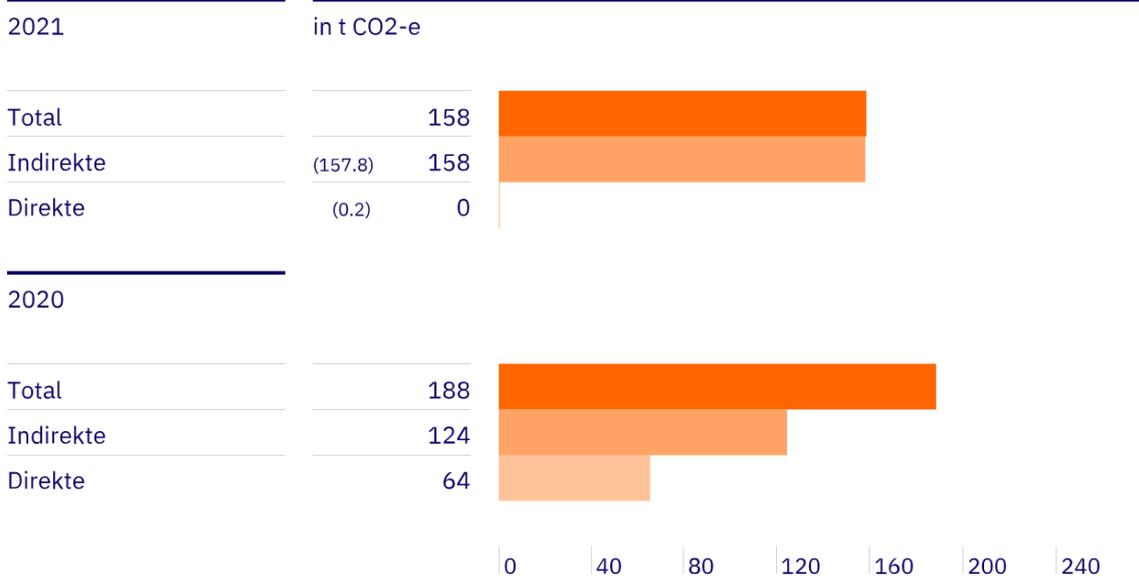
Mit der Zunahme der betrieblichen Tätigkeiten ist der Gesamtenergieverbrauch am Standort Zürich um 18.7 % gestiegen. Sowohl für Strom (plus 34 %) als auch für Fernwärme (plus 25.3 %) ist eine deutliche Zunahme zu verzeichnen.

Trotz des gesteigerten Gesamtenergieverbrauchs konnten am Messestandort Zürich die Emissionen insgesamt um 16.0 % reduziert werden. Zurückzuführen ist dies auf die Abnahme der direkten Emissionen um 99.7 %, von 63.8 tCO₂-e auf gerade noch 0.2 tCO₂-e (Ersetzen Ölheizung). Die indirekten Emissionen sind um 26.8 % gestiegen (Strom, Fernwärme).

Energieverbrauch Messe Zürich



Emissionen Messe Zürich



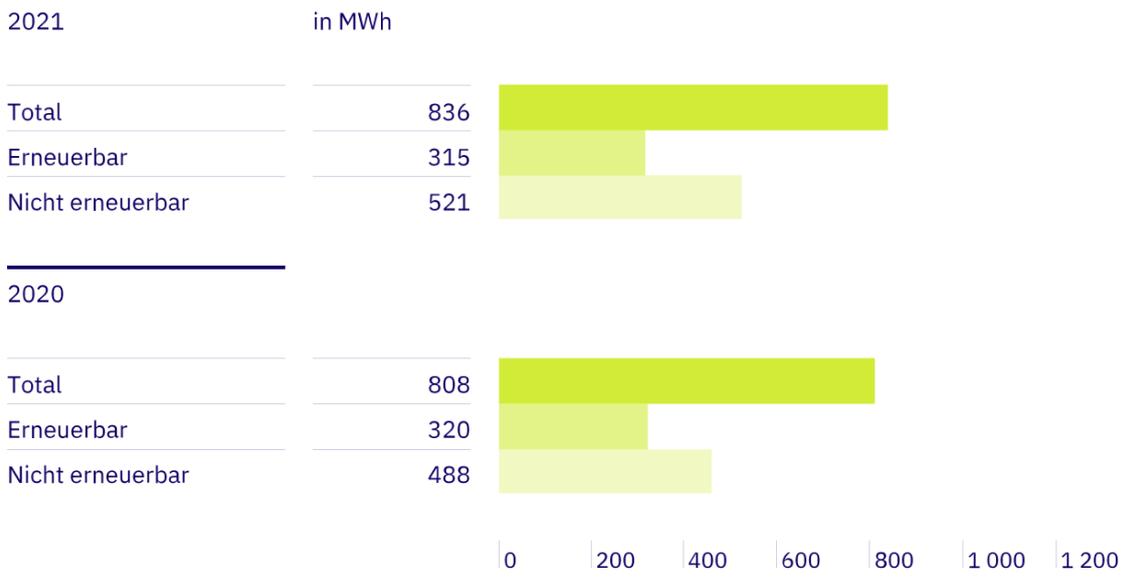
Energieverbrauch und Emissionen LMS Switzerland (Expomobilia)

Expomobilia verzeichnet für das Jahr 2021 einen um insgesamt 3.5 % gestiegenen Energieverbrauch. Weiter reduziert werden konnte der Verbrauch von fossilen Energieträgern, und zwar um 11.7 %, wie auch der Stromverbrauch (minus 1.4 %). Gestiegen ist im Jahr 2021 der Fernwärmeverbrauch (plus 22.6 %).

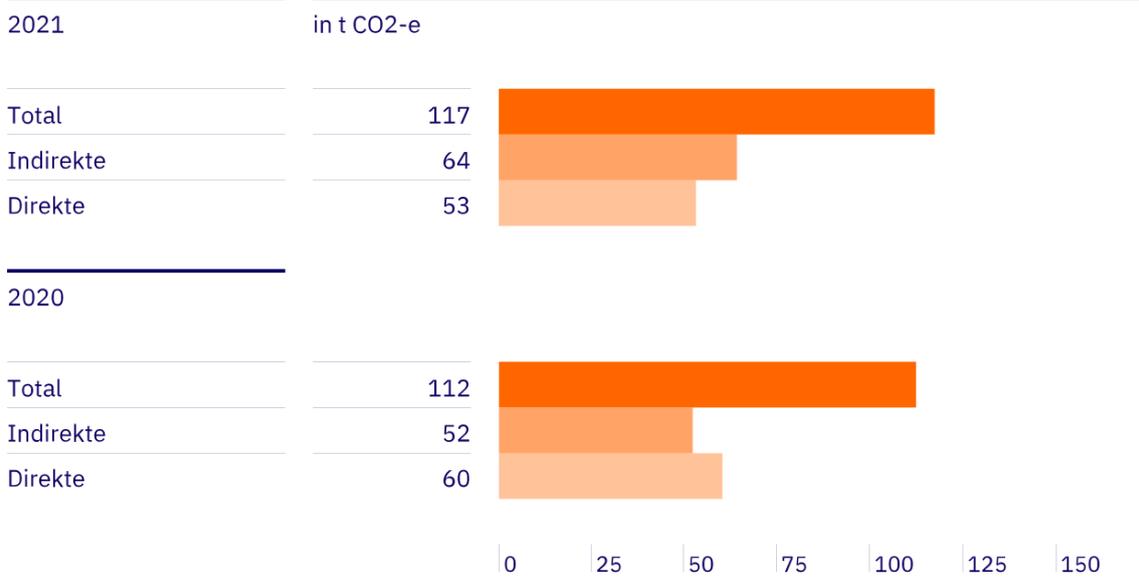
Der Anteil erneuerbarer Energie betrug im 2021 37.7 % und war damit leicht tiefer als im Vorjahr mit 39.6 %.

Die Emissionen insgesamt sind im 2021 leicht gestiegen (plus 4.5 %). Während die direkten Emissionen um 11.7 % gesenkt werden konnten (v. a. Diesel: minus 20.7 %), haben die indirekten Emissionen wegen des deutlich höheren Fernwärmeverbrauchs um 22.6 % zugenommen.

Energieverbrauch Expomobilia



Emissionen Expomobilia



Solarenergie

Bereits 1999 wurde auf dem Dach der Halle 1 Nord 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 der 2013 fertig erstellten Halle 1 Süd 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.



Messe Basel

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 ist gratis zur Verfügung gestellt worden.

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.

An ihrem Standort in Effretikon betreibt Expomobilia eine Photovoltaikanlage mit 3'000 m² Fläche. Damit werden durchschnittlich 435'000 kWh pro Jahr erzeugt.

Minergie-Zertifikat

Bei der 2013 fertig erstellten Halle 1 Süd der Messe Basel ist grosser Wert darauf gelegt worden, die grösstmögliche Energieeffizienz zu erreichen, 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.



Messe Basel | Halle 1

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

Bauten & Einrichtungen

LMS Switzerland (Expomobilia) bietet eine grosse Auswahl an Ressourcen schonenden, wiederverwendbaren oder biologisch abbaubaren Materialien an, zum Beispiel Holzwände von umweltzertifizierten Lieferanten aus der Umgebung und wiederverwendbare Parkettböden aus einheimischen Hölzern. Die Beleuchtungskörper werden hauptsächlich mit modernen, langlebigen LED-Leuchtmitteln mit niedrigem Strombedarf ausgerüstet.

Ein speziell von Expomobilia in Zusammenarbeit mit myclimate, der Schweizer Nonprofit-Stiftung für freiwilligen Klimaschutz, konzipierter CO₂-Klimaschutz-Rechner für Messestände und Innenausbauten hilft den Kunden, ihren Messestand 100 % klimaneutral zu gestalten bzw. zu kompensieren.

Ein Beispiel für nachhaltigen Messebau ist der Einsatz des Systems «EECS.green», das von «Exhibition-Event-Congress-Services» in Zusammenarbeit mit der ITI/TU Wien entwickelt worden ist. Dabei wird auf Verwendung von Holz statt Aluminium gesetzt. Bei der Verwendung von 25 Tonnen Holz anstelle von 8 Tonnen Aluminium werden so 167 Tonnen CO₂ reduziert. Einen solchen Messestand realisierte Expomobilia beispielsweise für die Schweizer Niederlassung des international führenden Vermögensverwalters Schroders. Auf der 24 Quadratmeter grossen Standfläche wurde ausschliesslich mit Eichenholz gebaut.



Expomobilia | Schroders

Expomobilia hat als Generalunternehmer den Bau des niederländischen Pavillons an der Weltausstellung in Dubai verantwortet. Der Pavillon zeichnet sich sowohl durch sein Konzept – einem Biotop in der Wüste – wie auch durch die nachhaltige Bauweise aus. Zur Konstruktion verwendete Materialien wurden vor Ort gemietet und sind wiederverwendbar, rezyklierbar oder biologisch abbaubar. Damit wurde das Projekt für die in den Vereinigten Arabischen Emiraten sehr bekannten «The Big 5 Impact Awards» nominiert und in der Kategorie «Sustainable Construction Project of the year» ausgezeichnet.

MC² nimmt die ökologische Verantwortung in allen Bereichen wahr, von der Auswahl der Materialien bis zur logistischen Bereitstellung und Installation.

Ein Beispiel dafür sind die EcoFlex™ Systeme «Fabric» und «Thunder». Die kombinierbaren Systeme bestehen aus umweltfreundlichen und wiederverwendbaren Materialien. Ihr geringes Gewicht und leichte Transportierbarkeit tragen zu einer deutlichen Reduzierung der Kohlenstoffemissionen bei. Zudem können mit ihnen Lagerungskosten gespart werden.

Logistik

Der Anlieferungsverkehr der Messe Basel wird durch ein Verkehrsregime via Checkpoint gesteuert, wofür ein entsprechendes Online-Tool entwickelt worden ist, wodurch Suchverkehr und Verkehrsstaus minimiert werden. Die Anlieferung zu den Messehallen erfolgt, wenn immer möglich, unterirdisch. Um die ganze Logistik der Anlieferung und des Abtransports optimal steuern zu können, werden alle Bewegungen auf dem Messegelände durch den Logistik Partner der Messe Basel – Sempex – getätigt oder gelenkt. Sempex hat ein Qualitäts-Management-System gemäss ISO 9001 aufgebaut.



Messe Basel

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. Die MCH Group nimmt ihre Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und allen Stakeholdern wahr.



Digital Festival Zürich

Der 2018 eingeführte «Code of Conduct» unterstützt die Mitarbeitenden in der Wahrnehmung ihres rechtlich und ethisch korrekten und verantwortungsbewussten Verhaltens. 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.

