

GESCHÄFTSBERICHT 2023

MCH GROUP

M
.CH





Geschäftsbericht 2023
Nachhaltigkeitsbericht

MCH GROUP auf einen Blick

Die MCH Group will in der Messe- und Eventbranche ihre führende Rolle behaupten. Unser strategisches Ziel ist es, Mehrwert zu schaffen, indem wir die ESG-Aspekte in unsere Wertschöpfung integrieren. (ESG: Environmental. Social. Governance.)

Nachhaltigkeit bedeutet Verantwortung gegenüber unseren Stake- und Shareholdern. Wir innovieren, entwickeln uns sowie unser Geschäftsmodell laufend weiter. Vor allem setzen wir uns ehrgeizige, aber erreichbare Ziele. Diese stehen im Einklang mit unserer Strategie des nachhaltigen Wachstums und der Expansion. Gleichzeitig wollen wir den Klimazielen (Paris 2050, COP28) sowie der Gesetzgebung gerecht werden.



Vernetzung unterschiedlicher Kompetenzen für einzigartige, kundenorientierte Lösungen

Die MCH Group erbringt mit ihrer Wertschöpfungskette ein breites Leistungsspektrum, mit physischen und digitalen Formaten für verschiedene Branchen (Messen wie z. B. die Art Basel) sowie individuelle Angebote in allen Experience Marketing Bereichen (Expomobilia, MC², MCH Global). Durch die Vernetzung der unterschiedlichen Kompetenzen entstehen einzigartige, kundenorientierte Lösungen.

Ergebnisse 2023

99 %

des an den Schweizer Standorten genutzten Stroms ist erneuerbar

100 %

der Emissionen (Scope 1, Scope 2) aller MCH Group-Standorte weltweit sind für 2023 erhoben worden

100 %

wiederverwendbar ist das Expo-Designsystem (Standbau) aus zertifizierter Eiche von Expomobilia

34 %/66 %

Anteile Frauen und Männer im Unternehmen

Nr. 1

Weltmesse des internationalen Kunstmarktes

Eingeführt

Supplier Code of Conduct

**GRI.SBTi.
TCFD.CDP**

Frameworks, Standards, Ratings 2023

Awards

MC² USA: Experience Design& Technology Awards in 2023.
Expomobilia Pavillons der Weltausstellung in Dubai.

Wir schaffen Mehrwert



Kunden

Durch die Vernetzung unserer umfassenden Live Marketing-Kompetenzen entstehen einzigartige, kundenorientierte Lösungen sowie neue, nachhaltige Angebote.



Mitarbeitende

Durch den Transformationsprozess, eingeleitet im 2022, findet unser kultureller Wandel statt, in dessen Zentrum neu entwickelte Unternehmenswerte stehen.



Partner

Dank nachhaltiger Partnerschaften und Beschaffung fördern wir die Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, Upstream und Downstream.



Gemeinschaft und Netzwerk

Durch die Steigerung der Attraktivität der Event-Standorte leisten wir einen wichtigen Beitrag für die Gemeinschaft, hinsichtlich Kultur und Wirtschaft (indirekte wirtschaftliche Effekte). Gleichzeitig bringen wir die zentralen Branchen-Akteure national (Bau u. a.) und global (Kunst u. a.) in führenden Netzwerken zusammen.

Kennzahlen 2023

FINANZIELLE KENNZAHL - GLOBAL		2023 (Base year)					
	Einheit	Schweiz	EU, GB	USA	Asien	TOTAL	
Betriebsertrag	Mio. CHF	103.2	57.1	195.0	38.4	393.7	
NICHT-FINANZIELLE KENNZAHLEN - GLOBAL		2023 (Base year)					
	Einheit	Schweiz	EU, GB	USA	Asien	TOTAL	Assurance*
ENERGIE							
Total Energieverbrauch	MWh	25 078	611	7 703	323	33 715	
Total Stromverbrauch	MWh	15 068	304	4 368	239	19 979	
Total Stromverbrauch erneuerbar ^a %		98.62	21.13	0	0	74.7	
Total Stromverbrauch nicht erneuerbar	%	1.38	78.87	100	100	25.3	
Energieintensität	kWh/m ²	48.50	34.26	51.16	8.74	46.67	
EMISSIONEN							
Total Emissionen ¹⁾	tCO ₂ e	126 158	71 137	169 887	38 651	405 833	
Total direkte Emissionen (Scope 1) tCO ₂ e		660	139	1 456	14	2 269	✓
Total indirekte Emissionen (Scope 2, market-based) tCO ₂ e		528	31	1 636	178	2 372	✓
Total indirekte Emissionen (Scope 2, location-based) tCO ₂ e		700	31	1 636	178	2 544	✓
Total indirekte Emissionen (Scope 3) tCO ₂ e		124 970	70 967	166 795	38 459	401 191	
Total Emissionen kompensiert	tCO ₂ e/%	0	0	0	0	0	
Emissionsintensität	tCO ₂ e/m ²	0.24	3.99	1.13	1.04	0.56	
MITARBEITENDE							

Total Mitarbeitende (Voll- und Teilzeit) ^{b-d}	Anzahl F/M	204/226	34/39	204/662	52/20	494/947	✓
Total Mitarbeitende Vollzeit	Anzahl (%)	343 (80%)	61 (84%)	572 (66%)	70 (97%)	1046 (73%)	✓
DIVERSITÄT							
Anteil F / M Total (Voll- und Teilzeit)	% F / M	47/53	47/53	24/76	72/28	34/66	✓
Anteil F / M im Board	% F / M					14/ 86	✓
Anteil F / M im Executive Board	% F / M					0/100	✓
Anteil F / M im Management Team	% F / M					20/80	✓

* Independent Limited Assurance. See Assurance Statement KPMG. The assurance covers the total Scope 1 and 2 emissions, not Scope 1 and 2 emissions per region.

a Der Anteil erneuerbar bezieht sich ausschliesslich auf den Strom (und nicht auf den Gesamtenergieverbrauch)

b Anzahl Mitarbeitende per Ende Berichtszeitraum

c Total 1441 Mitarbeitende, exklusive Board (7 Mitglieder)

d Die Zunahme des Personalbestandes im Jahr 2023 ist auf die Zunahme der temporär Angestellten zurückzuführen (601), vorwiegend in den USA

1) EMISSIONEN

Scope 1. Direkte Emissionen:

Direkte Treibhausgasemissionen stammen aus Quellen, die die sich im Besitz oder unter der Kontrolle des Unternehmens befinden, z. B. Emissionen der Heizungen, vom Fahrzeugpark usw.

Scope 2. Indirekte Emissionen:

Der Scope 2 umfasst die Treibhausgasemissionen von eingekauftem Strom, der vom Unternehmen verbraucht wird.

Location based (Emissionsfaktor):

Dieser Ansatz quantifiziert Emissionen anhand der Aktivitätsdaten und auf Basis der lokalen oder nationalen Grid-Faktoren, das heisst den durchschnittlichen Emissionsfaktoren einer bestimmten geografischen Region.

Market based (Emissionsfaktor):

Marktbasierete Zahlen beziehen sich auf die Emissionsfaktoren des Stromlieferanten oder eines individuellen Stromprodukts.

CEO und CSSO Statement



Florian Faber
Chief Executive Officer



Sarah Borrey
Chief Strategy and
Sustainability Officer

Seit über 100 Jahren prägen Leidenschaft und unternehmerisches Handeln die Geschichte der MCH Group. Das zentrale Konzept der Nachhaltigkeit integrieren wir mit dem Ziel, unser einzigartiges Unternehmen und Angebot für eine erfolgreiche Zukunft weiterzuentwickeln. Als führendes Live Marketing Unternehmen wollen wir in der Branche Zeichen setzen, die über den inneren Wirkungskreis hinausgehen.

Die Ziele und Roadmap sind definiert. Priorität hat die Dekarbonisierung unserer wirtschaftlichen Tätigkeit. Im Jahr 2023 haben wir weltweit die Daten unserer Standorte und Events erfasst und die CO₂-Emissionen (Scope 1, Scope 2) unabhängig prüfen lassen (Independent Limited Assurance). Die MCH Group hat sich gemäss SBTi (Science-Based Targets Initiative) verpflichtet, auf globaler Ebene den Absenkpfad zu bestimmen.

Nachhaltigkeit fördert in unserem Unternehmen neue Perspektiven und Geschäftsmodelle. Die einzelnen Business Units berichten über ihr Nachhaltigkeitsengagement und zeigen auf, wie sich die Geschäftsmodelle in Abstimmung mit neuen Kundenbedürfnissen oder ESG-Trends dynamisch entwickeln. Wir sind stolz: Sämtliche Mitglieder des Management Teams sind im Nachhaltigkeitsbericht 2023 mit einem Statement zur Nachhaltigkeit vertreten.

Für die MCH Group stellt die Verknüpfung ökonomischer, ökologischer und sozialer Ziele einen Erfolgsfaktor dar. Die Herausforderungen sind beachtlich, sie motivieren uns sowie unsere Mitarbeitenden zu Höchstleistungen. Wir danken allen für die Mitarbeit, die Ideen und das Engagement.

Florian Faber, CEO

Sarah Borrey, CSSO

Einleitung

Unternehmerisches Denken und Handeln prägen die über 100jährige Geschichte unseres Unternehmens und sollen auch den Weg in eine nachhaltige Zukunft bestimmen.

Weltweit vernetzt – Geschäftsmodell und Nachhaltigkeit

Die MCH Group, 1916 in Basel (Schweiz) gegründet, ist ein führendes, global tätiges Live Marketing Unternehmen. Das Portfolio umfasst Dienstleistungen für alle Bedürfnisse des Experience Marketing. Weltweit bietet die MCH Group Community Plattformen mit physischen und digitalen Formaten sowie individuelle Lösungen in allen Experience Marketing Bereichen, einschliesslich eigener attraktiver, multifunktionaler Event-Infrastrukturen wie in Basel oder Zürich.

Die MCH Group hat in den vergangenen Jahren trotz äusserst schwieriger Rahmenbedingungen das Fundament für den Weg in eine erfolgreiche Zukunft gelegt. Mit den Kapitalerhöhungen, dem Einstieg von Lupa und der Erneuerung des Verwaltungsrats sind die Kapitalstruktur, die Aktionärsbasis und die Unternehmensführung verstärkt worden. Das Management und der Verwaltungsrat haben die Strategie überprüft, bestätigt und weiterentwickelt. Mehrere strategische Initiativen sind bereits umgesetzt, weitere stehen kurz vor der Realisierung. Das betriebswirtschaftliche Ergebnis bestätigt den eingeschlagenen Kurs. Der Betriebsertrag 2023 beläuft sich auf CHF 393.7 Mio. und ist damit mit dem Vorjahresergebnis vergleichbar (im 2022: CHF 394.0 Mio.).



Das Portfolio der MCH Group umfasst nationale und internationale Eigenmessen sowie Gastveranstaltungen (in Basel und Zürich). Die Gesellschaften im Bereich Experience Marketing Solutions sind weltweit vertreten und tätig.



Projekte in allen Dimensionen

Am Anfang der Wertschöpfungskette stehen die Kunden, die für die Durchführung der Events und Messen geeignete Infrastrukturen sowie verschiedene Services (Solutions) benötigen. Die MCH Group erbringt in dieser Wertschöpfungskette ein breites Leistungsspektrum, das je nach Bedürfnis unterschiedlich sein kann.

Unsere physischen, digitalen oder hybriden Experience Marketing Solutions sind nicht nur für das Messewesen nutzbar. Wir sind weltweit im gesamten Live Marketing Markt aktiv. Von Einzelprojekten bis hin zu Grossveranstaltungen in den Bereichen Sport und Kultur (Pavillons an Weltausstellungen z. B.) konzeptualisieren und realisieren wir Projekte in allen Dimensionen.



MCH Group: Wertschöpfungskette (GRI 2-6)

Vorgelagerte Prozesse wie die Beschaffung oder Logistik, die Wahl der Lieferanten oder nachgelagerte Prozesse wie das Abfallmanagement sind Teil unserer Wertschöpfung und fließen – als wesentliche Themen – in die Nachhaltigkeitsbetrachtung ein. Die Weiterentwicklung der Wertschöpfung unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien in allen Prozessschritten und auf allen Unternehmensstufen ist ein kontinuierlicher Prozess, den wir im Austausch mit den internen und externen Stakeholdern vorantreiben.

Für Unternehmen, Branchen, Standorte

Unsere Marketing-Plattformen und -Lösungen tragen zum Erfolg von Unternehmen und Branchen bei, indem sie diese zu einem Zeitpunkt an einem bestimmten Ort zusammenführen. Diese zeit- und ortsbezogene Konzentration hat für alle Partner bedeutende Vorteile.

Die Durchführungsorte profitieren in verschiedener Hinsicht von den Tätigkeiten und Plattformen der MCH Group, insbesondere durch die volkswirtschaftlichen Effekte, welche Messen und Events auslösen: Standort-Bekanntheit und -Identität, Tourismus, Hotellerie, Gastronomie u. a. Zwei Delegierte der öffentlich-rechtlichen Körperschaft von Basel-Stadt sichern die Interessen im Verwaltungsrat.

Indirekte volkswirtschaftliche Effekte

Messen, Kongresse und Events lösen einen grossen direkten und indirekten volkswirtschaftlichen Nutzen aus. Verschiedenen Studien zu den volkswirtschaftlichen Effekten des Messewesens zufolge generieren Messegesellschaften eine so genannte «Umwegrentabilität» des Acht- bis Zehnfachen ihres eigenen Umsatzes. Nur etwa 20 bis 25 % der Ausgaben, welche bei einem ausstellenden Unternehmen im Rahmen seiner Messebeteiligung anfallen, fließen in die Kasse des Messeveranstalters. 75 bis 80 % der Ausgaben kommen verschiedenen Zulieferern und Dienstleistern zugute.

In der Schweiz lösen die mit der MCH Group verbundenen Tätigkeiten als direkte und indirekte Folgeeffekte Umsätze von mehreren Milliarden CHF aus. Diese kommen dem Bau- und Baunebengewerbe (rund 20 %), dem Gastgewerbe (rund 30 %), den Verkehrsbetrieben (rund 16 %), dem Detailhandel (rund 6 %) sowie verschiedenen Dienstleistungsunternehmen (rund 28 %) zugute.¹⁾ Die damit verbundene Wertschöpfung geht mit der Schaffung von Arbeitsplätzen und bedeutenden Steuererträgen für Bund, Kantone und Gemeinden einher.

1) Bei den gemachten Angaben handelt es sich um Erfahrungswerte aus früheren Studien. Die MCH Group hat eine neue Studie in Auftrag gegeben. Mit den Ergebnissen ist im 2024 zu rechnen.

Nicht in Zahlen darstellen lassen sich weitere Effekte, insbesondere die positiven Auswirkungen, welche erfolgreiche Messen als Marketing-Plattformen für die entsprechende Branche und eine erfolgreiche Messebeteiligung für die ausstellenden Firmen haben.

Für die Durchführungsorte haben Messen und Kongresse oft auch touristische Leuchtturmeffekte, indem sie eine Ausstrahlung und Anziehungskraft ausüben, welche sich auf die Stadt oder das Land übertragen. So profitiert die Region Basel zum Beispiel davon, dass die weltweit führenden Veranstaltungen wie die Art Basel in Basel, Art Basel in Miami Beach und Art Basel in Hong Kong den Namen ihrer Heimatstadt in die ganze Welt hinaustragen.

Die beiden Arbeitsgruppen Kultur und Tourismus Basel unter der Leitung der Kantonsregierung starteten 2023 die von allen Anspruchsgruppen getragene Initiative **«I'm part of it»**. Gemeinsames Ziel ist, die Art Basel mit dieser umfassenden Initiative zur Stärkung der Willkommenskultur in der ganzen Stadt sichtbar, spürbar und erlebbar zu machen. Verschiedene Massnahmen – Welcome- und Info-Desks am EuroAirport und an den Bahnhöfen, die Beflaggung der Stadt, oder das Rheinschwimmen mit Galeristinnen und Galeristen – stärken die Partnerschaft aller Beteiligten.



©StadtKonzeptBasel

Nachhaltigkeitsbericht 2023

Der Nachhaltigkeitsbericht 2023 zeigt auf, welche Bedeutung die Nachhaltigkeit für die MCH Group hat und welches die unternehmerischen Schwerpunkte und Initiativen sind. Der Nachhaltigkeitsbericht ist in die Dimensionen Umwelt (Environment), Gesellschaft (Social) und Unternehmensführung (Governance) gegliedert.



Environment

Wie geht die MCH Group mit der Umwelt um?



Social

Wie geht die MCH Group mit ihren Mitarbeitenden und der Gemeinschaft um?



Governance

Was bedeutet für die MCH Group verantwortungsvolle Unternehmensführung?

Wichtiger Bestandteil der jährlichen Berichterstattung der MCH Group ist die Transparenz über die relevanten Nachhaltigkeitsthemen und unsere Nachhaltigkeitsleistung (GRI 2-3). Der Nachhaltigkeitsbericht 2023 wird in Übereinstimmung mit den neusten GRI Standards 2021 erstellt und erscheint als separater Bericht im März 2024 (GRI: Global Reporting Initiative). Für das Berichtsjahr 2023 sind keine Richtigstellungen oder Neudarstellungen im Vergleich zu den Vorjahren zu vermerken (GRI 2-4). Für gewisse in diesem Bericht publizierte Daten und Angaben ist erstmals eine externe Prüfung durchgeführt worden (GRI 2-5). Der Nachhaltigkeitsbericht steht im Kontext des Geschäftsberichts 2023 (Jahresbericht, Finanzbericht, Vergütungsbericht).

Neue, nichtfinanzielle Berichterstattungs- und Sorgfaltspflichten

Mit der gesetzlichen Verpflichtung gemäss OR 964a ff. erhält die Berichterstattung über nichtfinanzielle Belange grösseres Gewicht. Für Unternehmen mit Sitz in der Schweiz sind am 1. Januar 2022 die neuen Berichterstattungs-, Transparenz- und Sorgfaltspflichten gemäss Obligationenrecht (Art. 964a-c und 964j-l OR) und die dazugehörige Ausführungsverordnung (Verordnung über Sorgfaltspflichten und Transparenz in den Bereichen Mineralien und Metalle aus Konfliktgebieten sowie Kinderarbeit [VSoTr]) in Kraft getreten. Der Berichterstattungspflicht über nichtfinanzielle Belange unterliegen «Gesellschaften des öffentlichen Interesses» nach Art. 2 lit. c RAG (Revisionsaufsichtsgesetz). Darunter fällt auch die MCH Group, da sie zusammen mit von ihr kontrollierten in- und ausländischen Unternehmen in zwei aufeinanderfolgenden Geschäftsjahren im Jahresdurchschnitt mindestens 500 Vollzeitstellen hat und eine Bilanzsumme von CHF 20 Millionen oder einen Umsatz von CHF 40 Millionen überschreitet.

Diese Bestimmungen finden nun erstmals für den Bericht der MCH Group zum Geschäftsjahr 2023 Anwendung. Die Gesellschaft hat hierin Rechenschaft über Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelange sowie über die Achtung der Menschenrechte und die Bekämpfung der Korruption abzulegen (inkl. Sorgfalts- und Transparenzpflichten bezüglich Mineralien/Metallen aus Konfliktgebieten und Kinderarbeit). – Die MCH Group hat im Jahr 2022 mit den Vorbereitungsarbeiten begonnen und diese in 2023 fortgeführt. Die wesentlichsten Aspekte im ESG-Bereich sind:

POLICIES. DUE DILIGENCE	<ul style="list-style-type: none"> – Auf Gesamtunternehmensebene ist der Code of Conduct massgebend. – Im 2023 erarbeitet worden ist ein Supplier Code of Conduct (Corporate Level). – ESG-Policies sind – wo notwendig – in Arbeit. – Auf Ebene der Gruppengesellschaften liegen spezifische Policies vor. – Due Diligence-Prozesse sind noch einzuführen.
MASSNAHMEN	<ul style="list-style-type: none"> – Verschiedenste ESG-Massnahmen sind in Umsetzung oder werden laufend implementiert.
RISIKEN	<ul style="list-style-type: none"> – Im 2023 ist – den TCFD-Richtlinien folgend – eine Risikoanalyse durchgeführt worden (s. Governance).
KENNZAHLEN	<ul style="list-style-type: none"> – Mit der Erhebung der CO2-Emissionen weltweit und deren Prüfung (Independent Limited Assurance) verfügt die MCH Group im 2023 über die Datengrundlage für die Definition des Absenkpads gemäss SBTi. – Erhoben und – im 2023 – erstmals geprüft sind die Mitarbeitendenzahlen und die Diversität (Independent Limited Assurance). – Die Datenlage per 2023 erlaubt konkrete Zieldefinitionen. – Für die wesentlichen Themen, wie auch zu Anti-Korruption oder Menschenrechten, liegen Erhebungen und Angaben vor (s. Governance, Compliance).



Die MCH Group hat im 2023 erstmals mit Daten am CDP-Rating teilgenommen und ein D erreicht (A- bis F-Rating). – Wir verstehen das Ergebnis als Anreiz, um die lancierten Bestrebungen für das gesetzte Netto-Null-Ziel mit Engagement fortzusetzen.

[CDP, Carbon Disclosure Project](#)

Der Nachhaltigkeitsbericht 2023 wird unter der Leitung von Sarah Borrey, CSSO der MCH Group, in Mitarbeit mit dem Sustainability Team und externer Unterstützung verfasst. Für die Independent Limited Assurance bestimmter Daten ist KPMG zuständig. Vor der Publikation geht der Bericht zur Vernehmlassung an das Group Management Team, Executive Board und Board of Directors. Der Chairman der MCH Group unterzeichnet den Bericht. Der Bericht wird der Aktionärsversammlung zur Genehmigung vorgelegt.

Strategischer Ansatz und Roadmap

Der MCH Group sind die Wettbewerbsfähigkeit und Wertsteigerung der globalen Unternehmensgruppe im Interesse aller Stakeholder, der Aktionäre und Kunden, Partner und Lieferanten, unserer Mitarbeitenden, der Branchen-Netzwerke sowie der Wirtschaftsstandorte Basel und Zürich ein zentrales Anliegen. Dabei richtet sich unsere strategische Ausrichtung auf Wachstum und Expansion.

Unsere Anstrengungen im Jahr 2023 bilden den Grundstein für weitere Entwicklungen

Im Jahr 2023 haben wir wichtige Anstrengungen im Bereich Nachhaltigkeit unternommen und Grundlagen für zukünftige Massnahmen gelegt. Wir haben uns das langfristige Ziel gesetzt die Erreichung von Netto-Null Emissionen basierend auf wissenschaftlich fundierten Erkenntnissen bis 2050 zu erreichen. Kurz- und mittelfristige Ziele werden aktuell ausgearbeitet.

Um diese Ziele zu erreichen, legen wir grossen Wert auf definierte Schwerpunktthemen innerhalb der drei Dimensionen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung. Diese Schwerpunktthemen zeigen detailliert auf, in welchen Bereichen wir den grössten Einfluss auf unsere Umwelt und die Gesellschaft haben. Im Jahr 2024 setzen wir sowohl quantitative als auch qualitative Ziele sowie eine klare Roadmap fest, die durch entsprechende Kennzahlen und Indikatoren überwacht und bewertet werden können. Unser 2023 eingeführtes Risikomanagementsystem berücksichtigt zudem klimabezogene Risiken, einschliesslich direkter klimatischer Auswirkungen und der damit verbundenen Übergangsrisiken. Darüber hinaus stellen unsere Governance-Strukturen sicher, dass die Unternehmensführung verantwortungsvoll und im Einklang mit unseren Werten handelt. Die MCH Group ist bestrebt, zu den von uns als beeinflussbar angesehenen Zielen für eine nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (UN SDGs) beizutragen.