Bekanntnis zu den Grundwerten eines demokratischen Rechtsstaates und einer freien Marktwirtschaft

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.

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.

Die Art Basel hat 2018 mit der Einführung der "Art Basel Art Market Principles and Best Practices" 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 Prozess bei potenziell kriminellen Handlungen definiert worden. Mit dieser Erweiterung des Ausstellerreglements leistet die Art Basel einen Beitrag zur Stärkung des internationalen Kunstmarkts, der auf Vertrauen aufbaut und die Künstler schützt und unterstützt.

Facts & Figures

Auf Grund der Covid-19 Pandemie und der von den Behörden verfügten Restriktionen war die Tätigkeit der MCH Group in allen Divisionen auch im Geschäftsjahr 2021 stark eingeschränkt. Im ersten Halbjahr war sie weiterhin praktisch stillgelegt. Ab Spätsommer 2021 waren in der Schweiz Grossveranstaltungen unter eingeschränkten Rahmenbedingungen wieder möglich. Die Kennzahlen der Veranstaltungen und Dienstleistungen in den letzten vier Monaten 2021 widerspiegeln das schrittweise Hochfahren der Geschäftstätigkeit, das allerdings später und zögerlicher als erhofft möglich geworden ist.

Plattformen & Communities

Im Geschäftsjahr 2021 konnten acht der ursprünglich turnusgemäss geplanten 16 eigenen Messen durchgeführt werden: erfreulicherweise die drei Art Basel Shows in Hong Kong (als einzige Eigenmesse im ersten Semester), in Basel (rechtzeitig vom Juni in den September verschoben) und in Miami Beach; zudem die Ilmac und Smart Suisse in Basel, die Berufsmessen in Zürich und Lausanne sowie das Digital Festival mit dem HackZurich in Zürich. Acht Eigenmessen mussten abgesagt oder in das laufende bzw. kommende Jahr verschoben werden: Baselworld, Igeho und Wein-/Feinfestival in Basel, SWISS-MOTO, Giardina, Powertage und IFAS in Zürich sowie die Masterpiece London.



Art Basel in Basel

Trotz der pandemischen Situation und der beschränkten Reisemöglichkeiten verzeichneten die drei Art Basel Shows grosse Erfolge. Erstmals an der Art Basel in Hong Kong – und dann auch in Basel und Miami Beach – ist die neue Initiative «Art Basel Live» umgesetzt worden, ein ergänzendes digitales Programm mit «Online-Viewing-Rooms», virtuellen Rundgängen und Social-Media-Übertragungen. Zwei weitere «Online-Viewing-Rooms» wurden im März und im Juni angeboten.

Auch die fünf nationalen Messen, die von September bis November durchgeführt werden konnten, unterstreichen das grosse Bedürfnis nach physischen Branchenevents und Treffpunkten. Die beiden Berufsmessen in Zürich und Lausanne verzeichneten mehr Besucher/innen als bei ihrer letzten Durchführung vor der Pandemie. Und das 6. Digital Festival mit dem 8. HackZurich haben Zürich vier Tage lang zum Zentrum der europäischen Technologie- und Digitalszene gemacht.

Die Entwicklung neuer Formate ist im Geschäftsjahr intensiv vorangetrieben worden. An der Ilmac in Basel ist die digitale 365-Tage-Branchenplattform lanciert worden, die aktuell rund 6'000 registrierte Nutzer zählt. Die Powertage in Zürich, die ins laufende Jahre verschoben werden mussten, wurden mit einem virtuellen Event zumindest teilweise ersetzt. Und für die Igeho, die abgesagt werden musste und erst wieder 2023 stattfinden wird, ist im laufenden Jahr ein Kongress für die Branche der Gemeinschaftsgastronomie geplant.

Details



Art Basel in Miami Beach

Art Basel

OVR «Pioneers»

- Datum: 24.03. – 27.03.2021
- Galerien: 100

Art Basel in Hong Kong

- Ort: Hong Kong CEC
- Datum: 19.05. – 23.05.2021
- Galerien: 105
- Besucher: 30'000
- Bruttofläche in m²: 20'000

OVR «Portals»

- Datum: 16.06.–19.06.2021
- Galerien: 94

Art Basel in Basel

- Ort: Messe Basel
- Datum: 21.09. – 26.09.2021
- Galerien: 273
- Besucher: 60'000
- Bruttofläche in m²: 52'000

Art Basel in Miami Beach

- Ort: Miami Beach CC
- Datum: 30.11. – 04.12.2021
- Galerien: 253
- Besucher: 60'000
- Bruttofläche in m²: 50'400



Salon des Métiers et de la Formation Lausanne

Swiss Events

Powertage Digital

- Datum: 15.06.2021
- Partner: 45
- Besucher: 404

Ilmac

- Ort: Messe Basel
- Datum: 19.10. – 21.10.2021
- Aussteller: 241
- Besucher: 4'390
- Bruttofläche in m²: 13'000

Salon des Métiers et de la Formation Lausanne

- Ort: Beaulieu Lausanne
- Datum: 16.11. – 21.11.2021
- Aussteller: 87
- Besucher: 46'600
- Bruttofläche in m²: 10'500

Digital Festival / HackZürich

- Ort: Schiffbau Zürich
- Datum: 23.09. – 26.09.2021
- Aussteller: 41
- Besucher: 2'060
- Bruttofläche in m²: 2'200

Smart Suisse

- Ort: Messe Basel
- Datum: 27.10. – 28.10.2021
- Aussteller: 60
- Besucher: 500
- Bruttofläche in m²: 1'500

Berufsmesse Zürich

- Ort: Messe Zürich
- Datum: 23.11. – 27.11.2021
- Aussteller: 86
- Besucher: 49'600
- Bruttofläche in m²: 9'600

Venues

Im Geschäftsjahr 2021 konnten an den eigenen Standorten der MCH Group in Basel und Zürich 22 der turnusgemäss geplanten 41 Messen stattfinden – vier der geplanten 12 Eigenmessen und 18 der geplanten 29 Gastmessen.

In der Messe Basel konnten von den geplanten sechs Eigenmessen die Art Basel, Ilmac und Smart Suisse durchgeführt werden – Details zu den Eigenmessen siehe oben. Zehn der geplanten 14 Gastmessen konnten nach den Lockerungen der pandemie-bedingten Einschränkungen stattfinden, darunter fünf Parallel-Veranstaltungen zur Art Basel sowie die Design-Messe Blickfang und die Fantasy Basel. Von März bis September 2021 fand in der Halle 5 eine Ausstellung zum britischen Street-Art-Künstlers Banksy statt. Im Oktober 2021 startete in der gleichen Halle die Ausstellung «Andy Warhol – Pop Art Identities», die bis Ende Januar 2022 dauerte.

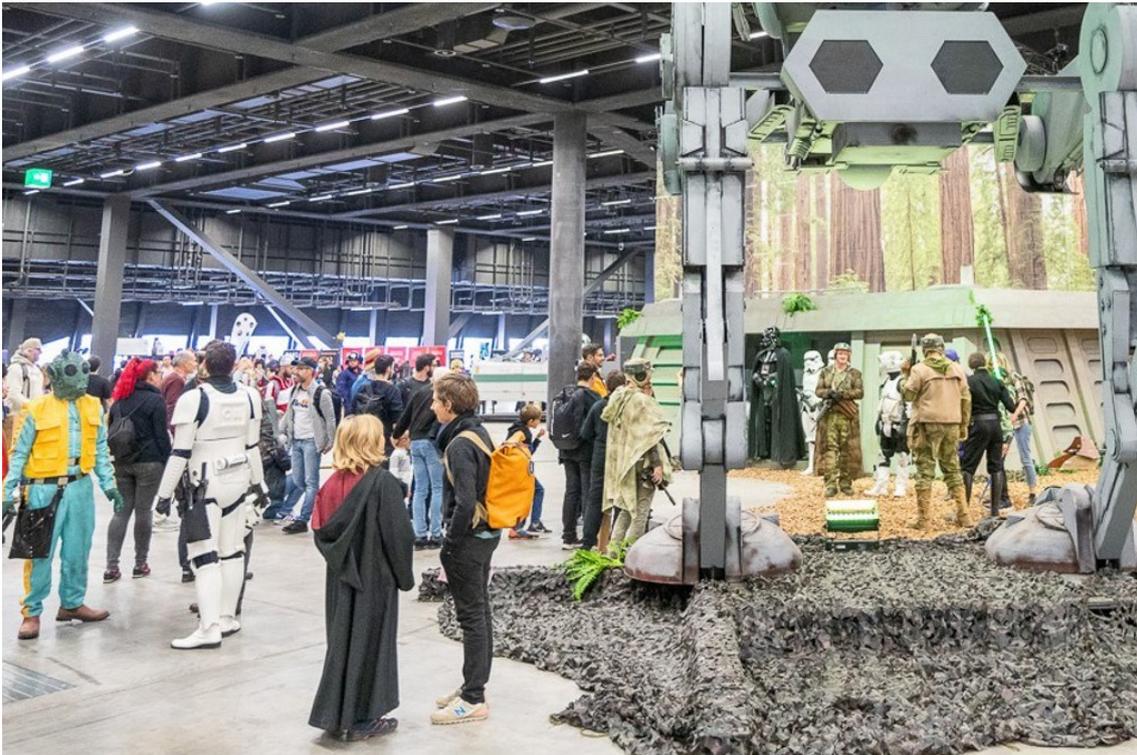


Messe Basel

Auch im Congress Center Basel liegt die Zahl der Veranstaltungen – insbesondere der grossen Kongresse mit Begleitausstellungen und der grossen Corporate Events (Generalversammlungen, Firmenanlässe etc.) – deutlich hinter den Vor-Corona-Jahren zurück, konnten aber gegenüber 2020 wieder gesteigert werden. Mehrere grosse und internationale Veranstaltungen wie der BioData World Congress und das Annual Biocontrol Industry Meeting (ABIM) konnten wieder durchgeführt werden. Das Congress Center Basel war zudem Gastgeberin der Parlamentssitzungen des Grossen Rats des Kantons Basel-Stadt und des Landrats des Kantons Basel-Landschaft sowie auch des baselstädtischen Impfzentrums. Erstmals fand in der Eventhalle das grösste Schweizer Circusfestival YOUNG STAGE statt.

In der Messe Zürich konnte von den geplanten sechs Eigenmessen nur die Berufsmesse Zürich durchgeführt werden – Details zu den Eigenmessen siehe oben. Von den geplanten 15 Gastmessen konnten acht Veranstaltungen stattfinden, darunter das Beauty Forum Swiss, die Auto Zürich Car Show sowie die Easyfairs Maintenance mit den Parallel-Veranstaltungen Aqua Swiss und Pumps&Valves. Die Messe Zürich war auch im Geschäftsjahr 2021 Gastgeberin für die Sitzungen der politischen Behörden und Prüfungszentrum verschiedener Bildungsinstitutionen. In ihr war zudem eines der Covid-19 Impf- und Konfektionszentren des Kantons Zürich untergebracht.

Details



Fantasy Basel

Messe Basel

Messen

- Anzahl: 13
- Aussteller: 1'380
- Besucher: 140'990
- Bruttofläche in m²: 179'730
- Belegungstage: 162
(inkl. Auf-/Abbau)

Diverse Hallenvermietungen

- Anzahl: 5
- Teilnehmer: 35'800
- Bruttofläche in m²: 16'800
- Belegungstage: 371
(inkl. Auf-/Abbau)

Congress Center Basel

Kongresse

- Anzahl: 11
- Aussteller: 399
- Teilnehmer: 4'005
- Veranstaltungstage: 24

Weitere Events

- Anzahl: 137
- Teilnehmer: 31'724
- Veranstaltungstage: 972



Berufsmesse Zürich

Messe Zürich

Messen

- Anzahl: 9
- Aussteller: 854
- Besucher: 108'003
- Bruttofläche in m²: 77'120
- Belegungstage: 59

Vermietungen Konferenzräume

- Anzahl: 21
- Teilnehmer: 210

Weitere Hallenvermietungen

- Anzahl: 7
- Teilnehmer: 332'720
- Bruttofläche in m²: 30'149
- Belegungstage: 259
(inkl. Auf-/Abbau)

Theater 11 Zürich

- Aufführungen: 13
- Besucher: 7'150

Per 31.12.2021 hat die MCH Group das Betriebsgebäude Isteinerstrasse 80/82 der Messe Basel an die UWP Sammelstiftung, Basel verkauft.

Seit Mitte November 2021 bis Ende 2025 wird die Halle 3 in Basel an die Basler Verkehrsbetriebe BVB für den Betrieb eines Busdepots vermietet. Der Kanton Basel-Stadt hatte diese Halle per 01.01.2020 von der MCH Group gekauft und diese zur weiteren Nutzung bis Ende 2025 an diese zurückvermietet.

Die MCH Group und die HRS Real Estate haben eine Kooperationsvereinbarung für die Entwicklung, Finanzierung und Realisierung des Projekts «Rosentalurm» auf dem Areal des bestehenden Parkhauses der Messe Basel unterzeichnet. HRS Real Estate hat die Gesamtleitung für die weitere Projektentwicklung, die Suche und Auswahl der Investoren sowie die Realisierung und Vermarktung übernommen. Nachdem der Grosse Rat des Kantons Basel-Stadt im Juni 2020 den Bebauungsplan genehmigt hat, wird im laufenden Jahr nun ein Projektwettbewerb durchgeführt.

Experience Marketing

In der Division Live Marketing Solutions (LMS) wurden im Geschäftsjahr 2021 insgesamt 1'192 Projekte betreut, davon 104 in der Schweiz, 95 in Deutschland, 899 in den USA, 59 in China, 20 in den UAE und 15 in weiteren Ländern. Die Anzahl der betreuten Projekte liegt damit leicht über dem Vorjahr, bewegt sich aber immer noch im Bereich von rund einem Drittel im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019.



MCH Global | Pepsi | UAE 50th National Day

Die Zahlen der betreuten Projekte widerspiegeln die unterschiedliche Entwicklung der Pandemie bzw. der entsprechenden Massnahmen in den unterschiedlichen geographischen Räumen. Nach den Monaten des Lockdowns hat das Event-Geschäft im zweiten Semester 2021 spürbar angezogen – insbesondere in den USA und in den UAE, etwas verzögert auch in Europa, allerdings noch sehr zurückhaltend in Asien. Grundsätzlich hat sich das Event-Geschäft stark auf eine «Normalisierung» im Jahr 2022 ausgerichtet und vorbereitet.

Trotz der pandemie-bedingten Beeinträchtigungen der Geschäftstätigkeit konnte die Division «Live Marketing Solutions» davon profitieren, dass sie die bereits vor Ausbruch der Pandemie beschlossene Service- und Angebotserweiterung weiter vorangetrieben hat. Sie kann heute den Kunden ganzheitliche Experience Marketing Lösungen für reale und digitale Formate anbieten und konnte im Geschäftsjahr 2021 weltweit zahlreiche reale, hybride und digitale Projekte realisieren.

Details



MC² | SG Scientific Games | Global Gaming Expo

MCH Global (Experience Marketing Agentur)

LMS Switzerland

- Total Projekte: 15
- In der Schweiz: 12
- In weiteren Ländern: 3
(China, Italien, USA)

LMS UAE

- Total Projekte: 27
- In der Schweiz: 2
- In den VAE: 19
- In weiteren Ländern: 6
(Argentinien, Brasilien, Dänemark, Kolumbien, Mexico, Norwegen, Saudi-Arabien, Schweden, Spanien)

Einige Referenzen

- Twitter: End of Year Campaign
- Pepsi: UAE 50th National Day
- Porsche: «The Icons of Porsche» in Dubai
- Nissan: Nissan Ariya Launch
- Audi: RS e-tron GT Exclusive Media Preview

MC² (Experience Full Service Provider)

LMS USA

- Total Projekte: 891
- In den USA: 891

LMS Germany

- Total Projekte: 88
- In Deutschland: 88

Einige Referenzen

- Lucid Motors: «Dream Ahead» New York City IPO Launch
- SG Scientific Games: Global Gaming Expo (G2E)
- John Deere: Sunbelt Ag Expo
- Argen Dental GmbH: IDS Köln
- Veka AG: Tec Tagung – Web Seminar (digital)

Expomobilia

(Generalunternehmen Experience Construction)

LMS Switzerland

- Total Projekte: 119
- In der Schweiz: 90
- In weiteren Ländern: 29
(Australien, China, Deutschland, Japan, Österreich, USA, VAE)

LMS China

- Total Projekte: 52
- In China: 49
- In weiteren Ländern: 3
(Japan, Singapore)

Einige Referenzen

- Expo Dubai 2020: Länderpavillons Schweiz, Niederlande, Norwegen, Finnland
- Geberit: Geberit Innovation Days in Pfullendorf (DE)
- Deutsches Museum Nürnberg: Vitrinen- und Möbelbau
- Bonne Maman: Popup-Store in Basel
- MCH Group: Art Basel in Hong Kong, Basel und Miami Beach

Hinweise zur Corporate Governance

Die MCH Group richtet sich nach den für die Corporate Governance relevanten Bestimmungen in der geltenden Gesetzgebung, den Richtlinien der SIX Swiss Exchange sowie 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 börsennotierte Holdinggesellschaft MCH Group AG ist gemäss Statuten eine Aktiengesellschaft mit Beteiligung von Körperschaften des öffentlichen Rechts gemäss Art. 762 des Schweizer Obligationenrechts (OR). Der Kanton Basel-Stadt sowie der Kanton und die Stadt Zürich haben gemäss § 22 der Statuten vom 21.12.2020 das Recht, insgesamt drei Vertreter/innen in den Verwaltungsrat zu delegieren.

Berichterstattung

Die Berichterstattung der MCH Group über die Corporate Governance basiert auf den Richtlinien betreffend Informationen zur Corporate Governance der SIX Swiss Exchange (RLCG). Hinweise zu den explizit geforderten Informationen:

1. Konzernstruktur und Aktionariat

- Jahresbericht | «Corporate Governance» | «Konzern»
 - Online: [Link](#)
 - Download pdf: Seite 53
- Jahresbericht | «Corporate Governance» | «Aktionariat»
 - Online: [Link](#)
 - Download pdf: Seite 49
- Finanzbericht | «Konzernrechnung» | «Anhang» | «21. Beteiligungen an Tochtergesellschaften»
 - Online: [Link](#)
 - Download pdf: Seite 120

2. Kapitalstruktur

- Jahresbericht | «Corporate Governance» | «Aktionariat»
 - Online: [Link](#)
 - Download pdf: Seite 49
- Finanzbericht | «Konzernrechnung» | «Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals»
 - Online: [Link](#)
 - Download pdf: Seite 84

3. Verwaltungsrat

- Jahresbericht | «Corporate Governance» | «Verwaltungsrat»
 - Online: [Link](#)
 - Download pdf: Seite 65

4. Executive Board (Geschäftsleitung)

- Jahresbericht | «Corporate Governance» | «Executive Board»
 - Online: [Link](#)
 - Download pdf: Seite 73

5. Entschädigungen, Beteiligungen und Darlehen

- Jahresbericht | «Verwaltungsrat» | «Beteiligungen der Mitglieder des Verwaltungsrats»
 - Online: [Link](#)
 - Download pdf: Seite 71
- Jahresbericht | «Executive Board» | «Beteiligungen der Mitglieder des Executive Board»
 - Online: [Link](#)
 - Download pdf: Seite 76
- Vergütungsbericht | «Vergütungen Verwaltungsrat»
 - Online: [Link](#)
 - Download pdf: Seite 147
- Vergütungsbericht | «Vergütungen Executive Board»
 - Online: [Link](#)
 - Download pdf: Seite 151

6. Mitwirkungsrechte der Aktionäre

- Jahresbericht | «Corporate Governance» | «Aktionariat»
 - Online: [Link](#)
 - Download pdf: Seite 51

7. Kontrollwechsel und Abwehrmassnahmen

- Jahresbericht | «Corporate Governance» | «Aktionariat»
 - Online: [Link](#)
 - Download pdf: Seite 51

8. Revisionsstelle

- Jahresbericht | «Corporate Governance» | «Revisionsorgan»
 - Online: [Link](#)
 - Download pdf: Seite 79

9. Informationspolitik

- Jahresbericht | «Organisation & Management» | «Informationspolitik»
 - Online: [Link](#)
 - Download pdf: Seite 59

10. Handelssperrzeiten

- Jahresbericht | «Organisation & Management» | «Handelssperrzeiten»
 - Online: [Link](#)
 - Download pdf: Seite 60

Aktionariat

Die MCH Group AG ist an der SIX Swiss Exchange («Domestic Standard») kotiert. Die Namenaktien haben das Valorensymbol «MCHN» und die ISIN-Nummer «CH0039542854».

Anzahl kotierte Aktien:		
14 869 351 Namenaktien zu nominal CHF 10.00		
Anzahl Aktionäre am 31.12.2021		2 295
Kurs am 01.01.2021 / CHF		12.00
Kurs am 31.12.2021 / CHF		9.00
Marktkapitalisierung am 31.12.2021 / Mio. CHF		133.82
<hr/>		
Bedeutende Aktionäre	Anzahl Aktien	%
Lupa Investment Holdings LP	4 805 238	32.32
Kanton Basel-Stadt	4 492 447	30.21
LLB Swiss Investment AG	666 146	4.48
HSBC Overseas Nominee (UK) Ltd. ¹⁾	241 259	1.62
Kanton Zürich	240 000	1.61
Stadt Zürich	225 000	1.51
<hr/>		
Bestand Dispo ¹⁾	1 470 354	9.89
davon MCH Group AG	100 000	0.67

¹⁾ Ohne eingetragene Stimmrechte.

Aktienkurs

Aktienkurs 1. Januar 2021 – 31. Dezember 2021



Der Aktienkurs hielt sich bis im Herbst 2021 über dem Kurs von CHF 12.00 zu Beginn des Jahres. In den Monaten November und Dezember 2021 fiel er auf den Jahresendstand von CHF 9.00. Hauptgrund dafür dürfte die sich zu diesem Zeitpunkt erneut verschlechternde pandemische Situation gewesen sein sowie die Aussicht, dass sich die erhoffte «Normalisierung» weiter hinauszögern würde.

Bedeutende Aktionäre

Die Offenlegung bedeutender Aktionäre bzw. Aktionärsgruppen erfolgt über die Melde- und Veröffentlichungsplattform der SIX Swiss Exchange. Es gab im Berichtsjahr keine diesbezüglichen Offenlegungen. Angaben zu den bedeutenden Aktionären bzw. Aktionärsgruppen finden sich auf der Webseite der SIX Exchange Regulation unter «Bedeutende Aktionäre» | «MCH Group AG».
– Link: <https://www.six-group.com/de/products-services/the-swiss-stock-exchange/market-data/shares/share-explorer/share-details.CH0039542854CHF4.html#/>

Im Zuge des erarbeiteten Massnahmenpakets zur Stärkung der Kapitalstruktur und der Aktionärsbasis sowie der entsprechenden Beschlüsse der ausserordentlichen Generalversammlung vom 27.11.2020 und der Durchführung der Kapitalerhöhungen hat sich das Aktionariat wesentlich verändert. Seit Dezember 2020 ist der neue Ankerinvestor Lupa Investment Holdings LP bzw. Lupa Systems LLC mit der Beteiligung von 32.32 % der grösste Einzelaktionär. Die öffentlich-rechtlichen Körperschaften – die Kantone Basel-Stadt und Zürich und die Stadt Zürich – halten seit Dezember 2020 zusammen 33.34 %.

In einem «Relationship Agreement» zwischen der MCH Group und Lupa Systems LLC sowie den öffentlich-rechtlichen Aktionären vom 26.11.2020 hat sich Lupa Systems LLC unter anderem zu einem «Lock-up» verpflichtet, wonach er seine MCH-Aktien in den ersten fünf Jahren gar nicht und danach nur mit zusätzlichen Auflagen veräussern darf. Zudem verpflichtet er sich, den statutarischen Zweck der MCH Group zu unterstützen und in Übereinstimmung mit ihm zu handeln. In der Vereinbarung ist zudem

festgehalten, dass sich die öffentlich-rechtlichen Aktionäre im Gegenzug zu ihrem Recht, nach Art. 762 OR Vertreter in den Verwaltungsrat der MCH Group zu entsenden, verpflichten, die von Lupa Systems LLC zur Wahl in den Verwaltungsrat vorgeschlagenen Personen zu wählen.

In einem von der MCH Group, Lupa Systems LLC, dem Kanton Basel-Stadt, Erhard Lee, LLB Swiss Investment AG und AMG Fondsverwaltung AG unterzeichneten «Term Sheet» ist unter anderem festgehalten, dass die Aktionäre rund um Erhard Lee und die LLB Swiss Investment AG dem Verwaltungsrat Vorschläge für die Besetzung eines Verwaltungsratssitzes unterbreiten können.

Kontrollwechsel und Abwehrmassnahmen

Es gibt bei der MCH Group AG über die § 5 und 5a der Statuten hinaus keine besonderen vertraglichen Vereinbarungen gegen eine unerwünschte Übernahme. Gemäss § 5a der Statuten vom 21.12.2020 ist Lupa Systems LLC bei einer anteilmässigen Beteiligung von mehr als 33 1/3 % aber maximal 49 % von der Pflicht zur Unterbreitung eines Übernahmeangebots befreit.