Roadmap zum Netto-Null Ziel

Bis zum Jahr 2050 beabsichtigt die MCH Group, im Einklang mit den Richtlinien des Science Based Targets initiative (SBTi), den Übergang zu Netto-Null-Emissionen zu vollziehen. Dies umfasst die Reduktion von Treibhausgasemissionen über alle relevanten Bereiche hinweg: Scope 1 (direkte Emissionen), Scope 2 (indirekte Emissionen aus bezogener Energie) und, soweit umsetzbar, Scope 3 (alle anderen indirekten Emissionen entlang der Wertschöpfungskette). Unser Ziel ist es, Innovation und nachhaltiges Wachstum zu fördern und gleichzeitig unsere Kunden und Partner in ihren Bestrebungen zu unterstützen, ihre Netto-Null-Ziele zu erreichen. Mit diesem Ziel leisten wir einen direkten Beitrag zu den Klimazielen der Schweiz, die sich mit der Ratifizierung des Pariser Abkommens zur Einhaltung der 1.5°C-Zielsetzung verpflichtet hat.

ZIELE

STATUS

Seit 2014

- Ausbau **erneuerbarer Energie**, inkl. Photovoltaik-Anlagen
- Rund **90% erneuerbare Energie** an allen Standorten in der Schweiz
- Erhebung und Publikation der **Energie- und Emissionsdaten** für alle Schweizer Standorte
- Separater **Nachhaltigkeitsbericht**

2022

- Ernennung **CSSO** (Chief Strategy and Sustainability Officer)
- Aufbau **Sustainability Team**
- **Bestimmung materieller Themen** für die strategische Weiterentwicklung
- Umsetzung von verschiedenen **Massnahmen**
- Reporting gemäss **GRI**

2023

- Erhebung der Energie- und Emissionsdaten weltweit mit dem **Basisjahr 2023**
- **Independent Limited Assurance** der globalen Emissionsdaten (Scope 1 und 2) sowie der Mitarbeitendenkennzahlen
- Entwicklung klimabezogenes **Risikomanagement**
- Reporting gemäss **GRI und OR 964**

2024

- Absenkpfad gemäss **SBTi**
- Planung und Prüfung von **Reduktionsmassnahmen**
- Umsetzung von **Massnahmen** im Rahmen der identifizierten materiellen Themen
- Erarbeitung und Erweiterung von **Policies und Guidelines**

2030

Meilenstein 2030:
Reduktionsziel gemäss **SBTi** Absenkpfad

2037

Meilenstein 2037:
Reduktion zur Erreichung des Netto-Null Ziels des Kantons Basel-Stadt für bedeutende Beteiligungen

2050

Erreichung **Netto-Null Ziel**

Fokusthemen

Im Jahr 2022 haben wir eine Befragung von mehr als 200 externen und internen Stakeholdern durchgeführt (Kundinnen, Partner, Mitarbeiterinnen, Shareholder, Expertinnen). Eine Vorauswahl von 30 Aspekten war hinsichtlich ihrer tatsächlichen und potenziellen sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Auswirkungen – einschliesslich der Auswirkungen auf Menschenrechte – zu bewerten. Das Ergebnis der Materialitätsanalyse hat es uns erlaubt, die Fokusthemen ('Material Topics') für die Nachhaltigkeitsstrategie und/oder Berichterstattung zu bestimmen und Prioritäten zu setzen. Es handelt sich um strategische Themen, die wir angehen oder um Projekte, die in Arbeit sind. (GRI 3-1)



Nachhaltige Geschäftsmodelle

Entwicklung und Umsetzung nachhaltiger Projekte und Initiativen, die den neuen, nachhaltigen Anforderungen unserer Märkte und Stakeholder entsprechen.



Energie-Management

Nutzung von sowie Umstellung auf erneuerbare Energieträger, inkl. eigener Photovoltaik-Anlagen, und die Optimierung des Betriebs (z.B. Beleuchtungssysteme, energieeffiziente Geräte).



Diversität, Chancengleichheit, Inklusion

Vorantreiben des Themas Diversität, Chancengleichheit und Inklusion innerhalb der Organisation durch das Aufstellen und Leben von Werten sowie die konsequente Handhabung von Anti-Diskriminierungspraktiken.



Aus- und Weiterbildung

Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Mitarbeitende, sowohl im jeweiligen Fachbereich als auch in den Bereichen Nachhaltigkeit und Management.



Zusammenarbeit mit Lieferanten

Entwicklung und Anwendung von sozialen und ökologischen Kriterien bei der Auswahl von und in Zusammenarbeit mit Lieferanten sowie bei der Auswahl von Materialien oder Produkten.



Logistik und Transport

Auswahl von emissionsarmen Transportmöglichkeiten sowie Optimierung von Anlieferung und Abtransport.



Abfallreduktion und -trennung

Minimierung von Ressourceneinsatz und Abfallproduktion, einschliesslich Recycling und Upcycling von Materialien, Optimierung von Beschaffung, Trennung, Wiederverwendung und Entsorgung von Ressourcen, sowohl in Eigenproduktionen als auch bei Ausstellenden.

Für die Bestimmung der wesentlichen Themen folgen wir den Empfehlungen des GRI Standards zur Materialitätsanalyse und setzen diese in Übereinstimmung mit dem 'GRI 3: Wesentliche Themen 2021' um (GRI: Global Reporting Initiative). Im Jahr 2023 hat keine Überarbeitung der wesentlichen Themen stattgefunden.

Unsere wesentlichen Themen (GRI 3-2):

GRI	WESENTLICHE THEMEN
	UMWELT
302	Energie
305	305-1 Independent Limited Assurance Emissionen
	305-2 Independent Limited Assurance
306	Abfall
308	Umweltbewertung der Lieferanten
	GESELLSCHAFT
414	Soziale Bewertung der Lieferanten
	Eigene Angabe: Logistik und Transport
404	Aus- und Weiterbildung
405	405-1 Independent Limited Assurance Diversität und Chancengleichheit
	ÖKONOMIE, GOVERNANCE
201	Wirtschaftliche Leistung
205	Antikorruption
206	Wettbewerbswidriges Verhalten
413	Lokale Gemeinschaften
417	Marketing und Kennzeichnung
418	Schutz der Kundendaten
	Eigene Angabe: Neue Geschäftsmodelle

Neuerungen 2023

Geographische Erweiterung der Erhebung der Umweltdaten

Für den Bericht 2023 sind Umweltdaten für alle Standorte weltweit erhoben worden (bisher: Schweiz)

Berichterstattung nach geographischen Regionen

Die Berichterstattung der Umweltdaten erfolgt nach den gleichen geographischen Regionen wie die Finanzberichterstattung

Independent Limited Assurance

In Übereinstimmung mit ISAE 3000 hat KPMG ausgewählte Daten geprüft (Independent Limited Assurance):

GRI 305-1 Emissionen (Scope 1)

GRI 305-2 Emissionen (Scope 2)

GRI 405-1 Diversität

GRI Angabe 2-7 Angestellte

Assurance Statement

Separat: Im Anhang dieses Berichts. Durch KPMG.

Umwelt



©StadtKonzeptBasel

Die MCH Group investiert laufend in die Optimierung der ökologischen Indikatoren: Beim Bau und Betrieb ihrer Gebäude und Anlagen durch die Steigerung der Energieeffizienz, den Einsatz erneuerbarer Energien und die Reduktion von Emissionen; in der Logistik und beim Verkehr durch ortsspezifische und möglichst effiziente Konzepte; bei der Produktion von Standbauten und Einrichtungen durch die Materialauswahl und -verarbeitung. Bei der Auswahl der Lieferanten kommen Umweltkriterien zur Anwendung (Im Jahr 2023 eingeführt: Supplier Code of Conduct). Die MCH Group hat sich gemäss SBTi (Science-Based Targets Initiative) verpflichtet, auf globaler Ebene den Absenkpfad in Übereinstimmung mit dem Pariser Abkommen zu definieren und Emissionsreduktionsziele festzulegen.

Die Qualität und Effizienz der bedeutenden Messe-Infrastrukturen der MCH Group bilden den Ansatzpunkt für zahlreiche Projekte und Initiativen. Die Produktionsstandorte machen bezüglich Energieeffizienz und Emissionen den bedeutendsten Anteil des Unternehmens aus.

Datenerhebungen global

Bei den Business Units weltweit, den Eigenveranstaltungen und den Venues sind im Jahr 2023 in Zusammenarbeit mit myclimate Datenerhebungen durchgeführt worden. Diese Datenerhebungen ermöglichen es uns, energie- und emissionsintensive Standorte zu identifizieren und somit spezifische Reduktionspotenziale zu definieren. Das Tool 'Smart 3' zur Erfassung und Analyse von ESG-Daten ist eingeführt.

Reduktion von CO₂-Emissionen

- Hoher Anteil erneuerbarer Energie (98.62 % Strom in der Schweiz)
- Erhebung der CO₂-Emissionen (Scope 1 und Scope 2) der MCH Group-Standorte weltweit (im Jahr 2023) und teilweise Prüfung (Independent Limited Assurance)
- Erhebung der CO₂-Emissionen (Scope 1 und Scope 2) von einzelnen Art Basel-Events (im Jahr 2023)
- Diverse weitere Massnahmen (Business Units, Infrastruktur, Produkte und Dienstleistungen)
- Definition des SBTi-Absenkpades (ab 2024)

Absenkpfad

Die MCH Group hat sich gemäss SBTi (Science-Based Targets Initiative) verpflichtet, auf globaler Ebene den Absenkpfad in Übereinstimmung mit dem Pariser Abkommen zu definieren und Emissionsreduktionsziele festzulegen.

Eigene Messeinfrastrukturen

Bei den eigenen – direkt beeinflussbaren – Messeinfrastrukturen (Messe Basel und Messe Zürich) investiert die MCH Group bereits seit Jahren in Infrastruktur, eigene Photovoltaik-Anlagen und den Betrieb. Sie hat ein weitherum beachtetes Niveau hinsichtlich erneuerbarer Energie und Emissionsreduktion erreicht. Im Jahr 2022 hat die MCH Group mit der Optimierung der Beleuchtungssysteme in den Hallen begonnen. In Basel wurden 1.400 Leuchten ersetzt. Der Energieverbrauch hat sich damit um 50 % reduziert. Auch in Zürich wurden 226 Leuchten ausgetauscht.

Reduktion von Abfall

- Erhebung der Abfalldaten aller MCH Group-Standorte weltweit (im Jahr 2023)
- Erhebung der Abfalldaten von Events und Messen (im Jahr 2023), wie an der Art Basel in Basel, Miami Beach
- Planung von Massnahmen im Jahr 2024 zur Reduktion von Abfall

Die Prüfung weiterer Initiativen zur Abfallreduktion und -trennung ist im Gang. Bei der MCH Group bereits umgesetzt sind umfassende, erfahrungsbasierte und bedarfsgerechte Massnahmen an den grossen Messeplätzen: Abfalltrennung, Verfügbarkeit der nötigen Anzahl Container, Zusammenarbeit mit Recyclingpartnern, oder die Reduktion von Abfall durch die Wiederverwendung von Teppichen in den Messehallen.

Im Fokus stehen dabei die Aussteller. Das Ziel ist, den Abfall bereits bei der Beschaffung, beim Auf- und Abbau zu minimieren oder auch durch weniger Give-aways zu reduzieren. – Künftig sind die Möglichkeiten des Recycling noch besser zu nutzen. Dabei setzen wir auch auf professionelle Drittanbieter resp. Partner. Möglichkeiten werden laufend geprüft.

Nachhaltige Beschaffung

- Eingeführt ist ein globaler Supplier Code of Conduct (im Jahr 2023)
- Das Evaluationsraster (Supplier Evaluation Grid) beinhaltet eine Nutzwertanalyse, die Lieferanten abgeschlossener Projekte vergleicht
- Beachtliche Einsparungen dank erhöhter Ressourceneffizienz
- Rechtliche Sicherheit dank neuer Verträge mit den wichtigsten Lieferanten
- Erhöhte Transparenz in der Beschaffung über das IFS-System
- Proaktive Zusammenarbeit zwischen den Business Units und dem Procurement
- Die Buying Channel Matrix kategorisiert die Lieferanten, bietet eine verbesserte Übersicht und erleichtert die Entscheidungsfindung

Implementierung des Supplier Code of Conduct

Der im Dezember 2023 verabschiedete Supplier Code of Conduct tritt im Jahr 2024 in Kraft. Geplant ist eine Kategorisierung der Lieferanten. Die A-Lieferanten werden verpflichtet, den Supplier Code of Conduct zu unterzeichnen. Die Lieferanten, die 80 % des Einkaufsvolumens ausmachen, sind damit an den Code gebunden. Für 2024 geplant ist zudem die Durchführung von Audits mit den 20 wichtigsten Lieferanten.

Der Supplier Code of Conduct hält die übergreifenden Prinzipien der MCH Group fest und regelt damit die Anforderungen an eine angemessene Zusammenarbeit. Sechs Prinzipien definieren den Inhalt:

- 1) Einhaltung des anwendbaren Rechts, der Regelungen und Richtlinien von MCH
- 2) Ehrlicher Umgang mit privaten und öffentlichen Einrichtungen und Personen
- 3) Faire Behandlung von Menschen und Achtung der Menschenrechte
- 4) Übernahme sozialer und ökologischer Verantwortung
- 5) Fairer Wettbewerb und Integrität bei der Geschäftsabwicklung
- 6) Schutz und Respekt privater und firmeneigener Informationen

[Zum Supplier Code of Conduct](#)

Logistik und Transport

- Logistik- und Transportthemen werden im Zusammenhang mit der Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt (Aussteller, Lieferanten, Besucher).

Für die termingerechte Durchführung von Messen haben der Transport und die Logistik komplexe Anforderungen zu erfüllen. Zu bestimmten Zeitpunkten müssen bedeutende Mengen von zum Teil sehr wertvollen Gütern (Kunst für die Art-Events z. B.) angeliefert werden, dies ohne den regionalen Verkehr zu blockieren. Gleichzeitig sind Logistik und Verkehr hinsichtlich der Umweltauswirkungen und Kosten zu optimieren.

Logistik und Transport sind wesentliche Themen unserer Nachhaltigkeitsstrategie, die in Arbeit ist. Diese betreffen Aussteller, Lieferanten und Besucher. Wir wollen Ressourcen schonen und den CO₂-Ausstoß von Fahrzeugen und Produkten reduzieren, indem wir beispielsweise auf E-Fahrzeuge umsteigen oder die Nutzung des öffentlichen Verkehrs fördern. Um den ökologischen Fußabdruck weiter zu verringern,

analysieren und optimieren wir gegenwärtig unsere Logistik- und Transportkonzepte. Die Massnahmen sollen sich nicht nur auf unsere Unternehmensgruppe positiv auswirken, sondern auch auf unsere Kundinnen und Kunden.

Verkehrsregime via Checkpoint

Der Anlieferungsverkehr der Messe- und Kongressgelände der MCH Group wird durch ein Verkehrsregime via Checkpoint gesteuert (Basel und Zürich). In Basel ist ein Online-Logistik-Tool entwickelt worden, das dieses Regime unterstützt: Sämtliche Transporte zum Messegelände müssen bereits im Vorfeld für ein bestimmtes Zeitfenster angemeldet werden. Vom Checkpoint aus, den die Chauffeure anfahren müssen, werden die LKWs zur festgelegten Zeit über eine bestimmte Route zur Anlieferungszone der entsprechenden Halle dirigiert, wo sie innert einer vorgegebenen Zeit entladen bzw. beladen sein müssen. Um diesen Vorgang optimal steuern zu können, werden alle Bewegungen auf dem Messegelände durch den Logistik Partner der Messe Basel getätigt.

Umweltkennzahlen global

Die MCH Group hat im 2023 (Base year) erstmals die Umweltkennzahlen für alle **Standorte** sowie der **Events** (exklusive Art Basel Miami Beach) weltweit erhoben. Die Scope 1 und Scope 2-Emissionen sind unabhängig geprüft worden (Independent Limited Assurance) und bilden die Grundlage für die Definition des Absenkpfad (im 2024). Die MCH Group hat sich gemäss SBTi (Science-Based Targets Initiative) verpflichtet, auf globaler Ebene die Emissionen zu senken.

Umweltkennzahlen zu den Standorten (100 %, global)

UMWELTKENNZAHLEN - STANDORTE		2023 (Base year)				
GLOBAL						
	Einheit	Schweiz	EU, GB	USA	Asien	TOTAL
Energiebezugsfläche	m ²	273 716	5 170	81 389	1 084	361 360
ENERGIE						
Total Energieverbrauch	MWh	21 550	420	5 647	138	27 756
Total Stromverbrauch	MWh	12 311	114	2 315	54	14 794
Total Stromverbrauch erneuerbar ^a	%	98.62	21.13	0	0	74.7
Total Stromverbrauch nicht erneuerbar	%	1.38	78.87	100	100	25.3
Energieintensität	kWh/m ²	78.73	81.31	69.38	127.67	76.81
EMISSIONEN						
Total Emissionen ¹⁾	tCO ₂ e	7 327	745	58 429	1 185	67 687
Total direkte Emissionen (Scope 1)	tCO ₂ e	483	133	1 419	7	2 041
Total indirekte Emissionen (Scope 2, market-based)	tCO ₂ e	506	22	867	51	1 446
Total indirekte Emissionen (Scope 2, location-based)	tCO ₂ e	648	22	867	51	1 588
Total indirekte Emissionen (Scope 3)	tCO ₂ e	6 338	590	56 143	1 127	64 200
Total Emissionen kompensiert	tCO ₂ e/%	0	0	0	0	0
Emissionsintensität	tCO ₂ e/m ²	0.03	0.14	0.72	1.09	0.19
ABFALL						
Total Abfall	t	400	294	1 502	27	2 223
Total Abfall Verbrennung	t/%	90%	83%	33%	98%	51%
Total Abfall Recycling	t/%	10%	17%	67%	2%	49%

^a Der Anteil erneuerbar bezieht sich ausschliesslich auf den Strom (und nicht auf den Gesamtenergieverbrauch)

1) EMISSIONEN

Scope 1. Direkte Emissionen:

Direkte Treibhausgasemissionen stammen aus Quellen, die die sich im Besitz oder unter der Kontrolle des Unternehmens befinden, z. B. Emissionen der Heizungen, vom Fahrzeugpark usw.

Scope 2. Indirekte Emissionen:

Der Scope 2 umfasst die Treibhausgasemissionen von eingekauftem Strom, der vom Unternehmen verbraucht wird.

Location based (Emissionsfaktor):

Dieser Ansatz quantifiziert Emissionen anhand der Aktivitätsdaten und auf Basis der lokalen oder nationalen Grid-Faktoren, das heisst den durchschnittlichen Emissionsfaktoren einer bestimmten geografischen Region.

Market based (Emissionsfaktor):

Marktbasierte Zahlen beziehen sich auf die Emissionsfaktoren des Stromlieferanten oder eines individuellen Stromprodukts.

Umweltkennzahlen zu den Events (global, ohne Art Basel Miami Beach)

UMWELTKENNZAHLEN - EVENTS GLOBAL		2023 (Base year)				
	Einheit	Schweiz	EU, GB	USA	Asien	TOTAL
Energiebezugsfläche	m ²	243 354	12 650	69 200	35 907	361 111
ENERGIE						
Total Energieverbrauch	MWh	3 528	190	2 056	185	5 959
Total Stromverbrauch	MWh	2 756	190	2 053	185	5 184
Total Stromverbrauch erneuerbar	%	95.5	0	0	0	3.03
Total Stromverbrauch nicht erneuerbar	%	4.5	100	100	100	96.97
Energieintensität	kWh/m ²	14.50	15.04	29.72	5.15	16.50
EMISSIONEN						
Total Emissionen ¹⁾	tCO ₂ e	118 831	70 391	111 458	37 466	338 147
Total direkte Emissionen (Scope 1)	tCO ₂ e	177	6	37	7	228
Total indirekte Emissionen (Scope 2, market-based)	tCO ₂ e	21	9	769	127	926
Total indirekte Emissionen (Scope 2, location-based)	tCO ₂ e	52	9	769	127	956
Total indirekte Emissionen (Scope 3)	tCO ₂ e	118 633	70 376	110 652	37 332	336 993
Total Emissionen kompensiert	tCO ₂ e/%	0	0	0	0	0
Emissionsintensität	tCO ₂ e/m ²	0.49	5.56	1.61	1.04	0.94
Abfall						
Total Abfall	t	367	86	^a	22	475
Total Abfall Verbrennung	%	28%	37%	^a	98%	33%
Total Abfall Recycling	%	72%	63%	^a	2%	67%

^a Exklusive Art Basel Miami Beach, Dezember 2023 (Datenverfügbarkeit)



©StadtKonzeptBasel

Umweltkennzahlen Schweiz

Die MCH Group produziert mit den Photovoltaik-Anlagen an ihren Standorten in der Schweiz jährlich bis zu 1.8 Mio. kWh. Der Strombedarf der Messestandorte sowie von Expomobilia wird zu 100 % aus erneuerbarer Energie gedeckt.

Der Betrieb der eigenen Messeinfrastrukturen in Basel und Zürich ist zwar intensiv, doch die MCH Group hat in den vergangenen Jahren wirkungsvoll wichtige Massnahmen umgesetzt: Alle Schweizer Standorte – Messe Basel, Messe Zürich und Expomobilia – decken den Strombedarf zu 100 % aus erneuerbarem Strom ab. Photovoltaikanlagen auf den Dächern der Messe Basel und der Messe Zürich sowie am Standort der Expomobilia in Effretikon generieren bis zu 1.8 Mio. kWh. Dies entspricht dem jährlichen Strombedarf von rund 400 Einfamilienhäusern mit einem Vier-Personen-Haushalt.

Messe Basel

Bereits 1999 wurde auf dem Dach der Halle 1 in Basel eine Photovoltaikanlage mit integrierter Dachbegrünung installiert, welche die Nutzung von Solarenergie ermöglicht. Sie hat eine Panelfläche von 1'900 m² mit einer Leistung von 215'000 kWh pro Jahr. Eine viermal so grosse Anlage ist auf dem begrüntem Dach des 2013 fertig erstellten Neubaus der Messe Basel errichtet worden. Diese Photovoltaikanlage, die in Zusammenarbeit mit einem Investor erstellt worden ist, speist jährlich rund 1.1 Mio. kWh Strom ins Netz der Industriellen Werke Basel (IWB), welche die Anlage im Jahr 2014 übernommen haben. Die MCH Group unterstützt zudem die Plattform «Wettstein 21», welche für die Installation einer weiteren Photovoltaikanlage auf dem Dach des Congress Center Basel verantwortlich ist. Diese ist Ende 2014 realisiert worden und liefert jährlich bis zu 1.8 Mio. kWh Strom. Die Dachfläche wurde gratis zur Verfügung gestellt.

Messe Zürich

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.

Expomobilia

An ihren Standorten in Effretikon und Fehraltorf betreibt Expomobilia zwei Photovoltaikanlagen mit insgesamt 3'000 m² Fläche. Damit werden durchschnittlich 435'000 kWh pro Jahr erzeugt, welche den Strombedarf decken. Überschüssig produzierter Strom wird in das Netz eingespeist.



Messe Basel

Die Messe Basel hat eine Ausstellungsfläche von insgesamt 141'000 m², davon 122'000 m² in den beiden Haupthallen 1 und 2. Zur Messe Basel gehören zudem das Congress Center Basel mit 25 Räumen und Kapazitäten bis zu 5'000 Personen.

Die Minergie-Zertifizierungsstelle Basel-Stadt hat dem Messe-Neubau das **Minergie-Label BS-054** verliehen. Das Zertifikat ist eigens für den Neubau der Messe Basel entwickelt worden (2013). Zusätzlich werden die Zielwerte der **SIA-Norm 380/4** bezüglich Beleuchtung und Lüftung/Klimatisierung eingehalten. – Der Neubau genügt hohen energetischen Standards, sowohl in Bezug auf die Dämmung der Hülle als auch in Bezug auf eine ressourcenschonende Bereitstellung der benötigten Wärme- und Kälteenergie. Alle Heizungs-, Lüftungs- und Kälteanlagen werden bedarfsabhängig betrieben, die anfallende Abwärme wird grösstenteils genutzt.