Die öffentlich-rechtlichen Körperschaften – die Kantone Basel-Stadt und Zürich und die Stadt Zürich – halten zusammen 33.34 % der Aktien und haben damit bei Abstimmungen, die eine Zweidrittelmehrheit erfordern, eine «Sperrminorität».

Mitwirkungsrechte der Aktionäre

Die nachstehend zusammengefassten Mitwirkungsrechte der Aktionärinnen und Aktionäre stützen sich auf die seit 21.12.2020 geltenden Statuten der MCH Group AG. Die Statuten sind auf der Webseite der MCH Group unter «Investoren» | «Governance» verfügbar.

– Link: <https://www.mch-group.com/investoren/governance/>

Erwerbende von Namenaktien werden auf Gesuch als Aktionärin oder Aktionär mit Stimmrecht im Aktienbuch eingetragen und sind an der Generalversammlung stimmberechtigt, wenn sie am Stichtag der Eintragung im Hinblick auf die Teilnahme an der Generalversammlung eingetragen sind. Jede Aktie berechtigt zu einer Stimme. Ingetragene Aktionärinnen und Aktionäre mit Stimmrecht können sich in ihrer Stimmrechtsausübung durch andere eingetragene Aktionärinnen oder Aktionäre mit Stimmrecht, die unabhängige Stimmrechtsvertretung oder eine gesetzliche Vertretung vertreten lassen.

An der Generalversammlung anwesende stimmberechtigte Aktionärinnen und Aktionäre sind berechtigt, sich zu den traktandierten Geschäften zu äussern und Anträge zu stellen, wobei nur über Anträge zu angekündigten Verhandlungsgegenständen Beschlüsse gefasst werden können. Sie sind zudem berechtigt, vom Verwaltungsrat Auskunft über die Angelegenheiten der Gesellschaft und von der Revisionsstelle Auskunft über die Durchführung und das Ergebnis ihrer Prüfung zu verlangen. Die Auskünfte können nicht verweigert werden, wenn sie für die Ausübung der Rechte der Aktionäre und Aktionärinnen erforderlich sind.

Die ordentliche Generalversammlung findet alljährlich innerhalb von sechs Monaten nach Schluss des Geschäftsjahres statt. Der Verwaltungsrat kann nach Bedarf ausserordentliche Generalversammlungen einberufen. Einzelne oder mehrere Aktionärinnen und Aktionäre können die Einberufung einer Generalversammlung verlangen, wenn sie zusammen mindestens zehn Prozent des Aktienkapitals vertreten.

Der Verwaltungsrat legt die Traktanden und den Stichtag der Eintragung der Aktionärinnen und Aktionäre im Hinblick auf die Teilnahme an der Generalversammlung fest. Die Einberufung einer Generalversammlung erfolgt mindestens 20 Tage vor dem Verhandlungstag.

Der Generalversammlung stehen unter anderem folgende unübertragbaren Befugnisse zu:

- die Festsetzung und Änderung der Statuten;
- die Wahl der Mitglieder des Verwaltungsrats, soweit sie nicht Delegierte des Kantons Basel-Stadt sowie des Kantons und der Stadt Zürich sind;
- die Wahl der Präsidentin oder des Präsidenten des Verwaltungsrats;
- die Wahl der Mitglieder des Governance, Nomination and Compensation Committee (GNCC);
- die Wahl einer unabhängigen Stimmrechtsvertretung;
- die Wahl der Revisionsstelle;
- die Genehmigung des Jahresberichts und des Finanzberichts sowie die Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinnes;
- die Genehmigung der Vergütungen des Verwaltungsrats und des Executive Board (Geschäftsleitung);
- die Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrats.

Die Amtsperiode der durch die Generalversammlung gewählten Mitglieder des Verwaltungsrats, der Präsidentin oder des Präsidenten des Verwaltungsrats, der Mitglieder des Governance, Nomination and Compensation Committee (GNCC), der Revisionsstelle und der unabhängigen Stimmrechtsvertretung ist auf ein Jahr beschränkt.

Die Generalversammlung fasst die Beschlüsse und vollzieht die Wahlen mit der absoluten Mehrheit der abgegebenen Aktienstimmen. Für die Änderung der Statuten sowie für die im Gesetz vorgesehenen Fälle ist ein Beschluss der Generalversammlung mit mindestens zwei Dritteln der vertretenen Stimmen und der absoluten Mehrheit der vertretenen Aktiennennwerte erforderlich.

Die Protokolle der Generalversammlungen werden wenige Tage nach der Versammlung auf der Webseite der MCH Group unter «Investoren» | «Generalversammlung» zur Einsicht aufgeschaltet.

– Link: <https://www.mch-group.com/investoren/generalversammlung/>

Konzern

Die Holdinggesellschaft MCH Group AG mit Sitz in Basel ist eine Aktiengesellschaft mit Beteiligung von Körperschaften des öffentlichen Rechts gemäss Art. 762 OR.

Sie 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. Im Jahr 2000 wurde die Genossenschaft in eine Aktiengesellschaft mit Beteiligung von Körperschaften des öffentlichen Rechts gemäss Art. 762 OR umgewandelt. Diese schloss sich 2001 mit der 1945 gegründeten Messegesellschaft in Zürich unter dem gemeinsamen Dach der MCH Messe Schweiz (Holding) AG zusammen, die 2009 in MCH Group AG umfirmiert worden ist

Gesellschaften und Beteiligungen

Nachdem im Geschäftsjahr 2020 die Beteiligung der MCH Group an der Design Miami II LLC in die neu gegründete Gesellschaft Design Commerce Technologies, Inc eingebracht worden war, befindet sich die Design Miami Basel AG, an der die MCH Group zu 50 % beteiligt ist, in Liquidation. Im Juni hat die MCH Group die Digital Festival AG in Zürich übernommen, die Veranstalterin der Plattformen Digital Festival, HackZurich und HackZurich Talents.

Nachstehend die für die Geschäftstätigkeit wichtigsten Gesellschaften (per 31.12.2021):

Von der MCH Group AG direkt gehaltene Gesellschaften und Beteiligungen.

- MCH Messe Schweiz (Basel) AG – seit 2001 | 100 %
- MCH Messe Schweiz (Zürich) AG – seit 2001 | 100 %
- MCH Beaulieu Lausanne SA – seit 2011 | 100 % (nach der Übernahme der Aktienmehrheit der ehemaligen Beaulieu Exploitation SA 2010)
- MCH Live Marketing Solutions AG – seit 2007 | 100 % (vormals Expomobilia AG)
- MCH US Corp. – seit 2017 | 100 % (mit MC² Group)
- Digital Festival AG – seit 2021 | 100 %

Tochtergesellschaften der MCH Messe Schweiz (Basel) AG

- Art Basel U.S. Corp. – seit 2013 | 100 % (verantwortlich für die Art Basel in Miami Beach)
- MCH Group Asia Ltd. – seit 2011 | 60 % und seit 2014 | 100 % (vormals Asian Art Fairs Limited in Hong Kong, verantwortlich für die Art Basel in Hong Kong)
- Masterpiece London Limited – seit 2017 | 67.5 % (mit Masterpiece Asia Limited, Hong Kong)
- Design Commerce Technologies, Inc. – seit 2020 | 4.75 %

Tochtergesellschaften der MCH Live Marketing Solutions AG

- Expomobilia MCH Global Shanghai Ltd. – seit 2016 | 100 %
- Expomobilia MCH Global ME Live Marketing LLC – seit 2018 / 49 %

Eine Übersicht über alle Gesellschaften und Beteiligungen findet sich im Finanzbericht im Kapital
«Konzernrechnung» unter «Anhang» | «21. Beteiligungen an Tochtergesellschaften».

– Online: [Link](#)

– Download pdf: Seite 120

Organisation & Management

Die MCH Group steht unter der Führung des Verwaltungsrats und des Executive Board der Holdinggesellschaft MCH Group AG.

Der Verwaltungsrat hat unter anderem folgende unübertragbare und unentziehbare Aufgaben:

- die Oberleitung der Gesellschaft;
- die Festlegung der Unternehmensstrategie und ihrer Umsetzung;
- die Festlegung der Organisation;
- die Ausgestaltung des Rechnungswesens, der Finanzkontrolle sowie der Finanzplanung;
- die Ernennung des mit der Geschäftsführung beauftragten Executive Board und dessen Beaufsichtigung;
- die Erstellung des Geschäftsberichtes sowie die Vorbereitung der Generalversammlung und die Ausführung ihrer Beschlüsse;
- die Antragsstellung betreffend die Genehmigung der Vergütungen des Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung an die Generalversammlung.

Angaben zu den Mitgliedern des Verwaltungsrats, ihren zulässigen Tätigkeiten und ihrer Beteiligung an der MCH Group AG sowie der Zusammensetzung der Fachausschüsse und der Sitzungen im Geschäftsjahr 2021 finden sich im Jahresbericht im Kapitel «Corporate Governance» unter «Verwaltungsrat».

– Online: [Link](#)

– Download pdf: Seite 65

Das vom Verwaltungsrat bestellte Executive Board führt die Geschäfte der MCH Group nach Massgabe der Gesetze, der Statuten, des Organisationsreglements sowie weiterer Richtlinien und Weisungen des Verwaltungsrats. Es ist zuständig für alle wesentlichen Geschäfte und Angelegenheiten, die gruppenrelevante Bedeutung oder Auswirkung haben und die nicht per Gesetz oder interne Reglemente dem Verwaltungsrat oder der Generalversammlung vorbehalten sind.

Angaben zu den Mitgliedern des Executive Board ihren zulässigen Tätigkeiten und ihrer Beteiligung an der MCH Group AG finden sich im Jahresbericht im Kapitel «Corporate Governance» unter «Executive Board».

– Online: [Link](#)

– Download pdf: Seite 73

Statuten und Reglemente

Die Statuten der MCH Group AG sind im Hinblick auf den Zusammenschluss der damaligen Schweizer Mustermesse AG und der Messe Zürich, AG für internationale Fachmessen und Spezialausstellungen, von den Aktionärinnen und Aktionären der Schweizer Mustermesse AG am 14.05.2001 genehmigt worden.

An der Generalversammlung vom 08.05.2009 wurde § 1 der Statuten zwecks Namensänderung von MCH Messe Schweiz (Holding) AG in MCH Group AG angepasst. Im Weiteren wurden die Statuten an der Generalversammlung vom 17.05.2010 durch § 3a «Genehmigtes Aktienkapital» angepasst. Gemäss diesem Beschluss der Generalversammlung ist im Mai 2011 das Aktienkapital der MCH Group AG auf CHF 60 065 750.– erhöht worden.

Am 22.05.2014 hat die Generalversammlung einer Teilrevision der Statuten zugestimmt, mit welcher neben den durch die «Verordnung gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Aktiengesellschaften» (VegüV) bedingten Änderungen weitere Anpassungen wie die Aktualisierung des Zweckartikels und die Streichung des oben erwähnten § 3a «Genehmigtes Aktienkapital» beinhaltete.

Am 27.11.2020 hat die ausserordentliche Generalversammlung folgenden Statutenänderungen zugestimmt: Einführung eines formell-selektiven Opting-up für Lupa Systems LLC (§ 5); Änderung der Zusammensetzung des Verwaltungsrats mit maximal neun Mitgliedern, wovon der Regierungsrat des Kantons Basel-Stadt zwei Mitglieder sowie der Regierungsrat des Kantons Zürich und der Stadtrat der Stadt Zürich gemeinsam ein Mitglied bestimmen (§ 8 und § 22); Aufhebung der Vinkulierung und Änderung der Eintragungsbeschränkungen (§ 3 und § 5). Diese Statutenänderungen sind mit Abschluss der Kapitalerhöhungen und Eintragung im Handelsregister am 21.12.2020 rechtswirksam geworden.

Die Statuten (in deutscher und englischer Sprache) sowie das Organisationsreglement und die Reglemente der Fachausschüsse (in deutscher Sprache) finden sich auf der Webseite der MCH Group unter «Investoren» | «Governance».

– Link: <https://www.mch-group.com/investoren/governance/>

Zusammensetzung des Verwaltungsrats

Der Verwaltungsrat besteht gemäss § 22 der Statuten vom 21.12.2020 aus maximal neun Mitgliedern. Er setzt sich aus je drei Vertreterinnen und Vertretern der öffentlich-rechtlichen Körperschaften und von Lupa Systems sowie aus drei weiteren, unabhängigen Mitgliedern zusammen. Gemäss Statuten bestimmt der Regierungsrat des Kantons Basel-Stadt zwei Mitglieder, ein Mitglied wird gemeinsam vom Regierungsrat des Kantons Zürich und vom Stadtrat der Stadt Zürich bestimmt. Die übrigen Mitglieder werden durch die Generalversammlung gewählt.

Die Mitglieder des Verwaltungsrats sind in der Regel «nicht exekutiv» gemäss Richtlinie der SIX Swiss Exchange. Vom 03.08.2018 bis 04.09.2018 war Verwaltungsratspräsident Dr. Ulrich Vischer als Delegierter des Verwaltungsrats für die operative Führung des Unternehmens verantwortlich. Vom 04.09.2018 bis 31.07.2019 war Hans-Kristian Hoejsgaard CEO a.i. der MCH Group. Mit Ausnahme dieser beiden zeitlich befristeten Übergangsregelungen gehörten die Mitglieder des Verwaltungsrats nie der operativen Führung der MCH Group an und stehen mit ihr auch nicht in wesentlichen geschäftlichen Beziehungen. Die Beziehungen der Vertreter der öffentlich-rechtlichen Körperschaften zum Unternehmen sind in der institutionellen Beziehung zwischen diesen Körperschaften und der MCH Group begründet.

Der Verwaltungsrat konstituiert sich selbst, soweit die Konstituierung nicht zu den Befugnissen der Generalversammlung gehört (Wahl der Präsidentin oder des Präsidenten und der Mitglieder des Governance, Nomination and Compensation Committee (GNCC)).

An den Sitzungen des Verwaltungsrats nehmen – ohne Stimmrecht – in der Regel auch alle Mitglieder des Executive Board sowie bei Bedarf bei einzelnen Geschäften weitere Mitglieder des Managements und externe Experten teil.

Fachausschüsse des Verwaltungsrats

Das Governance, Nomination and Compensation Committee (GNCC) ist ein Fachausschuss, der den Verwaltungsrat bei der Wahrnehmung der Pflichten in den Bereichen der Corporate Governance, der Personalplanung auf Stufe Verwaltungsrat und Executive Board sowie der Vergütungspolitik und der Vergütung des Verwaltungsrats und des Executive Board berät. Das GNCC hat keine eigenen Entscheidungsbefugnisse. Es informiert regelmässig den Verwaltungsrat über seine Tätigkeiten und unterbreitet diesem die entsprechenden Empfehlungen und Anträge. An den GNCC-Sitzungen nehmen

zusätzlich zu den von der Generalversammlung gewählten Verwaltungsratsmitgliedern bei Bedarf der Group CEO, der Group CFO und der Head of Corporate Human Resources teil.

Das Audit Committee (AC) ist ein Fachausschuss, der den Verwaltungsrat bei der Beaufsichtigung des Finanz- und Rechnungswesens, der Finanzberichterstattung, der Revisionsstelle sowie des Risikomanagements und des Internen Kontrollsystems unterstützt. Das AC hat keine eigenen Entscheidungsbefugnisse. Es informiert regelmässig den Verwaltungsrat über seine Tätigkeiten und unterbreitet diesem die entsprechenden Empfehlungen und Anträge. An den AC-Sitzungen nehmen zusätzlich der Group CEO und der Group CFO sowie bei der Behandlung der Revisions-Themen Vertreter der Revisionsstelle teil.

Der Verwaltungsrat hat im Frühjahr 2019 ein Strategy Committee (SC) eingesetzt, das sich vertieft mit allen strategischen Themen befasst. 2021 hat es auch die Überprüfung und Weiterentwicklung der Strategie vorgenommen und die Ergebnisse dem Verwaltungsrat unterbreitet. Das SC hat keine eigenen Entscheidungsbefugnisse. Es informiert regelmässig den Verwaltungsrat über seine Tätigkeiten und unterbreitet diesem die entsprechenden Empfehlungen und Anträge. An den Sitzungen des SC nehmen in der Regel auch die Mitglieder des Executive Board sowie bei Bedarf weitere Mitglieder des Managements teil.

Führungs- und Kontrollinstrumente

Die Statuten, das Organisationsreglement sowie die Reglemente der Fachausschüsse regeln die Aufgaben und Kompetenzen des Verwaltungsrats und des Executive Board. Die Daten über den aktuellen und zu erwartenden Geschäftsverlauf werden laufend in einem Controlling-, Planungs- und Informationssystem erfasst. Basierend auf diesen Grundlagen erstellt das Executive Board zuhanden des Verwaltungsrats regelmässig einen betriebswirtschaftlichen Bericht. Zudem verfasst das Executive Board zu Handen des Verwaltungsrats einen schriftlichen Monatsbericht zum aktuellen Geschäftsgang in den verschiedenen Divisionen. Über ausserordentliche Vorfälle wird der Verwaltungsrat sofort informiert. Der Präsident des Verwaltungsrats steht in ständigem, intensiven Kontakt mit dem Group CEO und dem Group CFO.

Auf Grund der Covid-Pandemie ist im März 2020 unverzüglich eine Contingency-Planung über alle Geschäftsbereiche erstellt worden. Diese Contingency-Planung mit der Berechnung von verschiedenen Szenarien der Entwicklung der Rahmenbedingungen und der Geschäftstätigkeit sowie der entsprechenden Auswirkungen auf die finanzielle Situation des Unternehmens ist im Geschäftsjahr 2021 fortgesetzt, mehrmals aktualisiert und im Verwaltungsrat beraten worden.

Risikomanagement und Internes Kontrollsystem

Die MCH Group verfügt über eine Corporate Risk Management Funktion. Das Corporate Risk Management fungiert im Auftrag des Audit Committee und des Executive Board als Beratungsstelle und unterstützt die Gruppe im Risikomanagement, in der Weiterentwicklung des Internen Kontrollsystems (IKS) und im weiteren Aufbau des Compliance Management Systems. Das Corporate Risk Management hat im vergangenen Geschäftsjahr unterschiedliche strategische, finanzielle, operative und regulatorische Prüfungen durchgeführt.

Das IKS der MCH Group beinhaltet sämtliche von Verwaltungsrat und Executive Board angeordneten Vorgänge, Methoden und Massnahmen und stellt einen integrierten Bestandteil des Risikomanagements und ein wichtiges Element der Corporate Governance der MCH Group dar. Es hat primär zum Ziel, dass eine zeitnahe und korrekte Bilanzierung aller geschäftlichen Prozesse gewährleistet ist und periodisch zuverlässige Daten über die finanzielle Situation des Unternehmens vorliegen. Dabei werden die

wesentlichen Prozesse, Kontrollen und deren Durchführung systematisch und nachvollziehbar überprüft und dokumentiert. Bei Akquisitionen ist vorgesehen, die internen Kontrollprozeduren der erworbenen Einheiten zügig an die in der MCH Group geltenden Richtlinien anzupassen.

Die MCH Group passt ihr IKS laufend an die Wirksamkeit der Geschäftsprozesse und die Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften an. Die dabei identifizierten Schwachstellen werden mit gezielten Massnahmen behoben. Das IKS wird vom Audit Committee der MCH Group überwacht.

Das Risikomanagement der MCH Group befasst sich sowohl mit strategischen, finanziellen, operativen wie auch mit regulatorischen Risiken. Im Berichtsjahr wurden die verschiedenen Geschäftsrisiken in Gruppenworkshops und Einzelinterviews identifiziert und nach dem möglichen Schadenausmass und der Eintrittswahrscheinlichkeit bewertet. In der anschliessenden Konsolidierung erfolgen die Identifikation und Einschätzung der für den Konzern wesentlichsten Risiken. Diese werden mittels gezielter Bewältigungsmassnahmen und wo adressierbar auf ein akzeptables Risiko reduziert und in die Strategie sowie das operative Geschäft des Unternehmens integriert. Die Risikobeurteilung wurde vom Audit Committee (AC) geprüft und vom Verwaltungsrat verabschiedet.

Im Berichtsjahr wurden zusätzlich zum regulären Risikomanagement Prozess, welcher mindestens einmal jährlich wiederholt wird, zahlreiche zusätzliche Risikoeinschätzungen vorgenommen. Insbesondere wurde dem Risikomanagement bei den Entscheidungen zu den Veranstaltungen besonderes Gewicht beigemessen. Das Risikomanagement wurde hierbei fortlaufend in den Vorbereitungen und den laufenden Situationsanalysen aktiv eingebunden.

Die für die MCH Group wesentlichsten Risiken werden nachstehend pro Risikokategorie beschrieben. Die MCH Group erachtet die Auswirkungen der Pandemie auf die Geschäftstätigkeiten weiterhin als eines der bedeutendsten Risiken für die Gruppe. Die MCH erkennt die übergreifende Wechselwirkung mit weiteren, identifizierten Risiken, welche auch in naher Zukunft den Geschäftsgang der Gruppe beeinflussen kann.

Strategische Risiken

Die identifizierten Opportunitäten umfassen die Konsolidierung sowie das Wachstum von international führenden Messen und Plattformen, sowie die weiterhin starke Weiterentwicklung im Bereich der Digitalisierung. Die MCH Group geht davon aus, dass die laufende Umsetzung der Unternehmensstrategie entscheidend sein wird, um den Risiken aus derlei Entwicklungen entgegenzuwirken. Durch die Integration des Risikomanagements in den strategischen Projekten strebt die Gesellschaft die Optimierung der Nachhaltigkeit und Werthaltigkeit der getätigten Investitionen an.

Finanzielle Risiken

Die teilweise weitgehenden Auswirkungen der verschiedenen behördlichen Massnahmen zur Eindämmung der Pandemie werden weiterhin für den Geschäftsverlauf der MCH Group in naher Zukunft bestimmend bleiben. Die MCH Group erwartet mit der zunehmenden Geschäftstätigkeiten im Verlaufe des Jahres wieder einen positiven Einfluss auf den Geschäftsverlauf.

Die Wirtschaftslage im Allgemeinen und die jeweilige Industrieentwicklung im Besonderen haben einen direkten Einfluss auf die Bonität der Kunden, die Höhe der Marketinginvestitionen und die Fremdwährungsschwankungen. Es wurden bei der MCH Group entsprechende Massnahmen zur Risikobewältigung sowohl auf strategischer, finanzieller wie auch auf operativer Ebene eingeleitet.

Operative Risiken

Die MCH Group hält sich einerseits weiterhin bereit, allfällige neue Massnahmen zur Bekämpfung der Pandemie umzusetzen, andererseits hält sie weiterhin am Ziel fest, in allen Belangen die operative Exzellenz zu gewährleisten, um insbesondere bei ihren Kunden eine maximale Sicherheit und Zufriedenheit zu erreichen. Mit der laufenden Umsetzung der Unternehmensstrategie richtet sich die MCH Group auf die sich immer schneller ändernden Marktbedingungen aus. Die Umsetzung trägt aktiv dazu bei, dass sich auch die externen Rahmenbedingungen laufend verbessern.

Regulatorische Risiken

Die fortwährenden, steigenden regulatorischen Anforderungen und Rahmenbedingungen und die internationale Entwicklung der MCH Group und ihrer Produkte erhöhen sowohl die Komplexität der unterschiedlichen Sachverhalte als auch das «Exposure» der MCH Group. Entsprechend passt die MCH Group die Organisation und Prozesse laufend an, damit mögliche regulatorische Risiken frühzeitig erkannt und die benötigten Massnahmen zeitgerecht ausgelöst werden können.

Compliance und Internes Audit

Die MCH Group will die Governance der Unternehmung weiter stärken und hat deshalb im ersten Halbjahr 2021 die Abteilung Corporate Risk & Compliance mit einer zusätzlichen Stelle verstärkt. Der Corporate Compliance Officer unterstützt das Management und die Unternehmung in der Sicherstellung der Einhaltung der Regularien und Richtlinien. In der Umsetzung des Compliance Frameworks in den nächsten Jahren, werden die Regularien und Richtlinien zielgerichtet aktualisiert und geschult. Mitarbeitende, die Verstösse gegen die geltenden Regularien und Richtlinien feststellen, können sich vertraulich an die Risk Management & Compliance Stelle wenden.

Ebenfalls 2021 genehmigte der Verwaltungsrat den Aufbau einer Internen Revisionsstelle. Aufgabe der internen Revisionsstelle ist es, unabhängige und objektive Prüfungsleistungen zu erbringen, um sicherzustellen, dass MCH die geltenden Gesetze und internen Richtlinien und Verfahren einhält. Die interne Revisionsstelle erstattet dem Audit Committee Bericht.

Um den Aufbau zu koordinieren, ist in Zusammenarbeit mit Ernst & Young ein Revisionsplan erstellt worden, welcher durch das Audit Committee genehmigt wurde. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden zwei interne Revisionen in den Bereichen «Project Management» und «Compliance Management» als Piloten durchgeführt. Im Jahr 2022 werden gruppenweit weitere interne Audits zu Handen des Verwaltungsrates durchgeführt.