Für das Jahr 2023 hat die Messe Basel ein **Zertifikat** erhalten, welches belegt, dass der Standort **100 % erneuerbaren Strom** in der Qualität Wind Europa bezieht (EWZ: Zertifikaten Nr. 1395035).

Die Messe Basel hat eine Kantonale Zielvereinbarung (KZV) für Grossverbraucher mit dem Kanton Basel-Stadt. Ziel ist die massnahmenbasierte Steigerung der Energieeffizienz per 2029 (Start: 2019). Ziel ist die Erreichung einer Energieeffizienz von 118.7 %, basierend auf konkreten Massnahmen und Erfolgskontrollen.

Messe Zürich

Die Messe Zürich hat eine Ausstellungsfläche von 30'000 m². Rund 27'000 m² befinden sich in den Hallen 1 bis 7 im Hauptgebäude, hinzu kommt die alleinstehende Halle 9 mit rund 3'000 m². Im Hauptgebäude befinden sich zudem sieben kleinere Konferenzräume für 30 bis 80 Personen. Das Messe-Hauptgebäude zeichnet sich durch seine betriebliche Funktionalität und eine hohe räumliche Flexibilität aus.

Umweltkennzahlen zu den Standorten in der Schweiz

Die Kennzahlen sind mit denjenigen des Vorjahres vergleichbar. Der Energieverbrauch der Messe Basel beläuft sich im 2023 auf 16'984 MWh (im 2022: 15'062 MWh) und der Messe Zürich auf 2'714 MWh (im 2022: 2'244 MWh). Um 20 % gesunken ist der Energieverbrauch der Verwaltung Basel auf 719 MWh (im 2022: 903 MWh). Im 2023 zugenommen hat der Energieverbrauch von Expomobilia 1'042 MWh (im 2022: 783 MWh). Bis auf Arcual (neu) ist der Stromverbrauch nahezu zu 100 % erneuerbar.

UMWELTKENNZAHLEN - STANDORTE SCHWEIZ	2023 (Base year)						
	Einheit	Messe Basel	Messe Zürich	Expomobilia	Verwaltung Basel	Arcual	TOTAL
Energiebezugsfläche	m ²	221 866	27 624	19 835	4 313	78	273 716
ENERGIE							
Total Energieverbrauch	MWh	16 984	2 714	1 042	719	91	21 550
Total Stromverbrauch	MWh	9 723	1 314	474	717	84	12 311
Total Stromverbrauch erneuerbar	%	99	100	100	100	0	98.62

Total Stromverbrauch nicht erneuerbar	%	0.01	0	0	0	100	1.38
Energieintensität	kWh/m ²	76.55	98.24	52.56	166.66	1 164.07	78.73
EMISSIONEN							
Total Emissionen	tCO ₂ e	1 083	275	2 239	3 588	142	7 327
Total direkte Emissionen (Scope 1)	tCO ₂ e	344	40	98	1	0	483
Total indirekte Emissionen (Scope 2, market-based)	tCO ₂ e	404	78	23	1	1	507
Total indirekte Emissionen (Scope 2, location-based)	tCO ₂ e	517	93	28	9	1	648
Total indirekte Emissionen (Scope 3)	tCO ₂ e	335	157	2 118	3 586	141	6 337
Total Emissionen kompensiert	tCO ₂ e/%	0	0	0	0	0	0
Emissionsintensität	tCO ₂ e/m ²	0.00	0.01	0.11	0.83	1.82	0.03
ABFALL							
Total Abfall	t	1 093	494	24	1	21	1 634
Total Abfall Verbrennung	t/%	100.00%	89.99%	89.06%	96.37%	0.00%	89.62%
Total Abfall Recycling	t/%	0.00%	10.01%	10.94%	3.63%	100.00%	10.38%

Energiesparmassnahmen

An den Standorten Messe Basel, Messe Zürich und Expomobilia sind verschiedene Energiesparmassnahmen geprüft und umgesetzt worden:

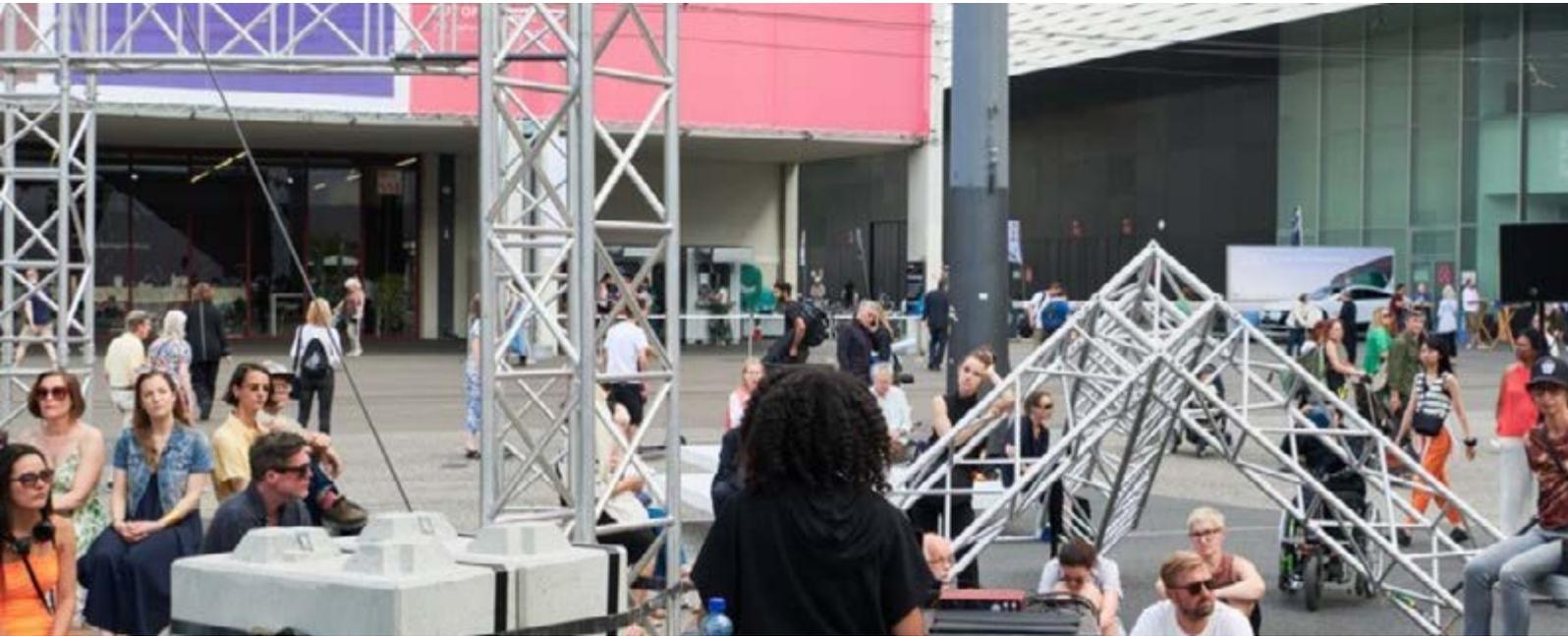
- Reduktion der Raumtemperaturen in den Büroräumen
- Runterregulierung der Thermostate für Hallen, Foyers, Technikräume
- Reduktion der Vorlauftemperaturen ausserhalb der Nutzungszeiten
- Erneuerung der Heizungsanlagen (hydraulischer Abgleich), inklusive intelligenter Thermostatventile, Wärmedämmungen u. a.
- Energieoptimierung von Lüftung und Klimaanlage
- Erneuerung der Beleuchtungssysteme: alle herkömmlichen sind durch LED-Beleuchtungen zu ersetzen. Zürich: In den Messehallen 1 bis 6 in Zürich ist die Ausführung im Jahr 2023 erfolgt. Basel: In den Gebäuden 1 und 2 der Messe Basel sind die Arbeiten weitgehend abgeschlossen
- Substitution der Dauerbeleuchtung (in Fluren, Abstellräumen z. B.) durch Bewegungsmelder
- Optimierung der Anzahl Kopiergeräte und Drucker
- Ausschaltung nicht genutzter Geräte (kein Stand-by-Modus)
- Optimierung von Klimaanlage, Warmwasserbereitstellung, Raumtemperaturen (z. B. Dämmungsmöglichkeiten durch Jalousien, lüften statt kühlen)
- Weitere betriebliche Optimierungen, wie z. B. Aufzüge

Förderung des öffentlichen Verkehrs

Die MCH Group fördert bei ihren **Veranstaltungen** die Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel mit dem Angebot verschiedener Spezialtickets in Partnerschaft mit SBB RailAway, der BVB und der Deutschen Bahn DB. Erhältlich sind für bestimmte Events auch Kombi-Tickets, also Eintritte zu Veranstaltungen, mit Übernachtung (Basel-Card, über Hotels).

Die MCH Group bietet den Mitarbeitenden das **U-Abo als Jobticket** an. Dieses erhalten unsere Mitarbeitenden zum vergünstigten Tarif mit einer Ermässigung von rund 35 % welche der Arbeitgeber übernimmt. Wir motivieren die Mitarbeitenden, auf den öffentlichen Verkehr umzusteigen. Damit entlasten wir die Umwelt und den Strassenverkehr.

Gesellschaft



Im Fokus unserer Dienstleistungen steht die Kundenzufriedenheit. Unser kultureller Wandel bereitet das Unternehmen auf die anstehenden Herausforderungen vor.

Ein weltweit vernetztes Kompetenzteam für unsere Kunden

Voll auf die Kunden und deren Bedürfnisse ausgerichtet agiert das Group Management Team, das alle Geschäftsbereiche und Services vereint und als weltweit vernetztes Team organisiert ist. Zentrale Aufgabe des Teams ist es, die Angebote auf unsere globalen Kunden auszurichten und die Wertschöpfungskette gemäss den Marktbedürfnissen weiterzuentwickeln. In Zukunft werden wir somit noch intensiver über die verschiedenen Divisionen hinaus kooperieren und interagieren, so dass wir Kompetenzen und Know-how kombinieren und dadurch Mehrwert für die MCH Group und unsere Kunden schaffen.

- Führende Weltmesse des internationalen Kunstmarktes (Art Basel)
- Award-Winner für Pavillons an Weltausstellungen (Expomobilia)
- Nachhaltiger Standbau (Expomobilia)
- Neue Branchen als Kunden. Bedürfnisorientierte Anpassung des Angebots (Contententwicklung). Nachhaltigkeit bei Projekten (MCH Global)
- Neue Kunden und Aufträge (MC² USA)
- Erneuerung der ISO-Zertifizierungen. Neue Kunden. Erweitertes Lieferantennetzwerk (MC² Europe)
- Massgeschneiderte, nachhaltige Angebote für neue Bedürfnisse (Exhibitions and Events)

Unser Erfolg misst sich am Erfolg unserer Kunden

Die MCH Group will mit ihren Marketing-Plattformen und -Lösungen zur Stärkung der entsprechenden Branchen-Netzwerke, der Communities sowie ihrer nationalen und internationalen Kunden beitragen. Die Vielfalt der Kunden und ihrer Bedürfnisse ist ein wichtiger Treiber für innovative Geschäftsmodelle und Lösungen, welche die Business Units dank ihrer visionären Ideen, der Fachkompetenz, der Innovationsfähigkeit und ihrem Qualitäts- und Nachhaltigkeitsverständnis realisieren (s. Abschnitt zu den Business Units). Häufig definieren sie damit neue Benchmarks.

Kundengruppen sind Veranstalter, Aussteller, Besucher von Messen und Events, Auftraggeber von Live Marketing Solutions, Partner, die Standorte resp. Öffentlichkeit sowie zahlreiche Untergruppen oder Kombinationen der genannten.

Unsere Mitarbeitenden

Bei der MCH Group setzen wir auf die Kreativität, Kompetenz, Vielfalt und Leidenschaft unserer Mitarbeitenden. Die MCH Group fördert eine unternehmerische Kultur, in der Eigeninitiative und Engagement belohnt werden. Wir verstehen uns als ein Team, bei Erfolgen und Misserfolgen. Unsere Vielfalt ist eine Stärke, die von gegenseitiger Wertschätzung belebt wird. Unser Ziel ist es, ein Umfeld zu schaffen, in dem sich das individuelle Potenzial für den Unternehmenserfolg entfalten kann (s. Werte, Governance).



Susann Zumstein
Chief People Officer Group

«Als Chief People Officer habe ich mich verpflichtet, die Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt unserer Personalstrategie zu stellen. In diesem Jahr haben wir den Grundstein für eine Kultur gelegt, die langfristiges Engagement und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden fördert und ein vielfältiges und integratives Umfeld schafft, in dem sich Talente entwickeln können. Unsere Initiativen zielen darauf ab, sicherzustellen, dass unsere Praktiken nicht nur ökologisch und sozial verantwortlich, sondern auch wirtschaftlich vorteilhaft sind. Wir setzen uns für nachhaltige Arbeitspraktiken, ethisches Verhalten und einen positiven Einfluss auf die Gemeinschaft ein, um den dauerhaften Erfolg und die Widerstandsfähigkeit unseres Unternehmens in den kommenden Jahren zu sichern.»

Die MCH Group zählte per Ende Berichtsjahr 2023 insgesamt 1'441 Mitarbeitende (in 2022: 794). Die Zunahme im Vergleich zum Vorjahr ist auf die temporär Angestellten zurückzuführen (601), die vorwiegend in den USA tätig sind. Im Jahr 2023 sind 840 Personen in einem unbefristeten Arbeitsverhältnis für die MCH Group beschäftigt. Dies ist ein Plus von rund 27 % (in 2022: 662). 1'046 Personen sind Vollzeit-, 395 sind Teilzeitangestellte (rund 73 % resp. 27 %).

DIVERSITÄT. CHANCENGLEICHHEIT. INKLUSION

- 34 % resp. 66 % ist der Anteil Frauen und Männer
- Prüfung der Mitarbeitendenzahlen global im Jahr 2023 (Independent Limited Assurance. GRI 2-7)
- Prüfung der Angaben zur Diversität global im Jahr 2023 (Independent Limited Assurance. GRI 405-1)

Mitarbeitendenkennzahlen der Standorte global

Die Mitarbeitendenzahlen und die Diversität sind im 2023 nicht nur erhoben sondern erstmals unabhängig geprüft worden (Independent Limited Assurance). Insgesamt 1'441 Mitarbeitende sind bei der MCH Group tätig. 494 (34 %) der Mitarbeitenden sind Frauen. Die Frauen sind in den drei obersten Führungsgremien untervertreten. Die Mitarbeitenden repräsentieren mehr als 10 Nationalitäten weltweit.

MITARBEITERKENNZAHLEN - STANDORTE GLOBAL		2023 (Base year)	
Mitarbeiter-Kennzahlen 2023 (GRI 2-7) - nach Geschlecht			Assurance*
Total Mitarbeitende	Anzahl	1 441 ¹⁻³	✓
Total Mitarbeitende männlich	Anzahl	947	✓
Total Mitarbeitende weiblich	Anzahl	494	✓
<hr/>			
Total Mitarbeitende Vollzeit	Anzahl	1 046	✓
Total Mitarbeitende Vollzeit männlich	Anzahl	669	✓
Total Mitarbeitende Vollzeit weiblich	Anzahl	377	✓
<hr/>			
Total Mitarbeitende Teilzeit	Anzahl	395	✓
Total Mitarbeitende Teilzeit männlich	Anzahl	278	✓
Total Mitarbeitende Teilzeit weiblich	Anzahl	117	✓
<hr/>			
Total Mitarbeitende unbefristet	Anzahl	840	✓
Total Mitarbeitende unbefristet männlich	Anzahl	472	✓
Total Mitarbeitende unbefristet weiblich	Anzahl	368	✓
<hr/>			
Total Mitarbeitende befristet	Anzahl	589	✓
Total Mitarbeitende befristet männlich	Anzahl	471	✓
Total Mitarbeitende befristet weiblich	Anzahl	118	✓
Lehrlinge, Trainees	Anzahl	12	✓
Mitarbeiter-Kennzahlen 2023 (GRI 2-7) - nach Region			
Total Mitarbeitende	Anzahl	1 441	✓
Schweiz	Anzahl	430	✓
EU, GB	Anzahl	73	✓
USA	Anzahl	866	✓
Asien	Anzahl	72	✓
Total Mitarbeitende Vollzeit	Anzahl	1 046	✓
Schweiz	Anzahl	343	✓
EU, GB	Anzahl	61	✓
USA	Anzahl	572	✓
Asien	Anzahl	70	✓
Total Mitarbeitende Teilzeit	Anzahl	395	✓
Schweiz	Anzahl	87	✓
EU, GB	Anzahl	12	✓
USA	Anzahl	294	✓
Asien	Anzahl	2	✓
Total Mitarbeitende unbefristet	Anzahl	840	✓
Schweiz	Anzahl	410	✓
EU, GB	Anzahl	69	✓
USA	Anzahl	335	✓
Asien	Anzahl	26	✓
Total Mitarbeitende befristet	Anzahl	589	✓
Schweiz	Anzahl	8	✓
EU, GB	Anzahl	4	✓
USA	Anzahl	531	✓
Asien	Anzahl	46	✓

* Independent Limited Assurance. See Assurance Statement KPMG.

1 Anzahl Mitarbeitende per Ende Berichtszeitraum

2 Total 1441 Mitarbeitende, exklusive Board (7 Mitglieder)

3 Die Zunahme des Personalbestandes im Jahr 2023 ist auf die Zunahme der temporär Angestellten zurückzuführen (601), vorwiegend in den USA

DIVERSITÄT (405-1) - nach Geschlecht	2 023	Assurance*
Mitarbeitende (Anteil)		
Total	1441 (100 %)	✓
weiblich	494 (34%)	✓
männlich	947 (66 %)	✓
Management Team (Anteil)		
Total	10 (100 %)	✓
weiblich	2 (20%)	✓
männlich	8 (80%)	✓
Executive Board (Anteile)		
Total	2 (100%) ¹⁾	✓
weiblich	0 (0 %)	✓
männlich	2 (100 %)	✓
Board (Anteile)		
Total	7 (100 %)	✓
weiblich	1 (14%)	✓
männlich	6 (86%)	✓
DIVERSITÄT (405-1) - nach Altersgruppe		
Mitarbeitende (Anteil)		
Total	1441 (100 %)	✓
< 30	248 (17 %)	✓
30-50	738 (51 %)	✓
> 50	455 (32 %)	✓
Management Team (Anteil)		
Total	10 (100 %)	✓
< 30	0 (0 %)	✓
30-50	6 (60 %)	✓
> 50	4 (40 %)	✓
Executive Board (Anteile)		
Total	2 (100 %) ¹⁾	✓
< 30	0 (0 %)	✓
30-50	1 (50 %)	✓
> 50	1 (50 %)	✓
Board (Anteile)		
Total	7 (100%)	✓
< 30	0 (0 %)	✓
30-50	2 (29 %)	✓
> 50	5 (71 %)	✓

* Independent Limited Assurance. See Assurance Statement KPMG.

1 Auch im Management Team einberechnet.

Mitarbeitende in der Schweiz

MITARBEITERKENNZAHLEN - STANDORTE SCHWEIZ		2023 (Base year)						
Mitarbeiter-Kennzahlen (GRI 2-7, GRI 405-1)	Einheit	Arcual	MCH Beaulieu Lausanne	MCH Group Ltd.	MCH Live Marketing Solutions	Messe Zurich	Messe Basel	TOTAL
MITARBEITENDE								
Total Mitarbeitende Vollzeit	Anzahl	13	1	24	86	18	201	343
Total Mitarbeitende Vollzeit männlich	Anzahl	8	1	12	65	11	109	206
Total Mitarbeitende Vollzeit weiblich	Anzahl	5	0	12	21	7	92	137
Total Mitarbeitende Teilzeit	Anzahl	2	0	7	22	6	50	87
Total Mitarbeitende Teilzeit männlich	Anzahl	0	0	3	3	1	13	20
Total Mitarbeitende Teilzeit weiblich	Anzahl	2	0	4	19	5	37	67
Total Mitarbeitende unbefristet	Anzahl	15	1	28	104	22	240	410
Total Mitarbeitende unbefristet männlich	Anzahl	8	1	14	66	12	119	220
Total Mitarbeitende unbefristet weiblich	Anzahl	7	0	14	38	10	121	190
Total Mitarbeitende befristet	Anzahl	0	0	3	4	2	11	20
Total Mitarbeitende befristet männlich	Anzahl	0	0	1	2	0	3	6
Total Mitarbeitende befristet weiblich	Anzahl	0	0	2	2	2	8	14

Aus- und Weiterbildung

Zwei Programme stehen im Mittelpunkt der Aus- und Weiterbildung:

- Culture Journey: Transformationsprozess zur Schaffung und Förderung einer leistungsstarken Unternehmenskultur («High Performing Culture»)
- Management Development Programm (MDP): Ziel dieses Programms ist die Entwicklung von Führungsgrundlagen, die im Einklang mit der strategischen Ausrichtung und der kulturellen Neuorientierung der MCH Group stehen

Culture Journey

Um die Anforderungen der Zukunft zu meistern, haben wir Ende 2022 einen tiefgreifenden Transformationsprozess eingeleitet. Gemeinsam mit unserer wirtschaftlichen Erholung findet unser kultureller Wandel statt, in dessen Zentrum neu zu erarbeitende Unternehmenswerte stehen. Diese sollen als Grundprinzipien für unsere Einstellungen, unser alltägliches Miteinander, unser Zusammenarbeiten über die Team- und Landesgrenzen hinaus sowie für unser Verhalten uns und anderen gegenüber dienen.



Schaffung und Förderung einer «High Performing Culture»

Die MCH Group ist in verschiedenen Weltregionen vertreten und befindet sich im Wandel. Umso wichtiger ist die Schaffung einer Kultur, basierend auf gemeinsamen Werten, welche die Zusammenarbeit fördern. Die Culture Journey basiert auf 4 Säulen. Die erste hatte zum Ziel, sich vom Silo-Denken hin zu einer Einheitskultur zu bewegen («Silo to Unity»). Im Rahmen von Workshops für das Management-Team (ein dreitägiger, zwei zweitägige Workshops, global) und für die Game Changers (drei Workshops, Schweiz)

konnte das Gemeinschaftsgefühl innerhalb der Gruppe erheblich gestärkt werden. Die nächsten 3 Säulen dieses Transformationsprozesses sind «Blame to Accountability» (verbesserte Kommunikation, des gegenseitigen Verständnisses), «Status Quo to Status Future» (der richtige Umgang mit Fehlern oder Misserfolgen) und «Top Down to 360 Collaboration» (Erweiterung des Handlungsspielraums sowie der Eigenverantwortung der einzelnen Mitarbeitenden).

Die Unternehmenswerte prägen die Unternehmenskultur. Diese trägt zum Erfolg der MCH Group bei. Unser Ziel ist es, als Unternehmensgruppe zusammenzuwachsen. Wir können nur gemeinsam gewinnen oder verlieren.

[Zu den Werten](#)

Die Game Changers sind Mitarbeitende aus allen MCH-Gesellschaften und Hierarchiestufen: sie vertreten die Interessen unserer Teams und Mitarbeitenden, bringen Ideen ein und entwickeln gemeinsam mit dem Group Management Team unsere Unternehmenskultur weiter. Sie gestalten aktiv unsere Culture Journey mit und sind wichtige Stützen unseres kulturellen Veränderungsprozesses.

Geplant sind weitere Workshops für neue Game Changers: einer in den USA und einer in der Schweiz für die Asien-Region. Im Januar 2024 folgt ein Workshop in Europa für die Pariser und Schweizer Game Changers. Mit der Erweiterung der Game Changers um neue Mitglieder verfolgen wir das Ziel die Reichweite und Wirkung zu erhöhen. In der ersten Gruppe waren 30 Personen dabei. Nun werden insgesamt 80 Personen teilnehmen.