Die interne Revisionsstelle informiert die zuständigen Mitglieder der Konzernleitung und das AC regelmässig über ihre wesentlichen Erkenntnisse und Empfehlungen.

Informationspolitik

Die MCH Group verfolgt grundsätzlich eine Politik der offenen und sachlichen Kommunikation. Sie richtet sich in ihrer Informationspraxis nach den Richtlinien der SIX Swiss Exchange. Sie pflegt regelmässige Kontakte zu den Investoren und Medien, u.a. mit Investoren-Conference-Calls und Mediengesprächen bei wichtigen Ereignissen wie den Jahres- und Halbjahresabschlüssen. Die Einladung und Unterlagen zur Generalversammlung wird auf brieflichem Weg verschickt. Alle wichtigen Informationen sind auf der Webseite der MCH Group verfügbar:

- Ad hoc-Mitteilungen unter «Investoren» | «Ad hoc-Mitteilungen»
– Link: <https://www.mch-group.com/investoren/ad-hoc-mitteilungen/>
- Anmeldung zum «Push-Service» für die Ad hoc-Mitteilungen unter «Investoren» | «Ad hoc-Mitteilungen»
– Link: <https://www.mch-group.com/investoren/ad-hoc-mitteilungen/>
- Medienmitteilungen unter «News»
– Link: <https://www.mch-group.com/news/>
- Geschäftsberichte und Halbjahresberichte unter «Investoren» | «Berichte»
– Link: <https://www.mch-group.com/investoren/berichte/>

- Agenda und Kontakt unter «Investoren» | «Agenda & Kontakt»
– Link: <https://www.mch-group.com/investoren/agenda-kontakt/>

Handelssperrzeiten

Die MCH Group hat die Regelungen betreffend Handelssperrzeiten («Blackout-Perioden») in seinem Insider- & Ad hoc-Reglement festgelegt. Die folgenden Handelssperrzeiten gelten für alle Mitglieder des Verwaltungsrats und des Executive Board sowie für weitere permanente Insider (Mitarbeitende in den Bereichen Corporate Finance, Corporate Communications, Management Office etc.) und gegebenenfalls auch Insider im Rahmen eines speziellen Projekts:

- Vom 15. Juli bis zur Ad hoc-Mitteilung der Halbjahresergebnisse
- Vom 15. Januar bis zur Ad-hoc-Mitteilung der Jahresergebnisse
- Über zusätzliche «Blackout-Perioden» wird entschieden, wenn ein Ereignis oder ein Projekt den Insider- und Ad hoc-Regeln unterstellt wird; eine zusätzliche «Blackout-Periode» erfordert die Zustimmung des Governance, Nomination and Compensation Committee (GNCC).

Im Geschäftsjahr 2021 galten für die Mitglieder des Verwaltungsrats und das Executive Board sowie für die weiteren Insider Handelssperrzeiten vom 15.01.2021 bis 25.03.2021 und vom 15.07.2021 bis 03.09.2021. Es gab im Geschäftsjahr 2021 keine zusätzlichen «Blackout-Perioden».

Führungsstruktur

Verwaltungsrat und Executive Board / Geschäftsleitung

Verwaltungsrat und Executive Board beziehungsweise Geschäftsleitung der MCH Group AG und der von ihr direkt und zu 100 % gehaltenen, operativen Gesellschaften (31.12.2021):

MCH Group AG

Verwaltungsrat

- Andrea Zappia, Präsident
- Marco Gadola, Vizepräsident
- Markus Breitenmoser
- Christoph Brutschin
- Dr. Balz Hösly
- Dr. Dagmar Maria Kamber Borens
- Eleni Lionaki
- James R. Murdoch
- Jeffrey Palker

Angaben zu den Mitgliedern des Verwaltungsrats, ihren zulässigen Tätigkeiten und ihrer Beteiligung an der MCH Group AG sowie der Zusammensetzung der Fachausschüsse und der Sitzungen im Geschäftsjahr 2021 finden sich im Jahresbericht im Kapitel «Corporate Governance» unter «Verwaltungsrat».

– Online: [Link](#)

– Download pdf: Seite 65

Executive Board

- Beat Zwahlen, Group Chief Executive Officer (Group CEO)
- Michael Hüsler, Group Chief Financial Officer (Group CFO)
- Andreas Eggimann, Chief Digital & Information Officer (CDIO)
- Florian Faber, Chief Executive Officer (CEO) Live Marketing Solutions
- Marc Spiegler, Global Director Art Basel

Angaben zu den Mitgliedern des Executive Board ihren zulässigen Tätigkeiten und ihrer Beteiligung an der MCH Group AG finden sich im Jahresbericht im Kapitel «Corporate Governance» unter «Executive Board».

– Online: [Link](#)

– Download pdf: Seite 73

MCH Messe Schweiz (Basel) AG

Verwaltungsrat

- Beat Zwahlen, Präsident

- Michael Hüsler, Vizepräsident

Geschäftsleitung

- Beat Zwahlen, Group Chief Executive Officer (Group CEO)
- Michael Hüsler, Group Chief Financial Officer (Group CFO)

MCH Messe Schweiz (Zürich) AG

Verwaltungsrat

- Beat Zwahlen, Präsident
- Michael Hüsler, Vizepräsident

Geschäftsleitung

- Beat Zwahlen, Group Chief Executive Officer (Group CEO)
- Michael Hüsler, Group Chief Financial Officer (Group CFO)

MCH Beaulieu Lausanne SA

Verwaltungsrat

- Beat Zwahlen, Präsident
- Michael Hüsler, Vizepräsident
- Jonas Scharf

Geschäftsleitung

- Beat Zwahlen, Group Chief Executive Officer (Group CEO)
- Michael Hüsler, Group Chief Financial Officer (Group CFO)

Digital Festival AG

Verwaltungsrat

- Beat Zwahlen, Präsident
- Michael Hüsler, Vizepräsident

Geschäftsleitung

- Jonathan Isenring

MCH Live Marketing Solutions AG

Verwaltungsrat

- Beat Zwahlen, Präsident
- Florian Faber, Delegierter
- Michael Hüsler

Geschäftsleitung

- Frank Marreau, Managing Director Expomobilia
- Andreas Hartmann, CFO
- Ties Hendriks, Managing Director MCH Global
- Kathrin Morlock, Head Organisational Development & HR

MC² Group

Verwaltungsrat

- Florian Faber, Präsident
- Beat Zwahlen

Geschäftsleitung

- Richard McAdam, CEO
- Paul Chartier, CFO

Management Struktur

Die auf die Umsetzung der Unternehmensstrategie ausgerichtete Organisation (31.12.2021):

Art & Art Related Industries

Marc Spiegler
Mitglied des Executive Board | Global Director Art Basel
Unterstellung: Group CEO

Swiss Events

Roman Imgrüth
Managing Director Swiss Events
Unterstellung: Group CEO

Live Marketing Solutions

Florian Faber
Mitglied des Executive Board | CEO Live Marketing Solutions
Unterstellung: Group CEO

Venues

Jonas Scharf
Managing Director Venues
Unterstellung: Group CFO

Digital & Information

Andreas Eggimann

Mitglied des Executive Board | CDIO

Unterstellung: Group CEO

Corporate Finance

Michael Hüsler

Mitglied des Executive Board, Group CFO

Unterstellung: Group CEO

Corporate Functions

Unterstellung: Group CEO

- Business Development & Innovation
Birgit Rieder (seit 01.02.2022 Jonathan Isenring)
- Group Strategy and Projects
Sarah Borrey
- Corporate HR
Andreas Gnepf
- Group Legal Department
Philipp Schlienger Cox
- Corporate Risk Management & Compliance
Olivier Balmat
- Corporate Communications
Christian Jecker | Emanuel Kuhn
- Internal Communications
Kathrin Ebner

Verwaltungsrat

Die Mitglieder des Verwaltungsrats der MCH Group AG (31.12.2021)



Andrea Zappia

Präsident

Andrea Zappia ist Executive Vice President und Chief Executive Officer New Markets and Business der Sky-Gruppe. Zu seinem Verantwortungsbereich gehören auch SkyStudios und SkyNews/SkyTG24. Er begann seine Karriere bei dem multinationalen Unternehmen Procter&Gamble, wo er als European Group Marketing Manager tätig war. Von 1996 bis 2001 war er Global Sales and Marketing Director für Ferrari und Maserati. Im Jahr 2003 wechselte er zu Sky Italia, wo er verschiedene Führungspositionen innehatte, bevor er von 2011 bis 2019 die Funktion des CEO ausübte. Andrea Zappia ist 57 Jahre alt und italienischer Staatsbürger. Er wurde in Tripolis geboren und wuchs in Bologna auf, wo er einen Abschluss in Wirtschaftswissenschaften machte.

Wohnort: Mailand (Italien)

Geburtsdatum: 24.09.1963

Nationalität: IT

VR-Mitglied seit 2021

Jährliche Wahl durch die Generalversammlung



Marco Gadola

Vizepräsident

Marco Gadola ist unter anderem Verwaltungsratspräsident der DKSH Holding AG und Medartis sowie Mitglied des Verwaltungsrats bei verschiedenen in Basel ansässigen Unternehmen wie Straumann und Tally Weijl sowie bei weiteren Unternehmen. 2006 bis 2008 war er CFO und EVP Operations sowie 2013 bis 2019 CEO der Straumann Group. In der Zwischenzeit war er in der Panalpina Management AG als Chief Financial Officer und Regional CEO Asien/Pazifik tätig. Vor seiner ersten Zeit bei Straumann war es in verschiedenen leitenden Funktionen bei Hero AG, Hilti, Sandoz International Ltd. und dem Schweizerischen Bankverein tätig. Marco Gadola hatte in Basel Wirtschaft studiert sowie in London und Lausanne weitere Studiengänge absolviert.

Wohnort: Engelberg (Schweiz)

Geburtsdatum: 23.09.1963

Nationalität: CH / FR

VR-Mitglied von 2016 bis 2019 und seit 2021

Jährliche Wahl durch die Generalversammlung



Markus Breitenmoser

Markus Breitenmoser ist seit über 30 Jahren als Verwaltungsrat, Investor, Manager und Berater international in verschiedenen Industriebranchen wie auch in der Finanzindustrie tätig, insbesondere im Umfeld von Unternehmensrestrukturierungen und Neupositionierungen. Er weist einen MBA-Abschluss der Universität St. Gallen aus. Er begann seine Karriere bei der Ascom Holding AG, war später bei der Credit Suisse First Boston und Actienbank tätig, und dann Partner und Director bei Arthur D. Little Central Europe sowie Helbling Business Advisory AG, wo er etliche Unternehmenskunden aus verschiedenen Branchen beratend begleiten durfte. Es folgten Verwaltungsratsmandate bei den börsennotierten international agierenden Unternehmen Precious Woods Holding AG und Lifewatch AG, sodann beim Innovationsanalytics-Unternehmen Alpora AG, wo er auch Gründungspartner war. Heute ist er unter anderem Gesellschafter und Partner des Beratungsunternehmens Breitenmoser & Partner GmbH sowie Verwaltungsratspräsident des zentralamerikanischen Forstwirtschaftsunternehmens Novelteak AG und dessen Tochtergesellschaften als auch bei MCBM Beteiligungen AG.

Wohnort: Jona (Schweiz)

Geburtsdatum: 12.01.1963

Nationalität: CH

VR-Mitglied seit 2019

Jährliche Wahl durch die Generalversammlung



Christoph Brutschin

Christoph Brutschin war von 2009 bis Januar 2021 Regierungsrat und Vorsteher des Departements für Wirtschaft, Soziales und Umwelt des Kantons Basel-Stadt. Er studierte Betriebswirtschaft in Zürich sowie Volkswirtschaft und Wirtschaftspädagogik in Fribourg und war bei PriceWaterhouseCoopers und maxit AG tätig. Vor seiner Wahl in die baselstädtische Exekutive arbeitete er an der Handelsschule KV Basel, seit 1991 als Lehrer und Dozent, seit 1996 als Rektor.

Wohnort: Basel (Schweiz)
Geburtsdatum: 21.02.1958
Nationalität: CH
VR-Mitglied seit 2009
Delegierter des Kantons Basel-Stadt



Dr. Balz Hösly

Dr. iur. Balz Hösly ist Rechtsanwalt und Partner von MME Legal | Tax | Compliance, einem integrierten Anwalts-, Steuer- und Compliance Unternehmen in Zürich und Zug. Er ist ein erfahrener VR-Praktiker in Fragen der Governance sowie des Entwicklungs- und Veränderungsmanagements in privaten und öffentlichen Unternehmen. Balz Hösly war zuvor in leitenden Stellungen in verschiedenen Unternehmen tätig, u.a. bei den Winterthur Versicherungen, der CS und als CEO der Schweizer Exportförderungsorganisation Osec (heute Switzerland – Global Enterprise). Er ist Dozent an der Universität Zürich, an der ZFU Business School in Thalwil und an der Universität St. Gallen. Er ist Präsident des Verwaltungsrates der Greater Zurich Area AG und der AG Hallenstadion Zürich sowie Mitglied des Verwaltungsrates der Showwerk AG in Aegeri und der Alstom (Schweiz) AG in Zürich.