«CEOs on Tour» ist eine bedeutende Begleitmassnahme: Wenn die CEOs der Business Units in anderen Ländern sind, treffen sie sich mit den jeweiligen Teams und informieren informell über das aktuelle Geschäft und ermöglichen einen lockeren Austausch.

Aktuell ist die Entwicklung der *Idea Exchange Platform* und des *Exchange Program*. Erstere ist eine Kollaborationsplattform und dient der Verbesserung des Austauschs. Hier können Herausforderungen besprochen, Erfolge gefeiert und Best Practices geteilt werden. Dank des *Exchange Programm* haben Mitarbeiter die Möglichkeit, Einblick in andere Abteilungen oder Business Units zu gewinnen.

Management Development Programm (MDP)

Im Jahr 2022 startete das Management-Entwicklungsprogramm 2022/2023. Ziel dieser Weiterbildung ist es, den rund 100 Führungskräften eine praxisnahe Grundlage für die Führung zu vermitteln, die im Einklang mit der strategischen Ausrichtung und der kulturellen Neuorientierung der MCH Group steht. Ein wesentlicher Teil der Ausbildung besteht in der Überarbeitung und Umsetzung der Unternehmenswerte.

Das Programm wurde von Corporate People Management zusammen mit externen Experten (Avenir Group) entwickelt und vom Management Team verabschiedet. In der Management-Weiterbildung geht es vor allem darum, das eigene Führungsverhalten zu reflektieren, weiterzuentwickeln und die neu gewonnenen Erkenntnisse rasch in die Praxis umzusetzen. Zu den Inhalten gehören Coaching- und Konfliktlösungstechniken, die Führung in Veränderungsprozessen oder die Entwicklung einer offenen Feedback-Kultur. Das Programm richtet sich an alle MCH Group-Führungskräfte weltweit und wird in englischer und deutscher Sprache durchgeführt und ist in vier Module gegliedert.

Lokale Gemeinschaft und Netzwerke

- Volkswirtschaftliche Effekte für die Standorte
- Leuchtturmeffekt der Events und Veranstaltungen
- Einzigartige Branchennetzwerke

Die MCH Group bekennt sich zum Standort Schweiz sowie zu ihren Infrastruktur-Standorten Basel und Zürich als prioritäre Durchführungsorte der Eigen- und Gastmessen. Sie nimmt damit die Interessen der Standorte wahr und sichert die bedeutenden volkswirtschaftlichen Effekte (s. Einleitung), welche aus den Aktivitäten der Messe- und Kongressplätze resultieren. Des Weiteren engagiert sich die MCH Group in wirtschafts- und standortfördernden Institutionen (Wirtschaft, Tourismus, Kultur), indem sie diese durch ihre Mitgliedschaft und/oder Partnerschaft bei speziellen Projekten aktiv und transparent unterstützt (s. z. B. Messe Basel in Zusammenarbeit mit Basel Tourismus).

Arcual – Blockchain Ökosystem

Als Mitbegründerin von 'Arcual' unterstützt die MCH Group das erste Blockchain-Ökosystem, das von der Kunst-Community für die Kunst-Community entwickelt wurde. Arcual ist ein Technologieunternehmen, das hochmoderne digitale und blockchain-basierte Produkte gestaltet, welche Vertrauen und Sicherheit in Transaktionen verbessern.

Die Zukunft der digitalen Infrastruktur für die Kunstwelt

Arcual bietet eine Reihe digitaler Tools und Integrationen an, die Galerien, Künstler und Sammler dabei unterstützen, verifizierte Transaktionen, digitale Authentizität, Lizenzgebühren und internationale Zahlungen sicherzustellen.

Neue Standards für das Kunst-Ökosystem

Die konfigurierbaren und kollaborativen Technologieprodukte von Arcual definieren neue Standards für den Kunstmarkt und bieten Anwendungsmöglichkeiten, um langjährige Herausforderungen zu lösen.



Access by Art Basel – Powered by Arcual – bringt Sammler mit Galerien, Künstlern und Wohltätigkeitsorganisationen zusammen

Access by Art Basel ist eine kuratierte Verkaufsplattform, die lokale und internationale Wohltätigkeitsinitiativen unterstützt. Diese ist an der Art Basel Miami Beach 2023 lanciert worden.

[Mehr dazu](#)

Integrierte Philanthropie

Jede Sammler-Anfrage enthält eine individuell gestaltbare Spende für einen wohltätigen Zweck.

Eine kuratierte Auswahl von Kunstwerken

Eine Auswahl hochkarätiger Kunstwerke ist online und persönlich an den Ständen der teilnehmenden Galerien erhältlich.

Sichere Zahlungen

Unsere hochmoderne Technologie ermöglicht nahtlose Online-Zahlungen und automatische Auszahlungssplits.



Arcual – Das erste Blockchain-Ökosystem für Kunst

Das Technologieunternehmen Arcual integriert Nachhaltigkeit in ihr Konzept

Das **Green Team** ist im Jahr 2023 mit einem Kick-Off lanciert worden. Insgesamt 13 Personen engagieren sich gegenwärtig zusätzlich zu ihrer Vollzeitstelle im Green Team. Wesentlicher Bestandteil sind die Workshops 'Lunch & Learn', welche in Zusammenarbeit mit der Art Basel durchgeführt werden.

In diesen Workshops befassen sich die übergreifenden Teams unter anderem mit folgenden Schwerpunktthemen:

- das Blockchain-Ökosystem;

- die Veränderungen, die als aktives GCC-Mitglied zu initiieren sind (GCC: [Gallery Climate Coalition](#));
- die Erarbeitung des Carbon Reports (erstmalige Datenerfassung) und des CO₂-Absenkpads.

Das Team von Arcual ergreift Massnahmen im Umweltbereich und integriert diese in ihren Arbeitsalltag: Reisetätigkeiten sind auf ein Minimum reduziert (Nutzung von TravelPerk), Remote-Arbeiten wird gefördert, der öffentliche Verkehr ist zu nutzen, das Arbeiten ist papierlos resp. voll digitalisiert. Für die Büro- und IT-Infrastruktur sind Richtlinien erarbeitet worden (best Practice). Arcual arbeitet mit Lieferanten und Partnern zusammen, die ebenfalls auf Nachhaltigkeit achten, wie z. B. 'mygift' für das Merchandising. Die Produkte werden aus rezyklierten Materialien hergestellt.

Nicht nur die ausgewählten Partnerschaften (mit GCC, ICRC, der Miami Foundation/Schenkungen oder dem MCH Sustainability Team) unterstreichen das Engagement von Arcual für die Kunst-Gemeinschaft. Die Art Basel hat das Wohltätigkeits-Projekt *Access by Art Basel* im Jahr 2023 mit einem namhaften Betrag unterstützt.

Arcual	2023 (Base year)	
	Einheit	
Energiebezugsfläche	m2	78
ENERGIE		
Total Energieverbrauch	MWh	91
Total Stromverbrauch	MWh	84
Total Stromverbrauch erneuerbar	%	0
Total Stromverbrauch nicht erneuerbar	%	100
Energieintensität	kWh/m2	1 164
EMISSIONEN		
Total Emissionen	tCO2e	142
Total direkte Emissionen (Scope 1)	tCO2e	0
Total indirekte Emissionen (Scope 2, market-based)	tCO2e	1
Total indirekte Emissionen (Scope 2, location-based)	tCO2e	1
Total indirekte Emissionen (Scope 3)	tCO2e	141
Total Emissionen kompensiert	tCO2e/%	0
Emissionsintensität	tCO2e/m2	1.82
Abfall		
Total Abfall	t	1.8
Total Abfall Verbrennung	%	0%
Total Abfall Recycling	%	100%
Abfallintensitätsrate	kg/m2	22.73
MITARBEITENDE		
Total Mitarbeitende (Voll- und Teilzeit)	Anzahl F/M	14 ; 19

Governance



Die an der SIX Swiss Exchange börsenkotierte Holdinggesellschaft MCH Group AG ist gemäss Statuten eine Aktiengesellschaft mit Beteiligung von Körperschaften des öffentlichen Rechts gemäss Art. 762 des Schweizer Obligationenrechts (OR). (GRI 2-1)

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 steht unter der Führung des Verwaltungsrats und des Executive Board der Holdinggesellschaft MCH Group AG. Der Verwaltungsrat trägt die Verantwortung für die Führung der Gruppe. Das vom Verwaltungsrat bestellte Executive Board trägt die Verantwortung für die operative Geschäftsführung des Konzerns.

[Mehr zu](#) Governance, Gesellschaften, Management Struktur, Verwaltungsrat und Executive Board



Michael Hüsler
CFO MCH Group

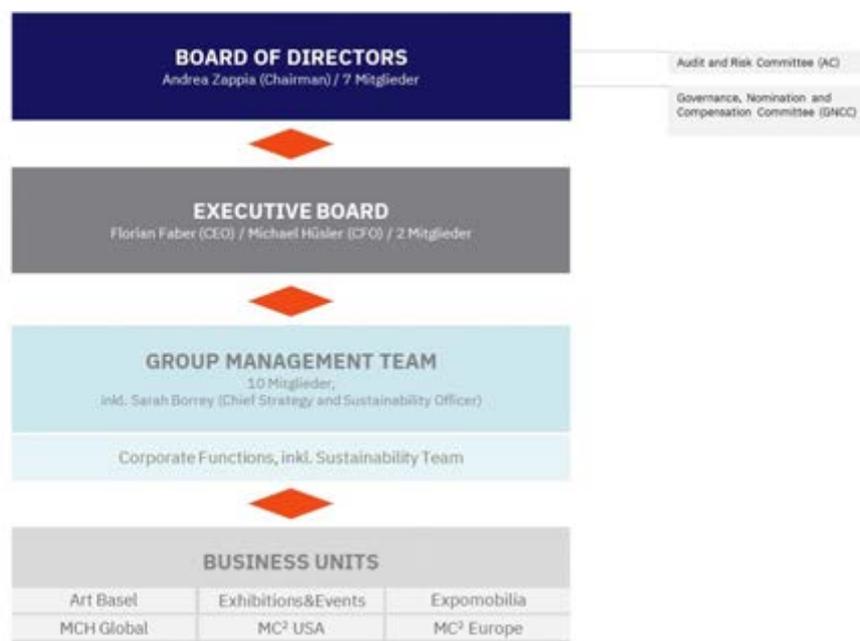
«Es ist positiv zu beurteilen, dass die Nachhaltigkeitsberichterstattung mit neuen Schweizerischen und globalen Richtlinien und Gesetzen eine viel grössere Verbindlichkeit und Nachvollziehbarkeit erhält. Dadurch werden Unternehmungen auch vergleichbar in ihren Anstrengungen in Bezug auf Nachhaltigkeit. Die Nachhaltigkeitsberichterstattung entwickelt sich in eine ähnliche Richtung wie die Finanzberichterstattung, die durch Audits auch noch entsprechend durch eine unabhängige Instanz geprüft wird. Daher hat sich die MCH entschieden, für bestimmte Daten der Nachhaltigkeitsberichterstattung eine 'Independent Limited Assurance' durchführen zu lassen. Gesamthaft sind wir bei der MCH überzeugt, dass Nachhaltigkeit langfristig einen deutlich positiven Einfluss auf die Geschäftsentwicklung hat und sich über die nächsten Jahre weiter als verbindlicher Standard etablieren wird.

Nachhaltigkeit bedeutet für den Bereich Finance mit allen zugehörigen Abteilungen, das Thema umfassend zu betrachten. Im Bereich Procurement hat die MCH in den letzten Jahren grosse Anstrengungen unternommen und arbeitet nur mit Lieferanten und Dienstleistern zusammen, die sich an die Nachhaltigkeitsvorgaben der MCH halten. Nachhaltige Ansätze zahlen sich langfristig auch ganz klar wirtschaftlich aus. Beim Risk Management unterstützt eine nachhaltige Herangehensweise die Reduktion der Risiken über die Zeit. Daher ist es wichtig, dass Nachhaltigkeit in der DNA einer Unternehmung verankert ist. Es ist wichtig, dass wir eine nachhaltige Governance aufbauen, und die gesamte Unternehmung dabei unterstützen, entsprechend nachhaltig zu agieren."

Governance Struktur

Die Verankerung der Nachhaltigkeit in der Organisationsstruktur, der Austausch mit den Stakeholdern oder unsere Unternehmenswerte sind für die Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele von grundlegender Bedeutung.

Mit der Benennung von Sarah Borrey als 'Chief Strategy and Sustainability Officer (CSSO)' sowie mit der Schaffung eines Nachhaltigkeitsteams ist das strategische Thema seit 2022 in der Organisationsstruktur auf Stufe Group Management Team verankert. Oberste Entscheid-Gremien sind der Verwaltungsrat und das Executive Board.



Länderspezifische Governance

Die MCH Group ist mit ihren Gruppengesellschaften in der Schweiz (Hauptsitz), der EU/in GB, in Asien und den USA aktiv. Die Anforderungen an die Governance können je nach Land variieren. Unter Einhaltung unserer zentralen, gruppenweit gültigen Prinzipien und Regelungen (Statuten, Organisationsreglement, Verhaltenskodex u. a.) richten wir die Governance der Gruppengesellschaften auf die lokalen Gegebenheiten und Herausforderungen aus. Auf operativer Stufe wird diese durch gruppenweit gültige Richtlinien – z. B. im Bereich der Nachhaltigkeit (Mitarbeitende, Lieferanten, Transport und Logistik, Infrastruktur) – umgesetzt.

Die Werte der MCH Group

Die Unternehmenswerte sind die Grundlage unserer Unternehmenskultur. Diese trägt zum Erfolg unserer MCH Group bei, fördert das Engagement und die Bindung unserer Mitarbeitenden und macht uns attraktiv für neue Märkte, Kunden und Mitarbeitende.

- Wir agieren als EIN Team: Wir vernetzen uns, teilen unser Wissen und stärken uns gegenseitig.
- Wir gehen mit gutem Beispiel voran: Wir tun, was wir sagen und halten, was wir versprechen.
- Unsere gegenseitige Wertschätzung verbindet uns: Wir stehen zusammen im Erfolg und Misserfolg.
- Uns und unsere Meinungen in Frage zu stellen, ist unsere Stärke: Wir probieren Dinge aus, sind neugierig und lernen aus Fehlern.
- Unser Erfolg misst sich am Erfolg unserer Kunden: Wir versetzen uns in unsere Kunden und wollen ihren Erfolg.
- Unsere Unterschiede sind unsere Gemeinsamkeit: Wir verstehen Vielfalt als Chance.

Leit- und Richtlinien

Statuten und Organisationsreglement

Interne Prinzipien und Regelungen stellen die ordnungsgemäße und verantwortungsvolle Unternehmensführung der MCH Group sicher. Die MCH Group pflegt einen verantwortungsvollen Austausch mit den Stakeholdern in allen Prozessschritten und auf allen Unternehmensstufen. Die internen Grundlagen dafür bilden die Statuten der MCH Group sowie das Organisationsreglement.

[Zu den Statuten](#)

[Zum Organisationsreglement](#)

Code of Conduct

Die MCH Group hat Richtlinien zu einem verantwortungsbewussten und ethisch korrekten Verhalten ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entwickelt, die im «Code of Conduct» verankert sind. Dieser ist für alle Gesellschaften und Standorte der MCH Group weltweit gültig. Der Code of Conduct stützt sich auf das Unternehmensleitbild und die Verhaltensgrundsätze der MCH Group und beinhaltet zusätzliche Richtlinien für wichtige Bereiche wie Auftragsvergabe, Datenschutz, Insiderinformationen oder Sorgfaltspflicht.

[Zum Code of Conduct](#)

Antikorruptionsvereinbarung

Eine Antikorruptionsvereinbarung ist seit 1992 Bestandteil der Generellen Anstellungsbedingungen der MCH Group, die als Teil des Arbeitsvertrages 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.

Menschenrechte

Als global agierendes Unternehmen anerkennen und respektieren wir den Schutz der Menschenrechte gemäss den UN-Leitprinzipien sowie OR 964. – Der UNO-Menschenrechtsrat hat im Juni 2011 die UNO-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte verabschiedet. Sie definieren den internationalen politischen Rahmen für die Verpflichtungen der Staaten und die Verantwortung der Unternehmen zur Einhaltung der Menschenrechte. Die Schweiz, in der sich unser Hauptsitz befindet, ist Vertragspartnerin (s. Seco).

Das weltweit anerkannte Konzept basiert auf drei Säulen:

- die Pflicht der Staaten, die Menschenrechte zu schützen (auch gegenüber Bedrohungen seitens wirtschaftlicher Akteure);
- die Pflicht der Unternehmen, die Menschenrechte zu respektieren;
- das Recht auf Wiedergutmachung im Falle erlittener Menschenrechtsverletzungen durch wirtschaftliche Akteure.

Die MCH Group setzt sich gemäss der UNO-Leitprinzipien für die Einhaltung der Menschenrechte ein, unter Beachtung der für Unternehmen gültigen grundlegenden sowie operativen Prinzipien. Im Vordergrund stehen gemäss unserer Strategie die Ziele 'Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum' (8), 'Industrie, Innovation, Infrastruktur' (9), 'Nachhaltiger Konsum und Produktion' (12), 'Massnahmen zum Klimaschutz' (13) und 'Geschlechtergleichheit' (5).

[Zu den UNO-Leitprinzipien](#)

Supplier Code of Conduct – Neu

Der Code of Conduct ist seit Dezember 2023 eingeführt. Er legt die sechs Prinzipien der Zusammenarbeit mit Lieferanten fest.

Zum [Supplier Code of Conduct](#)

Zu den Ausführungen zur [nachhaltigen Beschaffung](#)

Kontroll- und Beschwerdemechanismen

Die Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien wird über unser internes Kontrollsystem sowie mittels Durchführung von internen und externen Audits sichergestellt.

Die Aktionäre haben die Möglichkeit, Themen oder Verhandlungsgegenstände an der Generalversammlung zu traktandieren.

[Mehr zum Aktionariat](#)

Speak up

Der Code of Conduct der MCH Group beinhaltet eine spezialisierte Kontaktstelle für Mitarbeitende, die ethische Bedenken oder Regelverstösse melden möchten. Diese sichert eine zügige und sorgfältige Prüfung jeder Meldung zu. Dieser Kommunikationsweg garantiert dabei die Wahrung der Vertraulichkeit und schützt die meldende Person vor jeglichen Vergeltungsaktionen.

Einhaltung der Gesetze, Werte und Standards

Die MCH Group erwartet von allen Mitarbeitenden, dass sie sich bei ihrer Tätigkeit stets an die geltenden Gesetze, die Werte und Standards des Unternehmens halten (Code of Conduct). Gegenüber unseren Lieferanten haben wir eine Null-Toleranz betreffend Menschenrechtsverletzungen eingeführt (Supplier Code of Conduct). Wir erwarten, dass sie unsere Werte und Standards einhalten. Gemäss Vertragsbedingungen behalten wir uns das Recht vor, die Beziehung zu beenden, wenn Rechte, Werte oder Standards verletzt werden.

Rechtsstreitigkeiten

Die Gruppengesellschaften melden wesentliche Rechtsstreitigkeiten gegen die MCH Group dem zentralen Rechtsdienst, der – je nach Bedeutung – dem Verwaltungsrat und dem Executive Board darüber Bericht erstattet. Den Empfehlungen von Swiss GAAP FER folgend bilden wir entsprechende Rückstellungen.

Markenschutz

Die Marken (Brands) der MCH Group stellen einen bedeutenden Unternehmenswert dar. Der Markenschutz gibt Rechtssicherheit und ist ein klarer Hinweis, dass das geistige Eigentum der entsprechenden Marke bei der MCH Group liegt und von dieser auch geschützt wird. Aktuell sind beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum (IGE) in Bern rund 250 Wort- und Bildmarken der MCH Group eingetragen. Das Group Legal Department prüft regelmässig den Bericht des IGE über die eingetragenen Marken. Bei Verstössen gegen geschützte Marken der MCH Group wird der Schutz mit rechtlichen Massnahmen durchgesetzt.

Compliance

Im Berichtszeitraum sind keine Anfragen, Berichte oder Beschwerden eingegangen. Es gab auch keine Meldungen bezüglich Menschenrechtsverletzungen, Bestechung, Diskriminierung oder andere Verletzungen der Persönlichkeitsrechte. Es gab keine Klagen oder Bussgelder aufgrund wettbewerbswidriger Praktiken in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen oder der Nichteinhaltung von Umweltgesetzen oder-vorschriften.

Ethik und Integrität	Keine Meldungen
Menschenrechte	Keine Meldungen
Bestechung und Korruption	Keine Meldungen
Wettbewerbswidriges Verhalten	Keine Meldungen
Umweltgesetze/-vorschriften	Keine Meldungen
Kinderarbeit	Keine Meldungen
Mineralien oder Metalle aus Konfliktgebieten	Keine Meldungen
Verlust von/Verletzung des Schutzes von Kundendaten	Keine Meldungen

Des Weiteren gab es keine Beschwerden oder Strafen wegen Verstößen gegen Gesetze, Vorschriften und Verhaltensregeln bezüglich:

- der Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Sicherheit und Gesundheit von Menschen,
- des Verkaufs verbotener oder umstrittener Produkte und Dienstleistungen,
- Werbe-, Verkaufsförderungs- oder Sponsoringaktivitäten.

Ab 2023: Berichterstattungspflicht über nichtfinanzielle Belange

Die neuen Bestimmungen im Obligationenrecht (Art. 964a-c und 964j-l OR) und die dazugehörige Ausführungsverordnung (Verordnung über Sorgfaltspflichten und Transparenz in den Bereichen Mineralien und Metalle aus Konfliktgebieten sowie Kinderarbeit [VSoTr]) wurden am 01. Januar 2022 in Kraft gesetzt. Die neuen Vorschriften sind nun gemäss Gesetzgebung erstmals im Geschäftsjahr 2023 in Anwendung.

Policies und wichtige Grundlagen

Die nachfolgenden Dokumente dienen als Grundlage für das Nachhaltigkeitsmanagement. Übergeordnete Nachhaltigkeits-Policies sind in Arbeit.

BEREICH	MCH GROUP GRUNDLAGEN	BUSINESS UNITS GRUNDLAGEN (Auswahl)
GRUNDLAGEN	Code of Conduct Supplier Code of Conduct Nachhaltigkeitsbericht Compliance Policy Hailo (bisher COVO)	Art Basel: Handbook, CoC, Serviceagreement Arcual: Handbook, Office&Equipment Policy MC² Europe: Nachhaltigkeitsbericht MC² US: Handbook
UMWELT Übersicht Energie-Management, Emissionen Transport und Logistik Zusammenarbeit mit Lieferanten Abfallmanagement	Nachhaltigkeitsbericht Nachhaltigkeitsbericht Nachhaltigkeitsbericht MCH Supplier Code of Conduct. Nachhaltigkeitsbericht Nachhaltigkeitsbericht	Messe Basel: Website Messe Zürich: Website Expomobilia: ISO-Norm/Website
GESELLSCHAFT Übersicht Mitarbeiterthemen Aus- und Weiterbildung Chancengleichheit, Diversität, Inklusion Partnerschaften Local Community	Code of Conduct, Nachhaltigkeitsbericht Code of Conduct, Nachhaltigkeitsbericht, Hailo Code of Conduct, Nachhaltigkeitsbericht Code of Conduct, Nachhaltigkeitsbericht Code of Conduct, Nachhaltigkeitsbericht Code of Conduct, Nachhaltigkeitsbericht	Expomobilia: Anstellungsreglement Weiterbildungsreglement Gewinnbeteiligungsreglement MCH Global: Staff Handbook MCH Asia: Conditions of Employment MC² US: Handbook Art Basel: Handbook MC² Europe: ISO-Norm/Website
GOVERNANCE Übersicht Menschenrechte Antikorruption Weitere Compliance-Themen	Code of Conduct, Organisationsreglement, Nachhaltigkeitsbericht, Code of Conduct, Nachhaltigkeitsbericht Code of Conduct, Insider Policy, Compliance Policy, Investigation Policy, M&A Policy Code of Conduct, Nachhaltigkeitsbericht	Art Basel: Code of Conduct

Risikomanagement

Das Risikomanagement der MCH Group befasst sich sowohl mit strategischen, finanziellen, operativen wie auch mit regulatorischen Risiken. Die verschiedenen Geschäftsrisiken werden nach dem möglichen Schadensausmass und der Eintrittswahrscheinlichkeit bewertet.