Wohnort: Zürich (Schweiz)
Geburtsdatum: 08.03.1958
Nationalität: CH
VR-Mitglied seit 2018
Delegierter des Kantons und der Stadt Zürich



Dr. Dagmar Maria Kamber Borens

Dr. Dagmar Maria Kamber Borens ist Länderchefin und CEO der State Street Bank International GmbH der Schweiz und hat mehr als zwanzig Jahre Erfahrung in der Bankindustrie. Sie hat über 17 Jahre für die UBS in verschiedenen Managementpositionen in Zürich, London und Singapur gearbeitet, unter anderem als CFO für die Region Asien-Pazifik. Danach war sie COO und in der Geschäftsleitung der Swiss Universal Bank der Credit Suisse (Schweiz). Zuletzt war sie designierte CEO und Länderchefin der Quintet Private Bank Schweiz AG. Dagmar Kamber Borens hat an der Universität Basel Jurisprudenz studiert und promoviert.

Wohnort: Basel (Schweiz)
Geburtsdatum: 28.09.1972
Nationalität: CH
VR-Mitglied seit 2019
Delegierte des Kantons Basel-Stadt



Eleni Lionaki

Eleni Lionaki – Strategic Advisor von Systems LLC – leitete vor ihrem Eintritt bei Lupa Systems im Jahr 2019 die Geschäftsstelle von 21st Century Fox in Europa und die M&A-Aktivitäten für das Unternehmen dieser Region. Vor ihrer Zeit bei 21st Century Fox hatte Eleni Lionaki leitende Positionen im Investment Banking bei Goldman Sachs und der Deutschen Bank inne. Eleni Lionaki ist eine erfahrene Verwaltungsrätin, die zuvor in verschiedenen Verwaltungsräten tätig war, unter anderem bei Endemol Shine und Moby Group. Sie ist derzeit Verwaltungsratsmitglied von Tribeca Enterprises.

Wohnort: Athen (Griechenland)
Geburtsdatum: 17.09.1977
Nationalität: GR / US
VR-Mitglied seit 2020 (21.12.)
Jährliche Wahl durch die Generalversammlung



James R. Murdoch

James R. Murdoch ist ein Investor und Philanthrop. Nach mehr als zwei Jahrzehnten globaler Führungstätigkeit in der Medien- und Technologiebranche gründete James R. Murdoch Lupa Systems als private Holdinggesellschaft. Zuletzt war James R. Murdoch von 2015 bis 2019 als CEO von 21st Century Fox tätig, nachdem er zuvor als Co-COO des Unternehmens sowie als Chairman und CEO für Europa und Asien gewirkt hatte. Vor seiner Zeit bei 21st Century Fox war James R. Murdoch CEO und Chairman von Sky und CEO von STAR TV. James R. Murdoch ist Mitglied des Verwaltungsrats von Tesla und der Dia Art Foundation, Vizepräsident des Center for New American Security und Mitglied des Council for Foreign Relations. James und seine Frau Kathryn Murdoch sind Gründer von Quadrivium, einer Stiftung, die in Demokratiereformen, Technologie und Gesellschaft, wissenschaftliches Bewusstsein sowie Klima- und Meeresschutz investiert.

Wohnort: New York, N.Y. (USA)

Geburtsdatum: 13.12.1972

Nationalität: US

VR-Mitglied seit 2020 (21.12.)

Jährliche Wahl durch die Generalversammlung



Jeffrey Palker

Jeffrey Palker ist seit April 2019 Managing Partner und General Counsel von Lupa Systems LLC. Zuvor arbeitete er bei 21st Century Fox, wo er als Executive Vice President, Deputy General Counsel und Deputy Chief Compliance Officer tätig war. Aufgrund seiner umfassenden internationalen Erfahrung war er zuvor auch als General Counsel für Europa und Asien bei 21st Century Fox tätig. Jeffrey Palker verfügt über umfangreiche Erfahrungen als Verwaltungsratsmitglied. Er war zuvor Mitglied des Verwaltungsrats von Endemol Shine und ist derzeit Mitglied des Verwaltungsrats von Tribeca Enterprises, Vice Media und AWA Studios.

Wohnort: Short Hills, N.J. (USA)

Geburtsdatum: 30.10.1973

Nationalität: US

VR-Mitglied seit 2020 (21.12.)

Jährliche Wahl durch die Generalversammlung

Mutationen

An der Generalversammlung vom 28.04.2021 ist Verwaltungsratspräsident Dr. Ulrich Vischer von seinem Amt zurücktreten. Er wurde vom Kanton Basel-Stadt als damaliger Vorsteher des Finanzdepartements von 1992 bis 2005 in den Verwaltungsrat delegiert. Von 2006 bis 2021 ist er von der Generalversammlung als Verwaltungsratspräsident gewählt worden.

An der Generalversammlung vom 28.04.2021 sind zudem Hans-Kristian Hoejsgaard und Andreas Widmer aus dem Verwaltungsrat zurücktreten. Hans-Kristian Hoejsgaard war seit 2019 Mitglied des Verwaltungsrats, in dem er auch Mitglied des Governance, Nomination and Compensation Committee (GNCC) und Vorsitzender des Strategy Committee (SC) war. Andreas Widmer war seit 2016 Mitglied des Verwaltungsrats und Mitglied des SC.

Die Generalversammlung hat am 28.04.2021 Andrea Zappia als neues Mitglied und als Präsident des Verwaltungsrats gewählt. Im weiteren hat sie Marco Gadola als neues Mitglied des Verwaltungsrats gewählt, der danach zum Vize-Präsidenten ernannt worden ist.

Seit der Generalversammlung vom 28.04.2021 bis zur Veröffentlichung dieses Geschäftsberichts Ende März 2022 hat es im Verwaltungsrat keine Veränderungen gegeben.

Zulässige Tätigkeiten gemäss § 23 der Statuten der MCH Group AG

- a) In börsenkotierten Rechtseinheiten: 5
- b) In anderen, im Handelsregister eingetragenen Rechtseinheiten: 15, abzüglich a)
- c) In im Handelsregister eingetragenen Rechtseinheiten mit einem wohltätigen, öffentlichen oder gemeinnützigen Zweck: 10

Beteiligungen der Mitglieder des Verwaltungsrats

	Anzahl Aktien nominal CHF 10 und Stimmrechtsanteil 31.12.2021		Anzahl Aktien nominal CHF 10 und Stimmrechtsanteil 31.12.2020	
Dr. Ulrich Vischer, Präsident ¹⁾			777	0.0%
Andrea Zappia, Präsident ²⁾	38 409	0.3%		
Christoph Brutschin, Vizepräsident ³⁾	–	0.0%	–	0.0%
Marco Gadola, Vizepräsident ⁴⁾	–	0.0%		
Markus Breitenmoser	9 000	0.1%	–	0.0%
Hans-Kristian Hoejsgaard ⁵⁾			1 858	0.0%
Dr. Balz Hösly	–	0.0%	–	0.0%
Dr. Dagmar Maria Kamber Borens	–	0.0%	–	0.0%
Eleni Lionaki	–	0.0%	–	0.0%
James R. Murdoch	–	0.0%	–	0.0%
Jeffrey Palker	–	0.0%	–	0.0%
Andreas Widmer ⁵⁾			–	0.0%
Total	47 409	0.3%	2 635	0.0%
Beteiligung nahestehender Personen				
von Dr. Ulrich Vischer			748	0.0%
von Markus Breitenmoser ⁶⁾	2 847	0.0%	2 847	0.0%
von James R. Murdoch ⁷⁾	4 805 238	32.3%	4 805 238	32.3%

1) Mitglied und Präsident des VR bis 28.04.2021.

2) Mitglied und Präsident des VR seit 28.04.2021.

3) Vizepräsident des VR bis 28.04.2021.

4) Mitglied und Vizepräsident des VR seit 28.04.2021.

5) Mitglied des VR bis 28.04.2021.

6) MCBM Beteiligungen AG

7) Lupa Investment Holdings LP

Sitzungen des Verwaltungsrats

Die Sitzungen des Verwaltungsrats wurden im Geschäftsjahr 2021 in hybrider Form (physische Präsenz im Congress Center Basel mit Zuschaltungen per Videokonferenz) oder nur als Videokonferenz abgehalten. Im Geschäftsjahr 2021 fanden 14 Sitzungen mit einer Sitzungszeit von insgesamt 27 Stunden statt:

- 8 Sitzungen mit einer Dauer von über 2 Stunden – im Februar, März, April, Mai, Juni, September (2) und November
- 6 Sitzungen mit einer Dauer von weniger als 2 Stunden – im Januar (2), Juli, Oktober (2) und November

Governance, Nomination and Compensation Committee (GNCC)

- Christoph Brutschin, Vorsitz
- Dr. Balz Hösly
- Jeffrey Palker
- Andrea Zappia

Die Sitzungen des GNCC wurden im Geschäftsjahr 2021 in hybrider Form (physische Präsenz im Congress Center Basel mit Zuschaltungen per Videokonferenz) oder nur als Videokonferenz abgehalten. Es fanden im Geschäftsjahr 2021 in den Monaten Januar bis November 21 Sitzungen mit einer Sitzungszeit von insgesamt 40 Stunden statt: 8 Sitzungen dauerten mehr als 2 Stunden, 13 Sitzungen dauerten weniger als 2 Stunden.

Audit Committee (AC)

- Dr. Dagmar Maria Kamber Borens, Vorsitz
- Markus Breitenmoser
- Christoph Brutschin
- Marco Gadola
- Eleni Lionaki

Die Sitzungen des AC wurden im Geschäftsjahr 2021 in hybrider Form (physische Präsenz im Congress Center Basel mit Zuschaltungen per Videokonferenz) oder nur als Videokonferenz abgehalten. Es fanden im Geschäftsjahr 2021 in den Monaten Januar, März, Mai, Juni, Juli, August und November 7 Sitzungen mit einer Sitzungszeit von insgesamt 16 Stunden statt. 2 Sitzungen dauerten mehr als 3 Stunden, 4 Sitzungen dauerten zwischen 2 und 3 Stunden, 1 Sitzung dauerte weniger als 2 Stunden.

Strategy Committee (SC)

- James R. Murdoch, Vorsitz
- Marco Gadola
- Dr. Balz Hösly
- Eleni Lionaki
- Andrea Zappia

Die Sitzungen des SC wurden im Geschäftsjahr 2021 in hybrider Form (physische Präsenz in Basel mit Zuschaltungen per Videokonferenz) oder nur als Videokonferenz abgehalten. Es fanden im Geschäftsjahr 2021 in den Monaten April (2), Mai, August und Oktober 5 Sitzungen mit einer Sitzungszeit von insgesamt 11 Stunden statt. 4 Sitzungen dauerten 2 Stunden, 1 Sitzung dauerte 3 Stunden.

Sekretär des Verwaltungsrats

- Christian Jecker, Corporate Communications

Executive Board

Mitglieder des Executive Board (31.12.2021)



Beat Zwahlen

Group Chief Executive Officer (Group CEO)

Beat Zwahlen ist am 15.01.2021 zum interimistischen Group Chief Executive Officer (Group CEO) ernannt worden. Er ist am 01.05.2018 als Group Chief Financial Officer (Group CFO) und Mitglied des Executive Board in die MCH Group eingetreten. Er hat in den letzten Jahren die Restrukturierung und Transformation des Unternehmens eingeleitet und massgebend mitgeprägt. Im Jahr 2020 ist die Gewinnung von Lupa Systems als neuer Ankerinvestor und die entsprechenden Kapitalerhöhungen unter seiner Leitung realisiert worden. Der Betriebsökonom FH und diplomierte Wirtschaftsprüfer hatte vor seinem Eintritt in die MCH Group verschiedene leitende Funktionen inne, unter anderem bei Landis & Gyr (Europe) AG in Zug, Rieter Automotive Management AG in Winterthur, Schaffner Holding AG in Luterbach, Uniwheels AG in Bad Dürkheim (DE) sowie Belux AG und Vitra International AG in Birsfelden. Als selbständiger Unternehmer hat er erfolgreich Restrukturierungen und Turnarounds ausgeführt. Er ist Mitglied verschiedener Verwaltungsräte.