Mit dem Klimawandel ergeben sich neue Chancen und Risiken. Im Jahr 2023 wurde das Risikomanagement um die klimabezogenen Risiken erweitert. Ein ESG-bezogenes Risikomanagement stellt eine besondere Wichtigkeit dar, insbesondere für

- eine verantwortungsbewusste, zukunftsorientierte Unternehmensführung,
- die Resilienz des Unternehmens,
- die Transparenz.

Als ESG-Risiken gelten bei der MCH Group solche, die negative Auswirkungen auf den Klimawandel, auf die Umwelt im Allgemeinen, auf die Gesellschaft (wie Menschenrechte) oder auf Governance-Aspekte haben, oder die Gruppe betreffen. Nachhaltigkeitsrisiken können finanzielle oder nicht-finanzielle Auswirkungen haben (Investitionen, Versicherungskosten, Haftungsfragen, Reputation, Wettbewerbsfähigkeit).

(ESG: Environmental. Social. Governance.)

Klimarisiken resultieren aus sich ändernden klimatischen Bedingungen (physische Risiken) oder aus den Bemühungen, den Klimawandel abzuschwächen (Übergangsrisiken). Mit diesem Ansatz folgt die MCH Group den TCFD*-Richtlinien. **Physische Risiken** sind beispielsweise extreme Wetterereignisse (wie Stürme), die einen Einfluss auf Events oder Messen haben können (Sicherheit z. B.). **Übergangsrisiken** ergeben sich aus der Dekarbonisierung der Wirtschaft und haben regulatorisch, gesellschaftlich oder technologisch veränderte Rahmenbedingungen zur Folge (verändertes Kundenverhalten, neue Bedürfnisse, höhere Compliance-Anforderungen, erweiterte Berichterstattungspflichten)

*TCFD: Task Force on Climate Related Financial Disclosures

Die MCH Group hat gemäss der im MCH Risikomanagement etablierten Methodologie (Schadensausmass und Eintrittswahrscheinlichkeit) folgende physische Risiken und Übergangsrisiken identifiziert und Massnahmen ergriffen:

Wesentliche Themen	Risiken	Massnahmen
Logistik und Transport Konzepte für Anlieferung und Abtransport, Umstellung auf E-Fahrzeuge, integriertes Abfallkonzept	Physisches Risiko: Extreme Wetterereignisse beeinträchtigen Transport und Lieferung	Verringerung der CO2-Emissionen durch: - Förderung der E-Mobilität - Analyse und Optimierung der aktuellen Logistik- und Transportkonzepte - Integriertes Abfallkonzept
	Übergangsrisiko: Auswirkungen geopolitischer und wirtschaftlicher Entwicklungen (Ressourcenknappheit, steigende Rohstoffpreise, Unterbrechung der Versorgungskette, Handelsschranken zwischen Ländern, staatliche Beschränkungen, politische Instabilität, soziopolitische Bewegungen, Inflation usw.)	
	Übergangsrisiko: Neue, veränderte, erhöhte Kundenbedürfnisse in Bezug auf umweltfreundlichen Warentransport und On-Site-Logistik	
Abfallreduktion und -trennung Minimierung von Ressourceneinsatz und Abfallproduktion, einschliesslich Recycling und Upcycling von Materialien. Optimierung von Beschaffung, Trennung, Wiederverwendung und Entsorgung von Ressourcen, sowohl in Eigenproduktionen als auch bei Ausstellenden.	Übergangsrisiko: Neue, veränderte, gestiegene Kundenbedürfnisse in Bezug auf das Abfallmanagement für Veranstaltungsorte und Events, Kreislaufwirtschaft	-Erfassung der Abfalldaten von allen Standorten und Messen/Events der MCH Group weltweit ab 2023 - Abfalltrennung durch Implementierung der entsprechenden Infrastruktur an den wichtigsten Messen und Events - Reduktion des Plastikverbrauchs im Cateringbereich (z. B. Trinkbrunnen anstelle von PET-Flaschen) - Wiederverwendung von Lanyards und Wandmodulen für Messestände - Konzept für Abfalltrennung und Recycling; Webinar/Schulung für Galerien und Spediteure an der Art Basel in Basel
	Übergangsrisiko: Unterschiedliches Bewusstsein und unterschiedliche Umsetzung in Bezug auf Ressourcen- und Abfallmanagement an den verschiedenen MCH-Standorten weltweit	
Energie-Management Nutzung von sowie Umstellung auf erneuerbare Energieträger, inkl. eigener Photovoltaik-Anlagen, und die Optimierung des Betriebs (z.B. Beleuchtungssysteme, energieeffiziente Geräte).	Physisches Risiko: Steigende Temperaturen, Zunahme der Hitzetage und -Perioden, was zu einem erhöhten Energiebedarf führt (Klimaanlagen)	- Eigene Fotovoltaikanlagen in Basel, Zürich und Effretikon - Umstellung der Beleuchtung auf LED in der eigenen Eventinfrastruktur - Der Messe Neubau in Basel (gebaut in 2013) ist Minergie-zertifiziert und erfüllt hohe Energiestandards, sowohl in Bezug auf die Dämmung der Gebäudehülle als auch in Bezug auf die ressourcenschonende Bereitstellung der benötigten Heiz- und Kühlenergie. Alle Heizungs-, Lüftungs- und Kühlanlagen werden bedarfsgerecht betrieben - Standardisierte Berücksichtigung der Energieeffizienz bei IT-Soft- und Hardwareprodukten
	Übergangsrisiko: Neue, veränderte, erhöhte Kundenbedürfnisse: Präferenz für erneuerbare Energien, aber auch Komfortbedürfnisse (Klimatisierung in Hitzeperioden)	
	Übergangsrisiko: Änderungen in der Regulierung sowie in der Regierungspolitik; geringere Verfügbarkeit von Energie (regulär und erneuerbar)	
	Übergangsrisiko: Erhöhte Energiekosten (Preise und Steuern)	

<p>Aus- und Weiterbildung Aus- und Weiterbildungs-möglichkeiten für Mitarbeitende, sowohl im jeweiligen Fachbereich als auch in den Bereichen Nachhaltigkeit und Management.</p>	<p>Übergangsrisiko: Der Fachkräftemangel und die demografische Entwicklung können dazu führen, dass kritische Funktionen ungenügend besetzt sind und die für die Umsetzung der Strategie erforderlichen Humanressourcen fehlen</p> <p>Übergangsrisiko: Gesundheits- oder Sicherheitsbedenken, Naturereignisse oder beispielsweise Aktionen von Aktivisten können die Durchführung lokaler Messen gefährden</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung einer neuen E-Learning Plattform - Management Development Program zur Vermittlung von Führungskompetenzen im Einklang mit der strategischen Ausrichtung - Culture Journey Programm zur Vermittlung und Förderung der kulturellen Neuausrichtung der MCH Group
<p>Diversität. Chancengleichheit. Inklusion Vorantreiben des Themas Diversität, Chancengleichheit und Inklusion innerhalb und wo möglich ausserhalb der Organisation durch das Aufstellen und Leben von Werten sowie die konsequente Handhabung von Anti-Diskriminierungspraktiken.</p>	<p>Übergangsrisiko: Konjunkturabschwächung, Fachkräftemangel und demografische Entwicklung können zu einer unzureichenden Besetzung kritischer Funktionen und einem Mangel an den für die Umsetzung der Strategie erforderlichen Human-Ressourcen führen. Diese Faktoren stellen auch ein Risiko für die Bindung von Talenten dar, insbesondere im Hinblick auf die veränderten Erwartungen der Mitarbeiter (z. B. Gen Z und Gen Alpha). Eine schnelle, agile Anpassung ist notwendig.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Unsere Veranstaltungsorte in Basel und Zürich sind für eine bessere Zugänglichkeit kartografiert. Dank der Partnerschaft mit OK:GO werden über eine App Informationen zur Zugänglichkeit geliefert
<p>Zusammenarbeit mit Lieferanten Entwicklung und Anwendung von sozialen und ökologischen Kriterien bei der Auswahl von und in Zusammenarbeit mit Lieferanten sowie bei der Auswahl von Materialien oder Produkten.</p>	<p>Physisches Risiko: Extreme Wetterereignisse können zu Unterbrechungen oder Verzögerungen in der Lieferkette führen</p> <p>Übergangsrisiko: Neue, veränderte, erhöhte Kundenanforderungen an die MCH als Lieferantin</p> <p>Übergangsrisiko: Geopolitische, wirtschaftliche und regulatorische Entwicklungen (Ressourcenknappheit, steigende Preise, Unterbrechungen der Lieferkette, Handelsbarrieren zwischen Ländern, staatliche Beschränkungen, politische Instabilität, soziopolitische Bewegungen, Inflation usw.) wirken sich negativ auf die Beschaffungsprozesse aus</p> <p>Übergangsrisiko: Regulatorische, staatliche oder marktbezogene Neuanforderungen können die Lieferkette beeinflussen. Internationale Regulierungen oder Entwicklungen können die Lieferkettenprozesse und unseren Lieferantenstamm beeinflussen (z. B. Sanktionen, Trade Compliance, das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz in Deutschland)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bei Anfragen zur MCH als Lieferantin: Bereitstellung von Informationen über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten - Einführung eines globalen Verhaltenskodex für Lieferanten, der Nachhaltigkeitskriterien enthält - Einführung eines Lieferantenbewertungsrasters, die Lieferanten von abgeschlossenen Projekten vergleicht, inkl. Nachhaltigkeitskriterien - Rechtssicherheit durch neue Verträge mit den wichtigsten Lieferanten
<p>Nachhaltige Geschäftsmodelle Entwicklung und Umsetzung nachhaltiger Projekte und Initiativen, die den neuen, nachhaltigen Anforderungen unserer Märkte und Stakeholder entsprechen.</p>	<p>Übergangsrisiko: Neue, veränderte, gestiegene Kundenbedürfnisse oder ein mangelndes Verständnis für resp. eine ungenügende Anpassung an globale Trends können zu einem Verlust von Kunden und Projekten führen. Ein verändertes Reiseverhalten kann zu einem Rückgang der Besucherzahlen vor Ort und zu einer erhöhten Nachfrage nach digitalen Angeboten führen. Eine versäumte oder zu langsame Angebotsanpassung kann ebenfalls zu einem Verlust von Besuchern, Kunden und Projekten führen</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Einbezug von Nachhaltigkeitsaspekten in die Unternehmensstrategie - Fortschreitende Standardisierung von nachhaltigen (insbesondere umweltfreundlichen) Prozessen bei Veranstaltungen - Zusammenarbeit mit lokalen Tourismusverbänden zur Integration von Transport und Unterkünften für Aussteller und Besucher

Übergangsrisiko: Geopolitische
Auswirkungen auf internationale Formate
der MCH Group (Beschränkungen,
Regierungspolitik usw.)

Übergangsrisiko: Unzureichende,
unbefriedigende Infrastruktur im Bereich
Transport und Unterkunft für Aussteller
und Besucher

IT-Infrastruktur und -Sicherheit

Die IT-Sicherheit sowie die kontinuierliche Entwicklung der IT-Infrastruktur haben oberste Priorität. Die MCH Group hat bedeutende Investitionen getätigt. Dank der kontinuierlichen Absicherung der Systeme, Netze und Programme gegen digitale Angriffe ist ein möglichst hohes Mass an Cybersicherheit gewährleistet.

Schwerpunkte im Jahr 2023

Umstrukturierung der IT

Die Neuorganisation der IT für das gesamte Unternehmen ist nach dem «Plan-Build-Run»-Modell ausgerichtet. Das Plan-Build-Run-Modell ist ein systemzentrierter Ansatz, welcher die einzelnen Aufgaben und Prozessschritte in die drei umfassenden Bereiche unterteilt (Plan: IT-Management und -Governance; Build: IT- Strategie, Produkte und Services; Run: Umsetzung, Betrieb, Support, Risikobetrachtung). Durch das Modell werden strukturierte Abläufe und Prozesse für eine ganze IT-Organisation definiert und effizient umgesetzt.

Lebenszyklus im Fokus

Die IT der MCH Group hat sich verpflichtet, den Lebenszyklus von Hardware zu berücksichtigen. Dies bedeutet, dass jeweils möglichst neue Technologien eingesetzt und die alten Komponenten wieder in den Kreislauf zurückgeführt werden. Dank des Einsatzes neuester Hardware können Stromsparmassnahmen, Effizienzthemen und Sicherheitsthemen adressiert werden. Dies ist ein bedeutender Schritt. Ältere Technologien erfüllen weder die Sicherheits- noch die Energieanforderungen.

Aktuell

Übergang zu einem hybriden Cloud-System

Die Umstellung von einem On-Premise-System (lokale Infrastruktur) hin zu einer cloudbasierten Lösung markiert einen bedeutenden Schritt in der technologischen Entwicklung. Ziel dieses Wechsels ist, die Flexibilität und Effizienz in der IT-Infrastruktur zu steigern.

Die Datacenter von NorthC bilden ein Ökosystem, in dem regionale, nationale und internationale Partner und Provider zusammengeführt werden und miteinander kooperieren. Die Rechenzentren werden mit bis zu 100 % Ökostrom betrieben. Sie liefern einfachen und sicheren Zugriff auf alle namhaften Public-Cloud-Provider.

Datenschutz und Cybersicherheit

Mit dem neuen Datenschutzgesetz (seit September 2023 in Kraft) und dem gleichzeitigen Anstieg von Cyberangriffen gewinnt der Schutz von Unternehmens- und Mitarbeiterdaten an Bedeutung. Dies umfasst sowohl technische Sicherheitsmassnahmen als auch Schulungen für Mitarbeiter.

Nachhaltiges Laptop-Leasing mit CHG Meridian Schweiz AG

Unsere Laptops werden gemietet und verfügen über ein Nachhaltigkeitszertifikat. Sie verbleiben für drei Jahre in unserem Einsatz und werden anschliessend im Rahmen ihres Lebenszyklus weiterverkauft oder anderweitig genutzt. So wird der Lebenszyklus der Geräte verlängert.

Austausch mit den Stakeholdern

Die MCH Group pflegt einen partnerschaftlichen und verantwortungsvollen Austausch mit den Stakeholdern. Die Weiterentwicklung der Wertschöpfung unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien in allen Prozessschritten und auf allen Unternehmensstufen ist ein kontinuierlicher Prozess, den wir im Austausch mit den internen und externen Stakeholdern vorantreiben.

Wir fördern eine aktive Kommunikation mit dem Ziel, die Interessen und Anforderungen unserer Anspruchsgruppen zu kennen, Trends zu antizipieren sowie Verbesserungspotenziale zu identifizieren. Gleichzeitig wollen wir im Austausch zur Transparenz beitragen, namentlich indem wir über unsere Nachhaltigkeitsziele und -leistung berichten.

Entscheidende Kriterien bei der Priorisierung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen sind die Bedeutung ihrer wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen innerhalb und ausserhalb der MCH Group – einschliesslich der Menschenrechte – sowie ihr Einfluss auf Beurteilungen und Entscheidungen der Stakeholder. Die Strukturen und Verfahren sorgen dafür, dass Interessenskonflikte sowohl intern als auch extern möglichst gemieden werden können.

Externe und interne Stakeholder (Auswahl) sowie die entsprechenden Kommunikationskanäle:

KUNDINNEN UND KUNDEN

- Veranstalter, Aussteller, Auftraggeber Live Marketing Solutions, Besucher
- Themen: Produkte und Services, Wertschöpfungskette, Unternehmensstrategie, Markenschutz, Nachhaltigkeitsangebot, spezifische Themen oder Lösungen
- Kommunikationskanäle: Persönlicher Kontakt, Website, Events

LIEFERANTINNEN UND LIEFERANTEN

- Baugewerbe, Energie, Logistik, Sicherheit, Material, Marketing & Kommunikation, Einrichtungen, Technik
- Themen: Produkte, Leistungen, Anforderungen/Kriterien, indirekte wirtschaftliche Auswirkungen, Due Diligence, Governance
- Kommunikationskanäle: Direkter Kontakt (persönlich, E-Mail), Erfüllung und/oder Verbesserung der Nachhaltigkeitskriterien

MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

- Management, Mitarbeitende, Freelancer, Werkstudenten
- Themen: Beschäftigung, Aus- und Weiterbildung, Unternehmenswerte, Code of Conduct
- Kommunikationskanäle: Direkter, persönlicher Kontakt, mit Vorgesetzten oder dem HR

AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE

- Öffentlich-rechtliche Körperschaften und private Aktionäre
- Themen: Strategie, wirtschaftliche Leistung, Corporate Governance

— Kommunikationskanäle: Sitzungen, direkter Kontakt (persönlich, telefonisch, E-Mail), Geschäftsbericht

Mitgliedschaften

Net Zero Carbon Events

[Net Zero Carbon Events](#) ist eine Initiative, die darauf abzielt, die Veranstaltungsbranche bis 2050 klimaneutral zu gestalten. Die Initiative umfasst Organisationen aus der gesamten Veranstaltungswirtschaft. Die MCH Group verpflichtet sich mit ihrer Mitgliedschaft, die Treibhausgasemissionen zu messen und kontinuierlich bis Netto-Null zu reduzieren.

Sustainable Switzerland Entrepreneurs Club

[Sustainable Switzerland](#) ist eine Nachhaltigkeitsinitiative der NZZ (Neue Züricher Zeitung), die sich darauf konzentriert, die nachhaltige Entwicklung in der Schweiz voranzutreiben. Die MCH Group engagiert sich als Mitglied für nachhaltiges Unternehmertum in der Schweiz.

UFI – The Global Association of the Exhibition Industry

[UFI](#) ist die globale Vereinigung der Messeindustrie, die sich auf die Entwicklung und Förderung der Messebranche weltweit konzentriert. Als Mitglied ist die MCH Group in Arbeitsgruppen zur Nachhaltigkeit mit dabei, teilt Best Practices und entscheidet über die Themen des Sustainable Development Awards mit. Die MCH Group war im 2023 in der Jury für den [Sustainable Development Award](#).

Gallery Climate Coalition (GCC)

Die [Gallery Climate Coalition](#), von Galeristen und anderen Fachleuten der Kunstwelt gegründet, engagiert sich für die Reduzierung der CO₂-Emissionen in der Kunstwelt. Die Art Basel (Mitglied seit 2023) hat sich verpflichtet, ihre Emissionen (Scope 1 und 2) bis 2030 zu halbieren, ein internes Green Team zu führen und eine Erklärung zur Umweltverantwortung zu veröffentlichen.

Swiss Top Events

[Swiss Top Events](#) ist ein Zusammenschluss führender Veranstaltungen in der Schweiz. Im 2023 hat die Allianz gemeinschaftlich einen Workshop zum Thema Nachhaltigkeit und Best Practices durchgeführt. Die beteiligten Mitgliedsorganisationen engagieren sich für nachhaltige Veranstaltungen.

EXPO EVENT Swiss LiveCom Association

[EXPO EVENT](#) ist der Branchenverband der Schweizer Live-Kommunikationsindustrie, der sich für die Interessen von Messen, Events und Kongressen einsetzt. Im Jahr 2023 war Roman Imgrüth, CEO von MCH Exhibitions & Events, als Vorstandsmitglied zuständig für das Nachhaltigkeitsdossier. Seit 2024 ist er in neuer Funktion als Delegierter für Messen im Verband tätig.

BUSINESS UNITS



ÜBERSICHT

EXHIBITIONS & EVENTS

IGEHO

Sustainability Days

ART BASEL

LIVE MARKETING SOLUTIONS

Expomobilia

MCH Global

MC² USA

MC² Europe

EXHIBITIONS & EVENTS

Die MCH Group verfügt über attraktive und multifunktionale Event-Infrastrukturen in Basel (Messe und Congress Center Basel) und Zürich (Messe Zürich). Sie sind aus ökologischer Sicht auf dem neusten Stand. 100 % des Gesamtstromverbrauchs der Messeplätze Basel und Zürich stammen aus erneuerbaren Energien.



Roman Imgrüth
CEO Exhibitions & Events

«Ich bin davon überzeugt, dass wir als Messegesellschaft für unsere Kunden, unsere Mitarbeiter und uns selbst etwas bewirken können, indem wir einen ganzheitlichen Ansatz zur Nachhaltigkeit verfolgen. Dadurch schaffen wir einen Mehrwert für alle Beteiligten und schützen gleichzeitig unsere Umwelt.»

Die **Messe Basel** hat eine Ausstellungsfläche von insgesamt 141'000 m², davon 122'000 m² in den beiden Haupthallen 1 und 2. Zur Messe Basel gehören zudem das Congress Center Basel mit 25 Räumen und Kapazitäten bis zu 5'000 Personen. Die Messe Basel will der Nachfrage nach nachhaltigen Meetings oder Events entsprechen und hat ein umfassendes Angebot entwickelt, von Green Meetings bis hin zu grossen Veranstaltungen.

[Zu Messe und Congress Center Basel](#)

Die **Messe Zürich** hat eine Ausstellungsfläche von 30'000 m². Rund 27'000 m² befinden sich in den Hallen 1 bis 7 im Hauptgebäude, hinzu kommt die alleinstehende Halle 9 mit rund 3'000 m². Im Hauptgebäude befinden sich zudem sieben kleinere Konferenzräume für 30 bis 80 Personen. Das Messe-Hauptgebäude zeichnet sich durch seine betriebliche Funktionalität und eine hohe räumliche Flexibilität aus.

[Zu Messe Zürich](#)

Pilotprojekt für Green Events

In Zusammenarbeit mit dem Group Sustainability Team ist ein Pilotprojekt für Green Events für Gastveranstaltungen umgesetzt worden. Dieses Projekt dient heute als Referenz für nachhaltige Veranstaltungen und unterstreicht unsere Expertise in diesem Bereich.

Swisstainable Level II

Bereits seit 2016 engagiert sich das Venues-Team für die Schaffung von Angeboten rund um das Thema Nachhaltigkeit und für deren Kommunikation. Als Teil des Nachhaltigkeitsprogramms Swisstainable vom Schweizer Tourismus-Verband ist es im Jahr 2022 auf Level II «engaged» eingestuft worden. Das Nachhaltigkeitsprogramm Swisstainable vereint Betriebe und Organisationen entlang des gesamten Schweizer Tourismussektors. Damit verpflichten wir uns zu einer kontinuierlichen nachhaltigen Unternehmensentwicklung, verfolgen Massnahmen im Bereich der Nachhaltigkeit und leisten einen konkreten Beitrag für einen nachhaltigen Schweizer Tourismus.



[Mehr Informationen zur Nachhaltigkeit der Messe Basel](#)

Barrierefreiheit

Die Applikation OK:GO liefert auf einen Blick Zugänglichkeitsinformationen zu den Veranstaltungen und Dienstleistungen und vereinfacht die Planung. Barrierefreiheit spielt im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsengagements eine wichtige Rolle.

Voices of Zurich

Nach dem Vorbild von «Voices of Basel» haben wir «Voices of Zurich» eingeführt. Diese Initiative stellt lokale Stimmen und Perspektiven in den Vordergrund, um die Einzigartigkeit der Stadt zu unterstreichen.



Jonas Scharf
Deputy CEO Exhibitions & Events

«Als führender Gastgeber von internationalen und nationalen Grossevents sind wir auch eine wichtige Visitenkarte für die ganze Schweiz. Über eine Million Besucher jährlich nutzen unsere Venues, und das Publikum wie auch die Veranstalter erwarten zunehmend, dass wir Nachhaltigkeit und Umweltschutz greifbar und konkret umsetzen: bei Beleuchtung, Haustechnik, Abfallreduktion, bei Mehrwegkonzepten im Catering oder auch bei ÖV- Angeboten.»

Massnahmen im Bereich Umwelt

Stadt-Oase auf dem Messeplatz

In Kooperation mit dem Stadtkonzept Basel und dem Flaneur Festival haben wir zur Schaffung einer Stadt-Oase auf dem Messeplatz beigetragen. Die Pflanzung von Bäumen dient der Verbesserung des lokalen Klimas und der Schaffung eines grünen, lebenswerten Umfelds im Herzen der Stadt.



©StadtkonzeptBasel

Neue Nachhaltigkeitscheckliste für Gastveranstaltungen

Zur Förderung umweltbewusster Eventplanung haben wir eine speziell entwickelte Nachhaltigkeitscheckliste für Gastveranstaltungen eingeführt. Dieses Instrument dient als Leitfaden und Unterstützung, um Nachhaltigkeitsziele effektiv umzusetzen.

Verbesserung durch LED-Technologie

Der Ausbau unserer LED-Beleuchtung ist ein entscheidender Schritt hin zu grösserer Energieeffizienz, mit einer beeindruckenden Verbesserung um 50 %. Diese Modernisierung bedeutet nicht nur einen deutlich geringeren Energieverbrauch, sondern reduziert auch den Aufwand für Wartung und Betrieb erheblich.

Wasserversorgung

Wir haben diverse Ansätze zur Bereitstellung von Trinkwasser implementiert, darunter Systeme mit Wassertanks und direkten Wasseranschlüssen, um den Plastikverbrauch zu reduzieren und um eine umweltfreundlichere Lösung bei verschiedenen Veranstaltungen anbieten zu können.



Reduktion von Lebensmittelverschwendung

In Zusammenarbeit mit unseren Kunden setzen wir Massnahmen gegen die Lebensmittelverschwendung um. Überschüssige Speisen werden an gemeinnützige Organisationen gespendet. Bei internen Events wird das Essen im Büro verteilt.

Seed-Balls (Samenbomben) als Give-Aways

Bei unseren eigenen Kundenevents verteilen wir Seed-Balls als umweltfreundliche und inspirierende Give-Aways.

Reduktion von Materialverbrauch

Nach Absprache mit unseren Kunden verzichten wir an den Events zunehmend auf Papier (Flyer,

Unterlagen, Dokumente) oder auf Teppiche. Wir nutzen digitale Lösungen (QR-Codes) oder für die Einrichtung erneuerbare resp. rezyklierbare Materialien.

Bike to Work für die Mitarbeitenden

Mit der Challenge motivieren wir die Mitarbeitenden, mit dem Rad zur Arbeit zu fahren.

EXHIBITIONS & EVENTS	2023 (Base year)				
	Einheit	Messe Basel	Messe Zürich	Externe Venues inkl. Lausanne)	TOTAL
Eigenmessen	Anzahl	5	2	4	11
Gastmessen (Venues)	Anzahl ¹				
Messtage	Anzahl	24	16	16	56
Besucher	Anzahl	97 100	112 760	70 938	280 798
Energiebezugsfläche	m2	123 790	37 270	20 400	181 460
ENERGIE					
Total Energieverbrauch	MWh	954	333	546	1 833
Total Stromverbrauch	MWh	788	258	131	1 177
Total Stromverbrauch erneuerbar	%	100	100	5.13	89.44
Total Stromverbrauch nicht erneuerbar	%	0	0	94.87	10.56
Energieintensität	kWh/m2	7.71	8.92	26.78	10.10
EMISSIONEN					
Total Emissionen	tCO2e	4 018	1 319	1 331	6 668
Total direkte Emissionen (Scope 1)	tCO2e	43	5	97	144
Total indirekte Emissionen (Scope 2, market-based)	tCO2e	8	4	2	14
Total indirekte Emissionen (Scope 2, location-based)	tCO2e	18	7	2	26
Total indirekte Emissionen (Scope 3)	tCO2e	3 967	1 310	1 232	6 509
Total Emissionen kompensiert	tCO2e/%	0	0	0	0
Emissionsintensität	tCO2e/m2	0.03	0.04	0.07	0.04
ABFALL					
Total Abfall	t	118	56	73	247
Total Abfall Verbrennung	t/%	4.75%	55.77%	84.98%	40.00%
Total Abfall Recycling	t/%	95.25%	44.23%	15.02%	60.00%
Abfallintensitätsrate	kg/m2	0.96	1.49	3.59	1.36
MITARBEITENDE					
Total Mitarbeitende (Voll- und Teilzeit)	Anzahl F/M	51 ; 56	12 ; 12	0 ; 1	63 ; 69

¹ Noch keine Angaben für 2023 verfügbar

Zertifizierungen und Labels

- Basel: ISO 9001 (Qualitätsmanagementsysteme)
- Zürich: ISO 9001 (Qualitätsmanagementsysteme)
- Swisstainable Level II (Nachhaltigkeitslabel vom Schweizer Tourismusverband)



Bestätigung für die Bereitstellung von Herkunftsnachweisen MCH Messe Schweiz (Zürich) AG

Seit 2022 und bis Ende für 2023 zu 100% erneuerbaren Strom in der Schweiz.
Wind Europa
eser garantiert, dass die bestellte Menge produziert und ins Stromnetz eingespeist wurde.

Zürich, im Mai 2023

PLy
Patrick Leuenberger
Leiter Fernverkäufe

M. Schuler
Markus Schuler
Leiter Sales Operations



ewz

Bestätigung für die Bereitstellung von Herkunftsnachweisen MCH Messe Schweiz (Basel) AG

Seit 2022 und bis Ende für 2023 zu 100% erneuerbaren Strom in der Schweiz.
Wind Europa für den Standort in Basel
eser garantiert, dass die bestellte Menge produziert und ins Stromnetz eingespeist wurde.

Zürich, im Januar 2023

PLy
Patrick Leuenberger
Leiter Fernverkäufe

M. Schuler
Markus Schuler
Leiter Sales Operations



ewz

IGEHO

IGEHO ist die internationale Branchenplattform für Hotellerie, Gastronomie, Take-away und Care. Die Gastmesse findet alle 2 Jahre statt. Die digitale Plattform der IGEHO hält die Interessierten 365 Tage im Jahr auf dem Laufenden. [Zu IGEHO 365](#)



48'500 Besucher nahmen an der Messe 2023 teil. An der Fachmesse vertreten waren 430 Aussteller, führende Anbieter von Produkten und Dienstleistungen im Bereich Hotellerie und Gastronomie. Die IGEHO bringt wichtige Akteure und Verbände wie Hotellerie Suisse (Delegiertenversammlung), die HGU (Hotel&Gastro Union) oder den SGV (Schweizer Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie) zusammen.

Ein Miteinander für die Branche

Ziel der IGEHO ist es, sich als führende Plattform im Bereich Hotellerie und Gastronomie zu etablieren. Zwischen den Messen finden Networking-Events statt. Social-Media sowie Website sorgen für eine interaktive Kommunikation. Die Messe ist ein wichtiges Instrument für die Branche, die in der Corona-Zeit massiv unter Druck geraten ist. Aussteller und Kunden treffen sich an der IGEHO und nutzen die Plattform, an der alle Partner oder Lieferanten vor Ort sind. Reisetätigkeiten für Lieferantenbesuche können so reduziert werden. Erweitert wird die IGEO neu mit der *Lefa*, dem neuen Branchentreffpunkt für das verarbeitende schweizerische Lebensmittelgewerbe.

Engagement für die Umwelt

Ergänzend zu den Massnahmen, die bereits durch die Messe Basel umgesetzt werden (z. B. erneuerbare Energie), ergreift die IGEHO Initiativen:

- Keine Heizungen in den Eingangsbereichen

- Die bestehende Infrastruktur wird genutzt (Lounge z. B.)
- Die Lager sind näher gelegen (kürzere Wege)
- Die Lichter an den Ständen werden um 21 Uhr ausgeschaltet
- Die Beleuchtung ist auf 25 % gedimmt
- Weitestgehend papierlose Durchführung der Messe
- Bedeutende Spenden an '[Tischlein deck Dich](#)'
- Hallen ausgelegt mit wiederverwendbaren Teppichen
- Ein Beirat (Verbände und Aussteller) von 30 Personen befasst sich mit Nachhaltigkeitsthemen und deren Umsetzung

Sustainability Days

Unter dem Motto «Get things done» bringen die Sustainability Days jährlich Entscheidungsträgerinnen und -träger aus dem öffentlichen und privaten Sektor rund um aktuelle und künftig bedeutende Nachhaltigkeitsthemen für Stadt, Raum, Umwelt und Wirtschaft zusammen. Mit einem Mix aus Ausstellung und Kongress präsentiert die Plattform Trends, konkrete Lösungen in Form von innovativen Produkten und Dienstleistungen sowie Strategien und Ausblicken.

Urbanisierung, Neo-Ökologie und Konnektivität sowie ihre zahlreichen Folgetrends stellen Gesellschaft und Wirtschaft gleichermaßen vor grosse Herausforderungen. Dies führt zu einer Transformation, die von Digitalisierung und Nachhaltigkeit getrieben wird. In der Folge verschmelzen immer mehr Technologien, Branchen und Berufsfelder und es entstehen interdisziplinäre Lösungen.

Gewachsen aus den vier Kongress- und Ausstellungsformaten SmartSuisse, MUT – Messe für Umwelttechnik, Re' Summit und Future-Proof Infrastructure, verbinden die Sustainability Days Wissenstransfer, Networking und Austausch in den Bereichen Smart City, Sustainable Economy und Umwelttechnik.

Erfolgreicher Start

Die Sustainability Days 2023 kennzeichnen den Beginn eines neuen Kapitels in der Nachhaltigkeitsbewegung. Das neue Konzept versteht sich als Kongress (und weniger als Messe). 180 Experten und Redner – mit Bertrand Picard als Highlight – konnten für die Erstaussgabe gewonnen werden. Eröffnet wurde diese von Marco Lambertini, Direktor von WWF International. Die Partnerschaft mit der SBB (Schweizerische Bundesbahnen) und deren aktive Partizipation war für den Erfolg der Veranstaltung ebenfalls massgeblich.



Nachhaltigkeitsmassnahmen am Event

Konsolidierung von Dienstleistungen

Durch die Konzentration auf nur einen Anbieter für Messebau, ICT und AV-Dienste wurde eine effizientere und umweltfreundlichere Organisation erreicht (weniger Fahrzeuge, Transporte und Personen vor Ort und somit weniger Emissionen).

Nachhaltige Reisepolitik

Die Redner erhielten kostenlos Bahnbillette. Anfahrten mit dem Auto hingegen wurde nicht erstattet. Über 80 % der Teilnehmenden reisten mit öffentlichen Verkehrsmitteln an. Dieser Ansatz hatte eine grosse Akzeptanz und wird im kommenden Jahr fortgesetzt.

Mut zum anderen Catering

Vegetarische Gerichte wurden bevorzugt angeboten, während das Angebot an Fleischgerichten reduziert war. Bei der Auswahl des Caterings wurde besonderer Wert darauf gelegt, dass alle Produkte – inklusive Wein – aus einem Umkreis von maximal 80 Kilometern stammen, wobei auch nahegelegene Gebiete in Deutschland und Frankreich einbezogen wurden. Auf PET-Flaschen und Einweggeschirr haben wir verzichtet, wodurch der Abfall auf ein Minimum reduziert werden konnte.

Nachhaltige Messestände

Die Rückwände der Messestände, ausgestattet mit Leuchtwänden, sind so gestaltet, dass sie in den kommenden Jahren wiederverwendet werden können. Auch individuell bedruckte Rückwände konnten die Aussteller für die Wiederverwendung mitnehmen. Von dieser Option machten 20 % der Aussteller Gebrauch.

Wiederverwendung von Verpackungsmaterial oder Lanyards

Bei der An- und Ablieferung wurde konsequent auf dasselbe, wiederverwendbare Verpackungsmaterial gesetzt, um Abfall zu vermeiden. Die Lanyards wurden ohne Jahresangabe gestaltet und nach der Veranstaltung eingesammelt, um eine Wiederverwendung in den Folgejahren zu ermöglichen.

Bewusster Umgang mit Druckmaterial

Im Jahr 2023 haben wir eine kleine Auflage von 500 Broschüren für den Verkauf durch Aussteller gedruckt. Für die Zukunft wird der komplette Verzicht auf Druckmaterial und damit der Einsatz von digitalen Lösungen (Touchscreens z. B.) geprüft. Dank der Systemwände konnte der Druckbedarf ebenfalls bedeutend gesenkt werden.

Nachhaltiger Teppich

Mit dem Einsatz von wiederverwendbarem Standteppich, statt herkömmlichem Flurteppich, haben wir den ersten Schritt gemacht. Für das kommende Jahr prüfen wir eine Gestaltung, die ganz ohne Teppich auskommt.

Art Basel

Die Art Basel wurde 1970 von Basler Galeristen gegründet und veranstaltet heute die weltweit bedeutendsten Kunstmessen für moderne und zeitgenössische Kunst in Basel, Miami Beach, Hongkong und Paris. Jede Messe wird durch die jeweilige Gastgeberstadt und -region definiert und ist daher einzigartig. Dies spiegelt sich an den teilnehmenden Galerien, den präsentierten Kunstwerken und dem Inhalt des Parallelprogramms wider, das in Zusammenarbeit mit lokalen Institutionen für jede Ausgabe entwickelt wird. Das Engagement der Art Basel hat sich durch neue digitale Plattformen und eine Reihe neuer Initiativen wie den Art Basel and UBS Global Art Market Report über die Kunstmessen hinaus erweitert. [Zur Art Basel](#)



Noah Horowitz
CEO Art Basel

«Die Kunstgemeinschaft ist tief mit ihrer Umwelt verbunden. Deshalb engagieren wir uns so sehr für unser Nachhaltigkeitsprofil und für die Entwicklung neuer und innovativer Wege, die das Sammeln von Kunst mit Philanthropie verbinden sowie bedeutende Anliegen von Künstlern, Galerien und Mäzenen sinnvoll unterstützen.»

Im Berichtsjahr 2023 konnten alle Art-Veranstaltungen – Art Basel in Basel, Miami Beach, Paris+ par Art Basel und Hong Kong – erfolgreich durchgeführt werden.



Nachhaltigkeit – Art Basel strebt den Wandel in der Kunstwelt an

Nachhaltigkeit ist ein dringendes Thema für Kunstmessen und die Kunstwelt im Allgemeinen. Die Art Basel setzt sich nachdrücklich dafür ein, ihre Umweltauswirkungen zu reduzieren und ihre Plattform zu nutzen, um einen Wandel in der Kunstwelt anzuregen und um als Inspiration für nachhaltige Praktiken zu dienen. Gemeinsam mit einem Klimaberatungsunternehmen und der internen Green Team entwickelt die Art Basel unmittelbare und langfristige Initiativen, um ihren eigenen ökologischen Fussabdruck zu reduzieren.

Die Art Basel legt proaktiv langfristige Strategien für nachhaltigere Kunstveranstaltungen fest. Zu den unmittelbaren Prioritäten gehören insbesondere:

- Die Erhebung der CO₂-Emissionen aller vier Messen in enger Zusammenarbeit mit der Muttergesellschaft MCH Group AG und einem externen Partner. Die ersten Messungen sind im Jahr 2023 erfolgt.
- Die Entwicklung und Umsetzung einer ganzheitlichen Reduktionsstrategie für alle vier Messen und den damit verbundenen Aktivitäten, einschliesslich der Reduktion der Emissionen gemäss den Richtlinien der Science Based Targets Initiative (SBTi).

Die Art Basel verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz zur Nachhaltigkeit, der ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte berücksichtigt.

Als aktives Mitglied der Gallery Climate Coalition (GCC) unterstützt die Art Basel diese wichtige Initiative, die von Galeristen und anderen Fachleuten aus der Kunstwelt gegründet wurde, und verpflichtet sich zu einer engen Zusammenarbeit mit der GCC beim Thema Nachhaltigkeit, insbesondere bei der Reduzierung von Kohlendioxidemissionen und Abfall (s. Ausführungen weiter unten).

Umweltmassnahmen

Zertifizierte Veranstaltungsorte

Das renovierte Miami Beach Convention Center ist vom U.S. Green Building Council mit dem LEED-Zertifikat in Silber ausgezeichnet worden. Das neue Design reduziert den Energieverbrauch um 20 Prozent. Der Messe Neubau in Basel hat das Minergie-Zertifikat BS-054. Zusätzlich werden die Zielwerte der SIA-Norm 380/4 eingehalten (Beleuchtung, Lüftung/Klimatisierung).

Möglichst nachhaltige Transport- und Reisepraktiken

In Zusammenarbeit mit der Gallery Climate Coalition (GCC) arbeitet die Art Basel aktiv und gemeinsam mit den Logistikpartnern und Ausstellern an dem Ziel, bei allen Ausstellungen nachhaltige Transportpraktiken einzuhalten. Die Art Basel arbeitet so weit wie möglich mit lokalen Lieferanten zusammen. Bei den Reisetätigkeiten des Teams sind kohlenstoffarme Transportmittel vorzuziehen. Bei den Stakeholdern wirbt Art Basel für bewusstes Reisen. Die Tickets für die Art Basel beinhalten die kostenlose Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel in der Region Basel.

Wiederverwendbares Messematerial

Das gesamte Wandsystem der vier Messen ist vollständig wiederverwendbar und wird per Schiff zu jedem Standort transportiert. Es hat eine Lebensdauer von 7–10 Jahren. Danach können die Elemente für andere Zwecke umgenutzt werden.

Das Baumaterial der Miami Beach-Messe, das wiederverwendet werden kann, wird vor Ort gelagert. Material, das von der Art Basel nicht mehr benötigt wird, wird dem örtlichen Gewerbe zur Abholung angeboten.

Die Gangteppiche werden nach der Messe vollständig recycelt und in anderen Branchen wie der Bau- und Möbelindustrie verwendet. Bei den Messen in Hongkong und Miami Beach wird auf die Verwendung von Gangteppichen verzichtet.

Abfallmanagement

Das Abfallmanagement für die Messen ist jeweils mit den allgemeinen Vorschriften des Veranstaltungsortes (z. B. Miami Beach Convention Center) abgestimmt. Der bei den Messen anfallende Abfall wird reduziert, u. a. indem möglichst wiederverwendbare Materialien eingesetzt werden.

Reusecity: Während des Auf- und Abbaus der Messe in Basel wird ein Protokoll zu Abfallsortierung und Recycling eingeführt. Begleitet wird dieses von einem spezifischen Webinar über Abfallmanagement und nachhaltige Verpackungen für Galerien und Spediteure. Dieses Programm findet in Zusammenarbeit mit GCC und Reusecity statt.

Eine wichtige Massnahme ist der Verzicht auf Einwegbesteck an den Essens- und Getränkeständen. Es wird eine Vielzahl von veganen sowie vegetarischen Gerichten angeboten und mit lokalen Lieferanten zusammengearbeitet.

Wasserbrunnen statt Plastikflaschen

Für die Messen in Basel, Paris und Miami Beach wurden auf dem gesamten Messegelände Wasserbrunnen installiert, um die Verwendung von Plastikflaschen zu vermeiden. Die Art Basel ermutigt

die Gastronomiebetriebe, keine Plastikflaschen zu verkaufen und stattdessen Glas oder andere recyclebare Materialien zu verwenden.

Weitere Massnahmen

Die Beleuchtung der Messen wird schrittweise auf 100 % energiesparende LEDs umgestellt.

Druckerzeugnisse werden bei allen Messen – Hongkong, Basel, Paris und Miami Beach – soweit möglich durch digitale Kommunikationsmittel ersetzt.

Workshop mit den Logistikpartnern der Art Basel

Damit Galerien und Kunden ihre eigenen Emissionsberichte erstellen können, haben sich die Logistikpartner anlässlich eines Workshops im November 2023 einverstanden erklärt, bestimmte Informationen – wie Angaben zu den Transportwegen, zum Gewicht oder zur Verpackung – in alle Transport- oder Versandrechnungen aufzunehmen. Damit ist ein erster Schritt gemacht. Das mittelfristige Ziel ist die Erfassung der Emissionen der vor- und nachgelagerten Prozesse aller an der Art Basel Beteiligten. Die Kundenanfragen nehmen merklich zu, so dass künftig eine branchenübergreifende Zusammenarbeit von entscheidender Bedeutung ist.



Nachhaltigkeit: Thema des Conversations-Programms

An den Podiumsdiskussionen des *Conversations-Programms*, die an allen Ausstellungen stattfinden, in Präsentationen vor Ort sowie in redaktionellen Inhalten nimmt die Art Basel das Thema auf und schärft das Bewusstsein für Klimawandel und Nachhaltigkeit.

Im Rahmen der Partneraktivierung in Miami Beach durch *Parley for the Oceans* wurden während der Tage der offenen Tür der Art Basel Miami Beach Führungen angeboten, die wichtige Kunstwerke zum Thema

Nachhaltigkeit vorstellen und die Besucher dazu einladen, zu entdecken, wie Kunst Sprach- und Kulturbarrieren überwinden kann, und warum Kunst und Künstler daher die perfekten Botschafter für den Wandel sind. Die Führungen dauern eine Stunde. Die Einnahmen der Eintrittskarten von 35 \$ gehen an die *Parley Foundation*.

Art Basel-Initiativen für die Gesellschaft

Access by Art Basel

Access by Art Basel ist eine neue Initiative, die Galerien, Künstler, Sammler und gemeinnützige Organisationen über ein massgeschneidertes digitales Verkaufserlebnis miteinander verbindet, um wohltätige Spenden zu fördern.

Access by Art Basel wurde in Zusammenarbeit mit der Blockchain Arcual entwickelt und startete vor der Art Basel Miami Beach 2023. Ziel ist es, das Bewusstsein für sinnvolle Spenden an Wohltätigkeitsorganisationen durch den Verkauf von Kunstwerken im Art Basel-Ökosystem zu schärfen und diese zu unterstützen. Für jede Kaufanfrage für ein Kunstwerk in dieser Auktion müssen die Sammler einen zusätzlichen Beitrag für wohltätige Zwecke leisten, der nach ihrer Wahl an die Miami Foundation oder das Internationale Komitee vom Roten Kreuz (IKRK) gehen soll. Die Spende wird zusätzlich zum Verkaufspreis des Kunstwerks geleistet und beträgt mindestens 10 % des erzielten Auktionspreises.

Parley for the Oceans

Die Art Basel hat sich mit *Parley for the Oceans* zusammengetan, um eine unmittelbare Wirkung zu erzielen, aber auch um langfristige, positive Veränderungen anzuregen. Die Allianz bringt Kreativität, Umweltengagement, Öko-Innovation und Kunst in einer Fundraising-Initiative zusammen. Ziel ist der Schutz der Ozeane und der Meeresökosysteme. Sie dient der Bekämpfung der Auswirkungen des Klimawandels, der Plastikverschmutzung und des Verlusts der Artenvielfalt.

Zu diesem Zweck wird das *Global Cleanup Network von Parley* für jeden gespendeten Dollar 1 Pfund Plastik entfernen und Bildungs- und Meeresprogramme unterstützen, mit der Mission, eine bessere Zukunft zu schaffen, in der saubere und gesunde Ozeane uns alle verbinden.