Wohnort: Oberrohrdorf (Schweiz)

Geburtsdatum: 13.02.1960

Nationalität: CH

EB-Mitglied seit 01.05.2018



Michael Hüsler

Group Chief Financial Officer (Group CFO)

Michael Hüsler ist per 15.01.2021 zum Group Chief Financial Officer (Group CFO) der MCH Group ernannt worden. Er ist in dieser Funktion für die Bereiche Corporate Finance und Corporate Procurement sowie die Division «Venues» verantwortlich. Er verfügt über umfangreiche Führungserfahrung auf Stufe Geschäftsleitung sowie insbesondere in den Bereichen Investor Relations, M&A-Transaktionen und Umstrukturierungen. Michael Hüsler hat in Basel Wirtschaftswissenschaften studiert und einen Abschluss als IFRS Accountant der Controller Akademie Zürich. Er begann seine berufliche Karriere in der Wirtschaftsprüfung bei PriceWaterhouseCoopers und danach als Leiter Corporate Controlling bei der Straumann Holding AG. 2005 wechselte er als Group CFO zur Bachem Holding AG. 2009 bis 2017 war er Group CFO der Siegfried Holding AG. Seit 2017 war er Group CFO der Habasit International AG, wo er in seiner Funktion als CFO unter anderem auch für die Bereiche Legal und IT verantwortlich war.

Wohnort: Arlesheim (Schweiz)
Geburtsdatum: 28.04.1972
Nationalität: CH
EB-Mitglied seit 15.01.2021



Andreas Eggimann

Chief Digital & Information Officer (CDIO)

Andreas Eggimann ist am 01.11.2019 als Chief Digital & Information Officer in die MCH Group eingetreten. Er war zuvor seit 2014 Head Digital Management der Schweizerischen Post und als Mitglied des Topkaders unter anderem verantwortlich für den Aufbau und die Führung des konzernweiten Digital Management und die Neuausrichtung der Post in Bezug auf die marktgerichteten und internen digitalen Kanäle. Seine berufliche Tätigkeit hatte er nach seinem Betriebsökonomie-Studium in Basel bei der Coop Gruppe begonnen, später war er unter anderem als Head Digital Business Development in der Young & Rubicam Group Switzerland tätig.

Wohnort: Ramlinsburg (Schweiz)
Geburtsdatum: 01.03.1974
Nationalität: CH
EB-Mitglied seit 01.11.2019



Florian Faber

Chief Executive Officer (CEO) Live Marketing Solutions

Florian Faber hat einen Abschluss als Executive Master of Business Administration (MBA) der Universität Zürich. Er war beim Autokonzern Nissan für Live Marketing Kommunikation & Interactive Marketing in Europa verantwortlich, bevor er 2009 als New Business Manager in die MCH-Gesellschaft Expomobilia eintrat, in der er 2011 als Mitglied der Geschäftsleitung die Aufgabe des Head of Sales übernahm. Im Sommer 2014 ist ihm die Geschäftsleitung der Expomobilia übertragen worden, die im November 2018 in MCH Live Marketing Solutions AG umfirmiert worden ist. Als Managing Director der Expomobilia war Florian Faber in den Jahren 2014 bis 2018 massgeblich für die erfolgreiche Entwicklung und Internationalisierung des Geschäftsbereichs Messe-, Event- und Pavillonbau verantwortlich. Seit Januar 2019 ist Florian Faber CEO der Live Marketing Solutions Division und Mitglied des Executive Boards der MCH Group. In dieser Funktion leitet er die strategischen Neupositionierung der Division Live Marketing Solutions und ist für das nachhaltige globale Wachstum der Division mit seinen Marken MCH Global (Experience Marketing Agentur), MC2 (Experience Full Service Provider in Nord Amerika und Deutschland) und Expomobilia (weltweiter Generalunternehmer für Experience Construction) verantwortlich.

Wohnort: Nürensdorf (Schweiz)

Geburtsdatum: 22.05.1979

Nationalität: DE / CH

EB-Mitglied seit 14.01.2019



Marc Spiegler

Global Director Art Basel

Marc Spiegler ist vom Verwaltungsrat per 01.01.2020 zum Mitglied des Executive Board ernannt worden. Er ist 2007 als Co-Director der Art Basel zur MCH Group gekommen. Seit 2012 ist er Global Director der Art Basel und hat in dieser Funktion massgeblich zur erfolgreichen Entwicklung der führenden Plattform für zeitgenössische und moderne Kunst beigetragen. Nach Ausbildungen an der University of Kent (University Diploma, Social Sciences) und am Haverford College (Bachelors Diploma, Political Sciences) studierte er an der Northwestern University in Evanston Journalismus (Masters Diploma, Journalism). Er war danach 15 Jahre lang als Journalist und Redaktor für mehrere bekannte Medien tätig und deckte ein breites Themenspektrum ab, insbesondere Wirtschaft, Technologie und den Kunstmarkt.

Wohnort: Zürich

Geburtsdatum: 12.10.1968

Nationalität: CH / FR

EB-Mitglied seit 01.01.2020

Mutationen

Am 15.01.2021 sind der Verwaltungsrat und der bisherige Group CEO Bernd Stadlwieser einvernehmlich übereingekommen, das Arbeitsverhältnis aufzulösen. Bernd Stadlwieser ist zu diesem Zeitpunkt von seinen Arbeitspflichten freigestellt worden. Er war am 12.06.2019 als Group CEO in die MCH Group eingetreten, sein offizieller Austritt erfolgte per 31.07.2021.

Der Verwaltungsrat hat den bisherigen Group CFO Beat Zwahlen per 15.01.2021 zum neuen Group CEO ad interim ernannt. Er hat zudem per 15.01.2021 Michael Hüsler zum neuen Group CFO der MCH Group ernannt.

Von Januar 2021 bis zur Veröffentlichung dieses Geschäftsberichts Ende März 2022 hat es in der Zusammensetzung des Executive Board keine weiteren Veränderungen gegeben.

Zulässige Tätigkeiten gemäss § 36 der Statuten der MCH Group AG

- a) In im Handelsregister eingetragenen Rechtseinheiten: 8
- b) In im Handelsregister eingetragenen Rechtseinheiten mit einem wohltätigen, öffentlichen oder gemeinnützigen Zweck: 8

Beteiligungen der Mitglieder des Executive Board

	Anzahl Aktien nominal CHF 10 und Stimmrechtsanteil 31.12.2021		Anzahl Aktien nominal CHF 10 und Stimmrechtsanteil 31.12.2020	
Bernd Stadlwieser ¹⁾			2 787	0.0%
Beat Zwahlen ²⁾	–	0.0%	–	0.0%
Andreas Eggimann	1 000	0.0%	–	0.0%
Florian Faber	–	0.0%	–	0.0%
Michael Hüsler ³⁾	6 000	0.0%		
Marc Spiegler	–	0.0%	–	0.0%
Total	7 000	0.0%	2 787	0.0%
Beteiligung nahestehender Personen				
von Bernd Stadlwieser			2 787	0.0%
von Beat Zwahlen ⁴⁾	5 000	0.0%	–	0.0%

1) Bis 15.01.2021 Group CEO.

2) Bis 15.01.2021 Group CFO, seit 15.01.2021 Group CEO a.i.

3) Eintritt per 15.01.2021.

4) CORxpert AG

Personal

Im nachstehend dargestellten Personalbestand sind alle Gesellschaften enthalten, die zu 100 % zur MCH Group gehören, oder an denen sie hauptsächlich beteiligt ist.

Die MCH Group zählte per Ende Berichtsjahr 2021 insgesamt 662 unbefristet angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die 627.3 Vollzeitstellen besetzten. Der Personalbestand der Unternehmensgruppe hat damit im Berichtsjahr um 48 unbefristet angestellte Mitarbeitende abgenommen (-6.8 %).

Für verschiedene Dienstleistungen werden zusätzlich Aushilfen angestellt. Per 31.12.2021. waren es 619 befristet Angestellte mit 343.5 Vollzeitstellen.

Das in der Schweiz am 01.07.2020 in Kraft getretene, revidierte Gleichstellungsgesetz verpflichtet Arbeitgeber mit mehr als 100 Mitarbeitenden zu einer formellen Überprüfung der Lohngerechtigkeit bei Männern und Frauen. Die MCH Group hat für die Gesellschaften MCH Live Marketing Solutions AG und MCH Messe Schweiz (Basel) AG im Februar 2021 bzw. April 2021 eine entsprechende Lohngleichheitsanalyse nach den Vorgaben des Bundes durchgeführt und von der KPMG AG auditieren lassen. Es bestehen innerhalb dieser Gesellschaften keine signifikanten Lohnunterschiede zwischen den Geschlechtern.

Unbefristet angestellte Mitarbeiter/innen nach Gesellschaften (ohne Minderheitsbeteiligungen)	31.12.2021			31.12.2020		
			Total			Total
MCH Group AG			21			22
MCH Messe Schweiz (Basel) AG ¹⁾			256			266
MCH Messe Schweiz (Zürich) AG			24			19
MCH Beaulieu Lausanne SA			3			4
MCH Live Marketing Solutions AG ²⁾			117			112
MC ² Group ³⁾			241			287
Total			662			710

Hierarchiestufen / Geschlecht	31.12.2021			31.12.2020		
	Männlich	Weiblich	Total	Männlich	Weiblich	Total
Verwaltungsrat MCH Group	7	2	9	8	2	10
Executive Board MCH Group ⁴⁾	5	–	5	5	–	5
Geschäftsleitung Division LMS	4	1	5	4	1	5
Kader	57	33	90	62	30	92
Mitarbeitende	314	248	562	350	258	608
Total	387	284	671	429	291	720

Nationalitäten / Geschlecht	31.12.2021			31.12.2020		
	Männlich	Weiblich	Total	Männlich	Weiblich	Total
Schweiz	135	97	232	150	99	249
Deutschland	48	47	95	43	45	88
Frankreich	9	8	17	7	10	17
Italien	5	1	6	4	3	7
Österreich	–	4	4	1	3	4
Grossbritannien	5	8	13	6	11	17
USA	160	78	238	195	86	281
Hong Kong	1	9	10	1	11	12
China (Mainland)	2	4	6	1	2	3
Weitere	15	26	41	13	19	32
Total	380	282	662	421	289	710

1) Mit Tochtergesellschaften Art Basel U.S. Corp., MCH Group Asia Limited, Masterpiece London Ltd., Digital Festival AG

2) Mit Tochtergesellschaften Expomobilia MCH Global Shanghai Ltd., MCH Global ME Live Marketing LLC

3) MC ² USA und MC ² Europe

4) Gleichzeitig Geschäftsleitung der Messegesellschaften

Revisionsorgan

Die Generalversammlung der MCH Group AG hat am 28. April 2021 die KPMG AG, Basel als Revisionsorgan der MCH Group für das Geschäftsjahr 2021 gewählt.

Die KPMG AG, Basel hat der MCH Group für Leistungen, welche das Geschäftsjahr 2021 betreffen, wie folgt Rechnung gestellt:

Leistungen (in CHF, exkl. Mwst.)	2021	2020
Revisionshonorare	589 875	558 500
Zusätzliche Honorare ¹⁾	218 000	244 923
Total	807 875	803 423

1) 2021: Steuerberatung (Mehrwertsteuer und Unternehmenssteuern)

Als Leistung für die Revision wurden sämtliche Aufträge im Zusammenhang mit der Prüfung der Jahresrechnung des entsprechenden Geschäftsjahrs berücksichtigt. Die übrige Beratung besteht grösstenteils aus Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Kapitalerhöhung sowie steuerlicher Beratung.

Das Audit Committee überwacht, dass die Tätigkeiten der externen Revisionsgesellschaft unabhängig und in Übereinstimmung mit dem Schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards durchgeführt werden. Die Revisionsstelle erstattet dem Audit Committee mindestens einmal jährlich zu den Themen Prüfungsplanung und -umfang, Buchführung, Finanz-Berichterstattung, Internes Kontrollsystem und weiteren revisionsverwandten Aufträgen schriftlich und mündlich Bericht. Im Berichtsjahr war die Revisionsgesellschaft an fünf Sitzungen des Audit Committee anwesend.

Die Wahl des Revisionsorgans erfolgt auf Antrag des Verwaltungsrats durch die Generalversammlung für die Dauer von jeweils einem Jahr. Die KPMG AG, Basel übt dieses Mandat seit der Wahl durch die Generalversammlung vom 07. Mai 2012 aus. Seit dem Geschäftsjahr 2018 amtet Claudio Boller als leitender Revisor.



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

Die Berichte 2021 der
MCH Group erscheinen in
Deutsch und Englisch.
Verbindlich ist die deutsche
Version.

M
.CH