GCC-Verpflichtung

Die Art Basel ist seit 2023 'active Member' und will mit ihrer GCC-Verpflichtung eine umweltverträgliche Kunstwelt schaffen. Die Gallery Climate Coalition (GCC) ist eine internationale Gemeinschaft von Kunstorganisationen, die sich für die Reduktion der Umweltauswirkungen der Kunstbranche einsetzt. Hauptziel der GCC ist es, die CO₂-Emissionen des Sektors bis 2030 um mindestens 50 % zu senken sowie abfallfreie Methoden und Praktiken zu fördern. Zu diesem Zweck entwickelt die GCC Verfahren, die sie ihren Mitgliedern zur Verfügung stellt. Sie übernimmt eine Führungsrolle in sektorspezifischen Umweltfragen und arbeitet daran, die kollektive Kraft der Mitglieder zu nutzen, um systemische Veränderungen zu erreichen. Als eingetragene Wohltätigkeitsorganisation arbeitet die GCC nicht gewinnorientiert. Die Instrumente und Ressourcen werden kostenlos zur Verfügung gestellt. Die GCC ist auf freiwillige Spenden angewiesen. Wichtige Ziele und Massnahmen der GCC sind:

- Best-Practice-Leitlinien und ein Aktionsplan zur Dekarbonisierung

- Jährliche Erstellung von Emissionsberichten, entweder über den kostenlosen CO₂-Rechner der GCC oder durch externe Audits
- Einrichtung eines Strategischen Klimafonds (SCF) anstelle von konventionellen Kompensationsmassnahmen
- Ein Nachhaltigkeitsteam (oder ein/e Botschafter/in) innerhalb der Organisation ist geschaffen, steht mit dem GCC in Verbindung und setzt die Umweltpolitik um
- Förderung der Kreislaufwirtschaft
- Handlungen sollen mit den Prinzipien der Klimagerechtigkeit im Einklang stehen; die Zusammenhänge zwischen der Klimakrise und globalen Ungerechtigkeiten sind anzuerkennen
- Veröffentlichung einer Erklärung zur Umweltverantwortung auf der Homepage und/oder in den sozialen Medien

«Art Market Principles and Best Practices»

Die Art Basel macht die Kunstwelt erlebbar – und ist deshalb so erfolgreich. Sie gilt unangefochten als führende Weltmesse des internationalen Kunstmarktes. Dies ist Verantwortung und bedeutet Engagement. Eine der entscheidenden Qualitäten der Art Basel ist die Vielfalt der vertretenen Galerien, sowohl in Bezug auf deren geografische Standorte als auch in Bezug auf die Breite der ausstellenden Künstler und der Kunstwerke. Bestimmte professionelle Standards sind daher unerlässlich: sie definieren die Kernwerte des Kunstmarktes, unabhängig davon, wo die Galeristen tätig sind.

Art Basel ist davon überzeugt, dass das Vertrauen für den Verkaufserfolg der Aussteller entscheidend ist, und zwar nicht nur bei den Messen sondern generell. Die Integrität der an der Art Basel teilnehmenden Galeristen ist daher ein Hauptkriterium für deren Aufnahme. Mit weiteren Kriterien und Massnahmen sollen Fälle oder Handlungen verhindert werden, die das allgemeine Vertrauen, das für einen gesunden Kunstmarkt unerlässlich ist, beschädigen könnten.

Die Art Basel hat ihr Ausstellerreglement erweitert und eine Reihe von Grundsätzen definiert, welche die Erwartungen der Art Basel an die Aussteller betreffend ihrer Verantwortung gegenüber Künstlern, Anbietern von Kunstwerken, Käufern und ihrer Branche ausdrücken. Mit dieser Erweiterung des Ausstellerreglements will die Art Basel einen Beitrag zur Stärkung des internationalen Kunstmarkts leisten, der auf Vertrauen aufbaut und die Künstler schützt und unterstützt.

Die «Art Market Principles and Best Practices» sind erstmals bei der Bewerbung für die Teilnahme an der Art Basel Miami Beach 2018 zur Anwendung gelangt. [Mehr dazu](#)

Art Market Report

Art Basel und UBS präsentieren den Art Market Report, eine jährliche Analyse des globalen Kunstmarktes. Der Art Market Report gibt einen Überblick über den internationalen Kunstmarkt und beleuchtet die wichtigsten Trends und Entwicklungen. Der Report analysiert als unabhängige und objektive Studie die Verkäufe und andere Aktivitäten verschiedener Marktsegmente wie Galerien, Auktionshäuser, Kunstmessen und Sammler. [Zum Report](#)

ART BASEL	2023 (Base year)									
	Einheit	Art Basel EVENT	Art Basel Office ¹	Art Miami Beach EVENT	Art US Office	Art Paris+ EVENT	Art Paris+ Office	Art Hong Kong EVENT	Art Hong Kong Office	TOTAL
Energieverbrauchsfläche	m2	61 894		69 200	245	12 650	170	35 907	457	180 522
Event-Tage	Anzahl	6		5		3		5		19
Besucher	Anzahl	81 605		80 397		36 066		77 408		275 476
Energie										
Total Energieverbrauch	MWh	1 695		2 056	18	190	22	185	21	4 187
Total Stromverbrauch	MWh	1 579		2 053	7	190	12	185	21	4 047
Total Stromverbrauch erneuerbar	%	100		0	0	0	0	0	0	39.02
Total Stromverbrauch nicht erneuerbar	%	0		100	100	100	100	100	100	60.98
Energieintensität	kWh/m2	27.39		29.72	72.62	15.04	128.34	5.15	46.30	23.20
Emissionen										
Total Emissionen	tCO2e	112 163		111 458	1 286	70 391	21	37 466	699	333 486
Total direkte Emissionen (Scope 1)	tCO2e	33		37	2	6	2	7	0	88
Total indirekte Emissionen (Scope 2, market-based)	tCO2e	7		769	3	9	1	127	14	929
Total indirekte Emissionen (Scope 2, location-based)	tCO2e	26		769	3	9	1	127	14	947
Total indirekte Emissionen (Scope 3)	tCO2e	112 123		110 652	1 281	70 376	18	37 332	685	332 469
Total Emissionen kompensiert	tCO2e/%	0		0		0		0		0
Emissionsintensität	tCO2e/ m2	1.81		1.61	5.25	5.56	0.13	1.04	1.53	1.85
Abfall										
Total Abfall	t	120.24		²	1.95	85.55	1.9091	21.828	2.88	234.3571
Total Abfall Verbrennung	%	3.29%		²	63.08%	36.69%	100.00%	97.76%	83.33%	26.55%
Total Abfall Recycling	%	96.71%		²	36.92%	63.31%	0.00%	2.24%	16.67%	73.45%
Abfallintensitätsrate	kg/m2	1.94		²	7.97	6.76	11.23	0.61	6.30	1.30
Wasser										
Tap water	Liter	4 484		²		968		2 129		7 580
MITARBEITENDE										
Total Mitarbeitende (Voll- und Teilzeit)	Anzahl F/ M		46 ; 16		21 ; 2		13 ; 6 ³		29 ; 6	109 ; 30

1 Die Daten zur Art Basel werden getrennt nach Standort sowie nach Event und Offices ausgewiesen. Die Umweltkennzahlen der Art Basel Offices sind in 'Verwaltung Basel' (Corporate Functions) integriert.

2 Exklusive Art Basel Miami Beach, Dezember 2023 (Datenverfügbarkeit)

3 Inkl. 1 M in den Niederlanden

LIVE MARKETING SOLUTIONS

MCH Global, MC², MC² Europe und Expomobilia bieten im Bereich Experience Marketing ganzheitliche «Through-The-Line-Lösungen», von der Strategie und Konzeption bis zur Umsetzung – und das weltweit.

Expomobilia

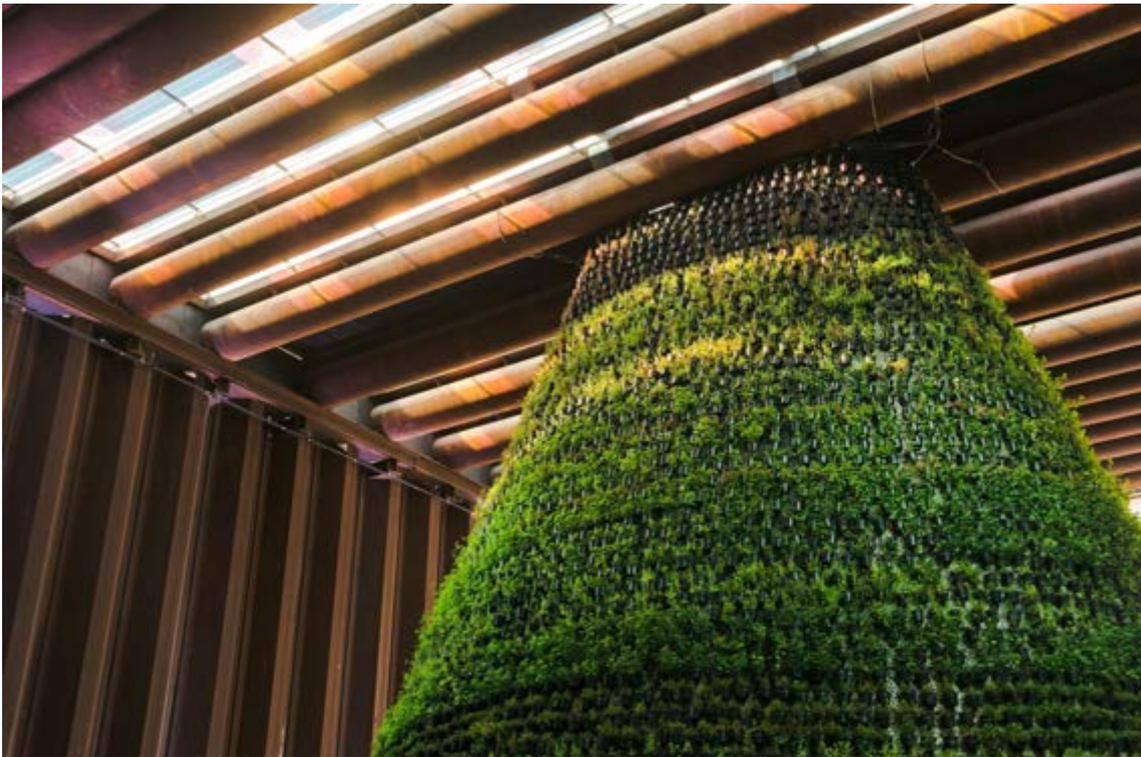
Expomobilia schafft Räume für aussergewöhnliche Erlebnisse. Als Generalunternehmer realisiert die Expomobilia in der Schweiz und weltweit Messestände, Ausstellungen, Kunstmessen, Events, Pavillons, Showrooms, Experience Centres, Roadshows, temporäre und semi-permanente Bauten in allen Stilen und Formaten. Konzepte sowie Designs setzt das hochqualifizierte Team präzise und effizient um. [Zu Expomobilia](#)



Rob Graven
CEO Expomobilia

«In unserer Welt der globalen und temporären Bauten ist Nachhaltigkeit für uns Priorität. Wir bemühen uns, wann immer möglich, umweltfreundliche Materialien zu verwenden, legen Wert auf Energieeffizienz, gehen verantwortungsbewusst mit Abfall um und engagieren, wann immer möglich, lokale Arbeitskräfte und Materiallieferanten. Unser Ziel ist es, funktionale und umweltbewusste Strukturen und Dienstleistungen für eine nachhaltige Zukunft zu liefern.»

Selbst für die ungewöhnlichsten Ideen findet Expomobilia Lösungen, die sich hochwertig, aber gleichzeitig auch ressourcenschonend sowie im vorgegebenen Zeit- und Budgetrahmen umsetzen lassen. Grossen Wert wird auf Standbauten mit langer Lebensdauer und hoher Wiederverwendbarkeit gelegt. In der Produktionskette werden in Zusammenarbeit mit den Kunden nachhaltige Lösungen geprüft, entwickelt und umgesetzt. Expomobilia hat Standorte in der Schweiz (Effretikon) sowie in Asien.



Lowres Pavillon Niederlande – Award für Nachhaltigkeit an der Weltausstellung in Dubai

Besondere Massnahmen im Bereich Energie

- Zwei eigene Photovoltaik-Anlagen (3000 m²)
- Der Strombedarf wird mit Schweizer Ökostrom (FAIR POWER) und den eigenen Photovoltaikanlagen abgedeckt
- Reduktion der Raumtemperaturen in den Büros und im Lager
- E-Tankstelle am Standort Effretikon
- Neue LED-Lampen für die allgemeine Beleuchtung
- Verzicht auf Geschäftsautos. Halbtax-Abonnemente für die Mitarbeitenden

An ihren Standorten in Effretikon und Fehraltorf betreibt Expomobilia zwei Photovoltaikanlagen mit insgesamt 3'000 m² Fläche. Damit werden durchschnittlich 435 MWh pro Jahr erzeugt.

Seit 2014 deckt Expomobilia ihren gesamten Strombedarf mit Schweizer Ökostrom und bezieht diesen vom unabhängigen Grünstrom-Spezialisten FAIR POWER. Das FAIR POWER Zertifikat garantiert, dass dieser Strom ökologisch hergestellt und für Expomobilia ins Netz eingespeist wird. Der CO₂-Anteil der Wasserkraftproduktion wird vollständig über die Fair Recycling Foundation kompensiert.

Weitere Nachhaltigkeitsmassnahmen

Lokale Kompetenzen

Expomobilia legt Wert darauf, bei der Umsetzung von Projekten rund um den Globus, lokale Kompetenzen aufzubauen und mit Partnern vor Ort zusammenzuarbeiten.

Grossprojekte mit indirekten wirtschaftlichen Auswirkungen

Expomobilia realisiert einzelne Projekte mit bedeutenden indirekten wirtschaftlichen Auswirkungen, d. h. bei welchen die Standorte (wie Basel, Paris) bei der Ausführung (Tourismus, Gastronomie etc.) mitprofitieren.

Nachhaltige Beschaffung, Produktion und Entsorgung

Bei den Produkten, welche Expomobilia anbietet, werden Umwelteinflüsse, Design oder Herstellung mitberücksichtigt. Diese Kriterien fliessen in die Wahl von Lieferanten und Subunternehmern ein. Bei gewissen Projekten sind Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft ein grosses Thema. Die Kundenanfragen hierzu haben deutlich zugenommen. Beispielsweise interessiert, welche Materialien verwendet werden (z. B. zertifizierte Eiche), woher diese kommen, ob sie wiederverwendet, rezykliert oder entsorgt werden.

Logistik und Transport

Die Expomobilia arbeitet mit einem Logistik-Partner zusammen. Logistik- und Transportaufträge werden, wenn immer möglich, zusammengelegt.

Attraktive Arbeitgeberin

Gezielte Branding-Massnahmen steigern die Attraktivität als Arbeitgeberin. Geplant ist ein neues Gewinnbeteiligungssystem ab 2024, mit Job-Architecture- und Lohnbandanalyse.

Zertifizierungen und Awards

- ISO 20121 Zertifizierung für nachhaltiges Event- und Messemanagement (als erster Generalunternehmer in der Schweiz)
- Nachhaltiger Temporärbau: Ausgezeichnet bei den «Big 5 Construction Impact Awards»
- Auszeichnung an der Weltausstellung in Dubai für den Schweizer Pavillon
- Auszeichnung an der Weltausstellung in Dubai für den niederländischen Pavillon (nachhaltige Bauweise)

EXPOMOBILIA	2023 (Base year)			
	Einheit			
Energiebezugsfläche	m2	19 835	29	19 864
Energie				
Total Energieverbrauch	MWh	1 042	15	1 057
Total Stromverbrauch	MWh	474	15	488
Total Stromverbrauch erneuerbar	%	100	0	97
Total Stromverbrauch nicht erneuerbar	%	0	100	3
Energieintensität	kWh/m2	52.56	505.70	53.21
Emissionen				
Total Emissionen	tCO2e	2 239	232	2 471
Total direkte Emissionen (Scope 1)	tCO2e	98	0.02	98
Total indirekte Emissionen (Scope 2, market-based)	tCO2e	23	10	33
Total indirekte Emissionen (Scope 2, location-based)	tCO2e	28	10	38
Total indirekte Emissionen (Scope 3)	tCO2e	2 118	222	2 340
Total Emissionen kompensiert	tCO2e/%	0	0	0
Emissionsintensität	tCO2e/m2	0.11	7.99	0.12
Abfall				
Total Abfall	t	231.0	0.7	231.7
Total Abfall Verbrennung	t/%	89%	95%	89%
Total Abfall Recycling	t/%	11%	5%	11%

Abfallintensitätsrate	kg/m2	11.6	22.6	11.7
Mitarbeitende				
Total Mitarbeitende (Voll- und Teilzeit)	Anzahl F/M	41 ; 65 ¹	9 ; 4	53 ; 72

1 Inkl. 4 M in Frankreich



MCH Global

MCH Global ist eine führende Brand Experience Marketing Agentur, mit Vertretungen in Zürich, Dubai und Amsterdam. MCH Global versteht sich als ein Team von leidenschaftlichen Geschichtenerzählern («Storytellers»). Als solche kreiert und realisiert die Agentur eindruckliche Erlebnisse, verbunden mit innovativen, digitalen und virtuellen Lösungen sowie erstklassigem Content. [Zu MCH Global](#)



Ties Hendriks
CEO MCH Global

«Unsere Mission bei MCH Global ist es, multikulturelle Teams zu fördern, um eine nachhaltige Zukunft zu schaffen. Wir sind davon überzeugt, dass Vielfalt und kulturübergreifende Zusammenarbeit nicht nur für Innovation, sondern auch für die Lösung der dringenden Herausforderungen unserer heutigen Welt unerlässlich sind. Unsere Agentur setzt sich dafür ein, Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen, Kulturen und Erfahrungen zusammenzubringen. Wir sind der festen Überzeugung, dass wir durch die Einbeziehung unterschiedlicher Perspektiven die Kraft der Kreativität nutzen können, um einzigartige und wirkungsvolle Lösungen zu entwickeln, die soziale, wirtschaftliche und ökologische Probleme nachhaltig zu lösen können.»

Trends prägen das Jahr 2023

In der post-Covid-Phase stellt die MCH Global bei den Kunden eine strategische Neuorientierung fest, einen Trend hin zu vermehrt inhaltsorientiertem Marketing. Die Kunden fokussieren damit verstärkt auf strategische Wachstumsinitiativen (SGI), auf Shows, Veranstaltungen und virtuelle Events. Um den sich entwickelnden Marktanforderungen gerecht zu werden, hat MCH Global im Jahr 2023 das Team neu strukturiert und das Studioteam erweitert, das nun mehr Kreative, Designer und Projektmanager umfasst. Content-Entwicklung ist ein neuer Schwerpunkt. Darüber hinaus hat die MCH Global ihre geografische Präsenz durch die Eröffnung eines neuen Büros in Amsterdam im April 2023 ausgebaut. Dieser neue Standort dient als strategischer Schritt, um die Reichweite des Unternehmens zu vergrößern und die Präsenz in wichtigen Märkten zu stärken. Im Jahr 2023 sind insgesamt 29 Mitarbeitende bei MCH Global eingetreten.

MCH Global betreute im 2023 Marken wie:

- Adidas (Fall/Winter 23 – Culture Credibility)
- BMW XM House at Sole DXB
- Lucid AMP2 Factory opening

Nachhaltigkeit auf Projektebene

«Move for the Planet» mit Adidas

Für das «Move for the Planet»-Projekt mit Adidas hat MCH Global einen umweltbewussten Ansatz verfolgt. Es wurden ausschliesslich nachhaltige Materialien verwendet. Obwohl diese Initiative ein Schritt in Richtung Umweltverantwortung war, ist anzuerkennen, dass MCH Global hinsichtlich der Abfallmenge das Ziel noch nicht erreichen konnten. Die Materialien waren zwar ökologisch, aber schwierig zu beschaffen und mit höheren Kosten verbunden. Dieser Aspekt stellte eine besondere Herausforderung dar, da es gilt, ein Gleichgewicht zwischen finanzieller Verantwortung und Umweltethik herzustellen.

Internes Game Changers-Projekt

Das auf MCH Group-Ebene initiierte «Game Changers»-Projekt hat die Teamdynamik innerhalb der Organisation erheblich verbessert. Im Rahmen dieses Programms werden alle Teams regelmässig zusammengeführt, um ein Umfeld zu schaffen, in dem die Teammitglieder ihre Gefühle austauschen, potenzielle Störungen besprechen und ihre Ziele aufeinander abstimmen können. Derzeit umfasst diese Initiative fünf MCH Global-Teammitglieder in Dubai und eines in Zürich. Der Creative Director in Dubai führt beispielsweise wöchentliche Schulungen für alle kreativen Mitarbeitenden durch, um eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Fähigkeiten und kreative Innovationen zu gewährleisten. Durch das Verständnis und die Wertschätzung unterschiedlicher Perspektiven arbeiten die Teams effektiver zusammen.

Community-Projekt

MCH Global hat ein White Paper entwickelt, das die neuesten Trends im Mittleren Osten aufzeigt. Dieses Dokument dient als wertvolle Ressource für die Community in Dubai und unterstreicht das Engagement des Unternehmens für den Wissensaustausch und die Gemeinschaft.

MCH Global		2023 (Base year)
	Einheit	
Standorte	Anzahl	3
Energiebezugsfläche	m ²	598
ENERGIE		
Total Energieverbrauch	MWh	103
Total Stromverbrauch	MWh	18
Total Stromverbrauch erneuerbar	%	0
Total Stromverbrauch nicht erneuerbar	%	100
Energieintensität	kWh/m ²	171
EMISSIONEN		
Total Emissionen	tCO ₂ e	254
Total direkte Emissionen (Scope 1)	tCO ₂ e	6
Total indirekte Emissionen (Scope 2, market-based)	tCO ₂ e	26
Total indirekte Emissionen (Scope 2, location-based)	tCO ₂ e	26
Total indirekte Emissionen (Scope 3)	tCO ₂ e	222
Total Emissionen kompensiert	tCO ₂ e/%	0
Emissionsintensität	tCO ₂ e/m ²	0.42
Abfall		
Total Abfall	t	11

Total Abfall Verbrennung	%	100%
Total Abfall Recycling	%	0%
Abfallintensitätsrate	kg/m2	39.8
MITARBEITENDE		
Total Mitarbeitende (Voll- und Teilzeit)	Anzahl F/M	19 ; 15

ADIDAS FW23 ORIGINALS

BRAND ACTIVATION

For their fall/winter campaign adidas Originals came to MCH Global to help to fully relaunch their brand in the Middle East. With the campaign tagline of "We gave the world an original, you gave us a thousand back" our team activated one of the largest LED screen displays in the region with the Riyadh Boulevard.

From conceptualization, storyboarding, animation development, and execution the content takeover marked this pivotal moment in the brand narrative in the most spectacular way.

MCHGLOBAL

WATCH THE VIDEO

MC² USA

MC² ist eine mehrfach preisgekrönte global tätige Agentur für Markenerlebnislösungen. Strategisches Verständnis, inspirierendes Design und die nahtlose Ausführung sorgen für den Erfolg der Kunden in einer sich ständig verändernden Welt. Mit Leidenschaft und im Interesse der Kunden lotet MC² Grenzen aus, um neue Opportunities zu schaffen. Kreativität, neuste Technologien und eine globale Präsenz stehen den Kunden für deren Weiterentwicklung zur Verfügung. MC² ist an 12 Standorten in den USA vertreten. [Zu MC² USA](#)



Don LEE
CEO MC²

«Wir sind sehr erfreut darüber, dass unsere Kunden und Lieferanten der ökologischen und wirtschaftlichen Nachhaltigkeit weiterhin höchste Priorität einräumen. Wenn wir unsere Werte, Verpflichtungen und Praktiken im Bereich der Nachhaltigkeit mit denen dieser Partner abstimmen, haben wir einen messbaren und dauerhaften Einfluss auf die Verbesserung unserer Umwelt und gehen das Thema Nachhaltigkeit sinnvoll an.»

Dashboard für die Erhebung von Umweltdaten eingeführt

MC² hat im Jahr 2023 ein Dashboard für die systematische Erhebung der Umweltdaten eingeführt. Ein interner Nachhaltigkeitsanalyst wird Daten zu Energieverbrauch und Emissionen, zu den Arbeitswegen und dem Pendelverhalten der Mitarbeitenden (Meilen/Zeit), den Flugreisen, Übernachtungen, den Emissionen von Transport und Logistik sowie von Materialien erfassen. Per 2024/2025 will MC² auf einer soliden Datengrundlage Ziele festlegen können.

Neue Kundenbedürfnisse – Nachhaltige Angebote

Die Kundenbedürfnisse wandeln sich. Die Nachfrage nach nachhaltigen Live Marketing-Lösungen hat zugenommen. Bei MC² wird das Angebot den Kundenbedürfnissen entsprechend weiterentwickelt und bei Design, Produktion oder in der Information zu Material oder Transport wird auf die Anliegen eingegangen.

- Laufende Optimierung von Transport und Logistik: Effizienzsteigerung durch das Zusammenlegen von Ladungen oder die Minimierung der gefahrenen Kilometer
- Verringerung des Abfalls der Gebäudestrukturen: Hier können sowohl Kosteneinsparungen erzielt als auch Umweltziele erreicht werden
- Kreislaufwirtschaft: Es wird auf die Wiederverwendung von Materialien und Bauteilen (z. B. Balken) gesetzt und Dekorations- und Einrichtungsgegenstände werden vermietet

Gesellschaftliche Themen sowie die Mitarbeiterentwicklung sind ein Anliegen der MC².

Squared Effect – Praktikumsprogramm

Gemeinsam mit HISPA und CHRPD wurde ein Praktikumsprogramm durchgeführt. Vier Praktikantinnen und Praktikanten nahmen an dem 8-wöchigen Programm teil. Ziel ist es, Studierenden aus unterrepräsentierten Bevölkerungsgruppen dabei zu helfen, ihre Karriere durch Berufserfahrung zu beschleunigen. Das Programm erwies sich für alle Beteiligten als Erfolg. Einer der Praktikanten ist nun fest angestellt. Die Fortsetzung sowie Ausweitung des Programms auf das ganze Land ist geplant.

Teilnahme an Branchenkonferenzen zur Mitarbeiterentwicklung

MC² partizipiert aktiv – als Redner oder Sponsor – an Branchenkonferenzen zu unterschiedlichen Themen, wie:

- Sponsoring und Leitung der Podiumsdiskussion «Your Rise as a Corporate Influencer» auf der Jahreskonferenz 2023 der Corporate Event Marketing Association (CEMA)
- Sponsoring des Nachhaltigkeitslehrgangs auf der Jahreskonferenz 2023 der International Association of Exhibitions and Events (IAEE)

Mutterschafts- und Elternurlaub (seit 2023)

MC² hat im Jahr 2023 neue Elternurlaubsregelungen für Mitarbeiter eingeführt, um Eltern zu unterstützen. Diese Regelung bietet Eltern zusätzliche Flexibilität und Zeit, um sich an ihr neues Kind zu binden und sich an die neue Familiendynamik anzupassen.

Neue Code of Conduct-, Geschäftsethik- und Anti-Belästigungs-Schulungen für alle Mitarbeitenden:

- Neue Mitarbeitende erhalten den Code of Conduct.
- Schulungen zum Thema Belästigung im gesamten Unternehmen in Übereinstimmung mit den Richtlinien der United States Equal Employment Opportunity Commission (EEOC).
- Unternehmensweit wurden Datensicherheitsschulungen durchgeführt.
- Aktive Beteiligung (Game Changers) am Kulturentwicklungsprogramm der MCH Group.

MC ² US	2023 (Base year)	
	Einheit	MC ² USA
Standorte	Anzahl	12
Energiebezugsfläche	m ²	81 145
ENERGIE		
Total Energieverbrauch	MWh	5 629
Total Stromverbrauch	MWh	2 308
Total Stromverbrauch erneuerbar	%	0
Total Stromverbrauch nicht erneuerbar	%	100
Energieintensität	kWh/m ²	69
EMISSIONEN		
Total Emissionen	tCO ₂ e	57 143
Total direkte Emissionen (Scope 1)	tCO ₂ e	1 416
Total indirekte Emissionen (Scope 2, market-based)	tCO ₂ e	864
Total indirekte Emissionen (Scope 2, location-based)	tCO ₂ e	864
Total indirekte Emissionen (Scope 3)	tCO ₂ e	54 863

Total Emissionen kompensiert	tCO2e/%	0
Emissionsintensität	tCO2e/m2	0.70
Abfall		
Total Abfall	t	1 500
Total Abfall Verbrennung	%	32.96%
Total Abfall Recycling	%	67.04%
Abfallintensitätsrate	kg/m2	18.5
MITARBEITENDE		
Total Mitarbeitende (Voll- und Teilzeit)	Anzahl F/M	183 ; 660



MC² Europe



Mit 40-jähriger Erfahrung als Full-Service-Partner für erlebnisreiche Livekommunikation plant, konzipiert und realisiert MC² Europe massgeschneiderte temporäre Architektur jeder Art und Grösse. Ob Events, Roadshows, Showrooms oder Pop-up-Stores, ob in Deutschland, Europa oder dem Rest der Welt: MC² Europe macht Marken zum Erlebnis.

[Zu MC² Europe](#)

Die MC² Europe blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2023 zurück. Die Kaufexperience im Bereich der digitalen Lösungen nimmt neue Dimensionen an. Die Creative- und Design-Abteilung, zuständig für Ideen und Konzepte, arbeitet heute in einer ganz anderen Tiefe. Spezifisch ausgebildete Manager für nachhaltige Events setzen die Konzepte um. Wesentliche Herausforderungen im Jahr 2023 waren Lieferengpässe und die deutlich gestiegenen Energiepreise.

Nachhaltigkeit auf der Agenda

MC² Europe stimmt ihr Nachhaltigkeitsengagement sowohl mit den UN SDG als auch mit den Zielen der MCH Group ab (UN SDG: United Nations Sustainable Development Goals). Dementsprechend wurden Fokusziele definiert, für die ein Budget eingeplant wird. Mit grossem Engagement wurden die Geschäftsprozesse nachhaltig ausgerichtet, nicht zuletzt um auch die Kunden umfanglich zu nachhaltiger Planung und Durchführung von Projekten zu beraten und hier als Impulsgeber zu fungieren.

Es wird grosser Wert auf kontinuierliche Verbesserung und die Schaffung einer Arbeitsumgebung gelegt, in der sowohl neue Ideen und innovative Lösungen als auch bewährte Verfahren gefördert werden. Es wird eine offene und kooperative Kultur mit flachen Strukturen gelebt, in der alle die Möglichkeit haben, das persönliche Potenzial zu entfalten und zur Weiterentwicklung beizutragen.

Massnahmen im Umweltbereich

Eventmanagement

Im Jahr 2021 haben sich Prozessverantwortliche zu «Beauftragte für Nachhaltiges Eventmanagement nach DIN ISO 20121:2013» qualifiziert und transferieren ihr Know-how in alle Arbeitsbereiche entlang der Wertschöpfungskette zu den Kunden. Im Jahr 2023 wurden Erweiterungsschulungen finanziert, um die Beratungskompetenz der Mitarbeitenden weiter auszubauen.

Lieferantenbewertung

Lieferanten und Dienstleister werden kontinuierlich mit Blick auf die CO₂-Emissionen und eigenen Nachhaltigkeitsbestrebungen befragt und bewertet. Die Resultate fliessen in die Lieferantenbewertung ein.

CO₂-Rechner und zertifizierte Klimaschutzprojekte

Mit CO₂-Rechnern stellt MC² Europe projektbezogen Energieverbräuche in Emissionen dar: So werden sowohl ein besseres Verständnis und mehr Transparenz geschaffen, als auch unvermeidbare Emissionen erkannt, die über nachhaltige Klimaschutzprojekte 1:1 finanziell ausgeglichen werden können.

Photovoltaik

MC² Europe bezog in den Jahren 2021 bis 2023 mehr als 50 % ihres Strombedarfs über eigene Photovoltaikanlagen und speiste Überkapazitäten ins öffentliche Stromnetz (Reduktion der Eigenverbrauchsquote auf rund 70 %). Die Erweiterung der Photovoltaikanlage ist für das Jahr 2024 geplant (Verdoppelung der Produktionskapazität).

Modulare und wiederverwendbare Standbausysteme

MC² Europe hat zwei neue modulare und somit wiederverwendbare Standbausysteme eingeführt und dazu neue Komponenten beschafft, die für Kunden kreativ und innovativ eingesetzt werden.

Biodiversität

Auf den Gelände existieren nun Grünflächen, die nicht gemäht werden, um den Bienen oder anderen Tieren und Pflanzen ein passendes Umfeld zu bieten.

Weitere Massnahmen

Die eigene Flotte wird hinsichtlich der Effizienz geprüft.

Die Reisepraktiken sind neu definiert.

Klimaanlagen sind durch effizientere ersetzt.

Die Beleuchtung ist gemäss Team-Absprache angepasst.

Drucker mit effizienteren Tonern sind im Einsatz (Emissionen).

Es werden bio-abbaubare Reinigungsmittel genutzt

Nachhaltigkeit für die Gesellschaft

Stakeholderinvolvement

Der Geschäftsführer führt im Rahmen der Jahresabschlüsse die Gespräche mit den Partnern über den Nachhaltigkeitsbericht. Bericht und Themen werden mit Kunden oder Partnern vertieft, alle interessierten Parteien werden involviert, inklusive der Hausbank.

Diversität und Chancengleichheit

Die MC² Europe berechnet jährlich die Gender Equal-Pay (Leistung und Qualifikation in der Bewertung). Die letzte grössere Diskrepanz gab es im Jahr 2016. Seit da wurde eine erfreuliche Ausgewogenheit in der Organisation erreicht, namentlich im Bereich Alter oder Nationalitäten. Die breite Fächerung und Durchmischung wird gut gelebt und als wertvoll erachtet.

Imagevideo zur Gewinnung junger Talente

Als zeitgemässe Recruitingmassnahme für qualifizierte Talente wurde ein Unternehmensspot gedreht, der die MC² Europe als modernen Arbeitgeber präsentiert, und auf der Website und allen Social-Media-Kanälen genutzt wird. [Zum Video](#)

Weiterbildungen und Schulungen

Über die Regelschulungen hinaus wurden Teammitglieder individuell weiterqualifiziert. Aus den jährlichen Einzelgesprächen mit allen Mitarbeitenden wurden spezifische Schulungen und Weiterbildungen identifiziert. Zudem werden Teammeetings zum Anlass genommen, Bewusstseinsbildung zu Nachhaltigkeitsthemen zu fördern.

Mitarbeiterbindung

Um die Arbeitgeberattraktivität stetig hoch zu halten bietet MC² Europe den Mitarbeitenden eine kostenfreie Mitgliedschaft im Fitnessunternehmens FitX, flexible Arbeitszeitmodelle inklusive Homeoffice, das «Wertpapier» mit Leitlinien als verlässliche Basis für alle Entscheidungen, Lohngleichheit sowie individuelle Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Zertifizierungen – Umwelt und Qualität im Fokus

Qualitätsmanagement-Norm DIN EN ISO 9001:2015 Energiemanagement-Norm DIN EN ISO 50001:2018 Umweltmanagement-Norm DIN EN ISO 14001:2015
Auditierung des nachhaltigen Eventmanagements nach DIN ISO 20121:2013
Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung DIN EN ISO 26000

MC ² Europe	2023 (Base year)	
	Einheit	MC ² Europe
Standorte	Anzahl	1
Energiebezugsfläche	m2	5 000
ENERGIE		
Total Energieverbrauch	MWh	399
Total Stromverbrauch	MWh	102
Total Stromverbrauch erneuerbar	%	62.91

Total Stromverbrauch nicht erneuerbar	%	37.09
Energieintensität	kWh/m2	80
EMISSIONEN		
Total Emissionen	tCO2e	724
Total direkte Emissionen (Scope 1)	tCO2e	131
Total indirekte Emissionen (Scope 2, market-based)	tCO2e	22
Total indirekte Emissionen (Scope 2, location-based)	tCO2e	22
Total indirekte Emissionen (Scope 3)	tCO2e	571
Total Emissionen kompensiert	tCO2e/%	0
Emissionsintensität	tCO2e/m2	0.14
Abfall		
Total Abfall	t	292
Total Abfall Verbrennung	%	83.28%
Total Abfall Recycling	%	16.72%
Abfallintensitätsrate	kg/m2	58
MITARBEITENDE		
Total Mitarbeitende (Voll- und Teilzeit)	Anzahl F/M	9 ; 20

OR Art. 964 b

Dieser Bericht wurde vor der Veröffentlichung durch den Verwaltungsrat der MCH Group genehmigt.

Bei der MCH Group besteht kein Verdacht auf Kinderarbeit (s. Governance). Es werden keine Mineralien und Metalle aus Konflikt- und Hochrisikogebieten eingeführt. Das Unternehmen entspricht den neuen Berichterstattungs-, Transparenz- und Sorgfaltspflichten gemäss Obligationenrecht (Art. 964a-c und 964j-l OR) sowie der dazugehörigen Ausführungsverordnung (Verordnung über Sorgfaltspflichten und Transparenz in den Bereichen Mineralien und Metalle aus Konfliktgebieten sowie Kinderarbeit [VSoTr]).

Der Nachhaltigkeitsbericht 2023 legt Rechenschaft über folgende nichtfinanzielle Belange ab (OR Art. 964 b):

Umweltbelange	Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit auf Mensch und Umwelt, insbesondere auf die CO ₂ -Ziele (GRI 302, 305, 306, 308)
Sozialbelange	Angaben zum Schutz der verschiedenen Stakeholder sowie zum Dialog mit den Stakeholdergruppen (Governance)
Arbeitnehmerbelange	Angaben zu den Arbeitsbedingungen, Informations- und Konsultationsrechten, zur Chancengleichheit (GRI 2-7, 404, 405, 414; Code of Conduct)
Menschenrechte	Angaben zur Einhaltung der Menschenrechte gem. den verbindlichen Regelwerken (Code of Conduct)
Anti-Korruption	Angaben zu den Massnahmen zur Prävention und Bekämpfung der Korruption (GRI 205, Code of Conduct)

GRI-Index



CONTENT INDEX ESSENTIALS SERVICE

2024

Im Rahmen des "Content Index - Essentials Service" überprüfte GRI, ob der GRI-Inhaltsindex den Anforderungen an die Berichterstattung gemäss den GRI-Standards entspricht, und dass die Informationen im Index klar dargestellt und für die Stakeholder zugänglich sind. - Der Service wurde auf der Grundlage der deutschen Version des Berichts durchgeführt.

Anwendungserklärung Die MCH Gruppe hat in Übereinstimmung mit den GRI-Standards für den Zeitraum vom 1. Januar 2022 bis 31. Dezember 2023 berichtet. (GRI 2-3)

Anwendung von GRI 1 GRI 1: Grundlagen 2021

GRI-Index Der GRI-Index beinhaltet die Allgemeinen Angaben (GRI 2), die Wesentlichen Themen (GRI 3) sowie die Gründe für Auslassungen bei Angaben oder Anforderungen, denen die Organisation nicht entsprechen kann

Prinzipien der Berichterstattung Die MCH Gruppe bestätigt die Anwendung der Prinzipien der Berichterstattung: Genauigkeit, Ausgewogenheit, Verständlichkeit, Vergleichbarkeit, Vollständigkeit, Nachhaltigkeitskontext, Aktualität, Prüfbarkeit

GRI Standard	Angabe	Ort/Seite	Grund für Auslassung. Bemerkungen.
--------------	--------	-----------	------------------------------------

NB: Nachhaltigkeitsbericht

GRI 1: Grundlagen 2021

GRI 2: Allgemeine Angaben 2021

Die Organisation und ihre Berichterstattungspraktiken

GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-1 Organisationsprofil	NB: 3, 8, 45, 102	
	2-2 Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	NB: 8, 9, 45	
	2-3 Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	NB: 90, 103	
	2-4 Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	NB: 12	
	2-5 Externe Prüfung	NB: 12, 13, 98	

Tätigkeiten und Mitarbeiter:innen

GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-6 Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	NB: 8-11	
	2-7 Angestellte	NB: 33-36, 57 f.	Independent Limited Assurance
	2-8 Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind	NB: 33-36, 57 f.	

Unternehmensführung			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-9 Führungsstruktur und Zusammensetzung	NB: 45	
	2-10 Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans	Link	
	2-11 Vorsitzende:r des höchsten Kontrollorgans	NB: 101	
	2-12 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen	NB: 13, 45, 90, 102	
	2-13 Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	NB: 13, 45, 103	
	2-14 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	NB: 13, 45, 90, 102	
	2-15 Interessenkonflikte	NB: 47, 55	
	2-16 Übermittlung kritischer Anliegen	NB: 47, 55	
	2-17 Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	Link	
	2-18 Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	Link	
	2-19 Vergütungspolitik	Link	
	2-20 Verfahren zur Festlegung der Vergütung	Link	
	2-21 Verhältnis der Jahresgesamtvergütung	Auslassung	Informationen nicht verfügbar/ unvollständig ¹
Strategie, Richtlinien und Praktiken			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-22 Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	NB: 3, 14	
	2-23 Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	NB: 17, 22, 47, 49, 55, 89	
	2-24 Einbeziehung politischer Verpflichtungen	NB: 9-11, 28, 43f	
	2-25 Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	NB: 14-16, 17-18, 47-48, 50, 55	
	2-26 Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	NB: 45, 47, 48, 55	
	2-27 Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	NB: 12, 44f., 47, 49, 89	
	2-28 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	NB: 56	
Einbindung von Stakeholdern			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-29 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	NB: 45-46, 55	
	2-30 Tarifverträge	Link	
GRI 3: Wesentliche Themen 2021			
	3-1 Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	NB: 17, 18, 51	
	3-2 Liste der wesentlichen Themen	NB: 17, 18, 51	

WESENTLICHE THMEN			
ÖKONOMIE, GOVERNANCE			
Wirtschaftliche Leistung			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	NB: 8-11	
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016	201-1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	Link	
	201-3 Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne	Link	
	201-4 Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand	Link	
Antikorruption			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	NB: 13, 18, 49, 89	
GRI 205: Antikorruption 2016	205-1 Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	100%	
	205-2 Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	NB: 22 (Supplier), 46 (MA)	
	205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Massnahmen	NB: 49	
Wettbewerbswidriges Verhalten			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	NB: 48f.	
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016	206-1 Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	NB: 49	
Neue Geschäftsmodelle			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	NB: 17-18, 51, 57f. Durchgehend.	
Eigene Angabe der MCH Group	Eigene Angabe: Neue Geschäftsmodelle 2022	NB: 17-18, 51, 57f. Durchgehend.	
UMWELT			
Energie			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	NB: 5, 17, 18f, 26, 51	
GRI 302: Energie 2016	302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation	NB: 5, 24, 25, 26-29, 57f.	
	302-4 Verringerung des Energieverbrauchs	NB: 20, 26, 51, 57f.	
	302-5 Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	NB: 20, 26, 51, 57f.	
Emissionen			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	NB: 5, 17, 18f, 26, 51	
GRI 305: Emissionen 2016	305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	NB: 5, 24, 25, 29, 57f., 94f.	Independent Limited Assurance
	305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	NB: 5, 24, 25, 29, 57f., 94f.	Independent Limited Assurance
	305-5 Senkung der Treibhausgasemissionen	NB: 5, 15, 18f, 26, 51	
Abfall			

GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	NB: 17, 21, 51	
GRI 306: Abfall 2020	306-1 Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	NB: 24, 25, 29, 57f.	
	306-2 Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	NB: 21, 51, 57f.	
Umweltbewertung der Lieferanten			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	NB: 4, 17, 18, 21	
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016	308-1 Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	NB: 21-22, 47-48, 51, 57f.	In Arbeit.
Logistik und Transport			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	NB: 17, 18, 51	
Eigene Angabe der MCH Group	Eigene Angabe: Logistik und Transport 2022	NB: 17, 18, 22, 57f.	
GESELLSCHAFT			
Aus- und Weiterbildung			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	NB: 17, 18, 51	
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016	404-2 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	NB: 17, 18, 37, 38, 51	
	404-3 Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	100%	
Diversität und Chancengleichheit			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	NB: 17, 18, 19, 33, 51	
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016	405-1 Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	NB: 3, 35, 36, 57f.	Independent Limited Assurance
Lokale Gemeinschaften			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	NB: 18	
GRI 413: Lokale Gemeinschaften 2016	413-1 Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	NB: 9-11, 40, 42, 57f., 72, 80	
Soziale Bewertung der Lieferanten			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	NB: 4, 17, 18, 21	
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016	414-1 Neue Lieferanten, die anhand von ökolog. und sozialen Kriterien überprüft wurden	NB: 21-22, 47-48, 51, 57f.	In Arbeit.
Marketing und Kennzeichnung			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	NB: 18	
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016	417-2 Verstösse im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	NB: 49	
	417-3 Verstösse im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	NB: 49	

Schutz der Kundendaten

GRI 3: Wesentliche Themen 2021 3-3 Management von wesentlichen Themen [NB: 18](#)

GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016 418-1 Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes von Kundendaten und den Verlust von Kundendaten [NB: 49](#)

1 Über die Vergütung der MCH-Führung informiert der separate Vergütungsbericht. Für die Mitarbeitenden sind global verschiedene Entlohnungssysteme (inkl. Software) im Einsatz. Diese sind nicht verknüpft. Eine verlässliche Angabe zum Verhältnis der Jahresgesamtvergütung ist per dato nicht machbar. Kriterien und Machbarkeit werden mittelfristig geprüft.

Anhang

Dieser Abschnitt zur Methodik enthält Informationen darüber, wie der Corporate Carbon Footprint (CCF) der MCH-Gruppe für den Berichtszeitraum vom 01.01.2023 bis zum 31.12.2023 ermittelt wurde. Der Corporate Carbon Footprint wurde in Übereinstimmung mit dem Corporate Standard des Greenhouse Gas Protocols entwickelt und umfasst die Emissionen aus Scope 1, 2 und 3.

Organisatorische und operative Abgrenzung

Der Ansatz der operativen Kontrolle wurde angewandt, um den organisatorischen Rahmen und den CCF zu bestimmen, der alle Einheiten und Veranstaltungsorte der MCH-Gruppe sowie alle Veranstaltungen, die im Berichtszeitraum stattgefunden haben, abdeckt. Darüber hinaus beinhaltet der CCF alle relevanten Emissionen aus den Aktivitäten und dem Ressourcenverbrauch, die innerhalb der gesamten MCH-Gruppe sowie in vorgelagerten und nachgelagerten Prozessen zu Emissionen führen.

Abdeckung

Vollständige Abdeckung der Treibhausgasemissionen in Scope 1 und 2 (marktbasiert) sowie Scope 3. Biogene CO₂-Emissionen wurden nicht berechnet. Alle vom Kyoto-Protokoll definierten Treibhausgase wurden unter Verwendung der Wirkungsmethode des Zwischenstaatlichen Ausschusses für Klimaänderungen (IPCC, 2014) berücksichtigt.

Greenhouse Gas	CO ₂ -equivalent
Carbon dioxide (CO ₂)	1
Methane (CH ₄)	28
Nitrous oxide (N ₂ O)	265
HFC-23 (Hydrofluorcarbon)	12,400
HFC-134a (Hydrofluorcarbon)	1,300
Sulphur hexafluoride (SF ₆)	23,500
Nitrogen trifluoride (NF ₃)	16,100

Basisjahr

Da dies das erste Jahr ist, in dem die MCH-Gruppe einen CCF mit globaler Abdeckung berichtet, wurde 2023 als Basisjahr gewählt. Es wurden keine Neufestsetzungen vorgenommen.

Berechnungstool

Für die Berechnung des CCF wurde myclimate smart 3 verwendet. Es handelt sich um eine webbasierte Plattform für Kohlenstoffbilanzen und das Management von Nachhaltigkeitsdaten.

Definierter Prozess

- Definition der Datenerfassungsstruktur weltweit und Anpassung von Smart 3 (= myclimate Datenerfassungstool) an die Bedürfnisse der MCH.
- Information/Bestätigung der verantwortlichen Personen weltweit als «Datensammler» (BU-Ebene).
- Sensibilisierungskampagne und Schulungen für Datenerheber (weltweit).
- Datenerfassung vor Ort, weltweit, mit myclimate.
- Dateneingabe mit dem Tool Smart 3 und Excel-Tabellen für Datensammler weltweit (für Büros und Veranstaltungen).
- Datentransfer in die Schweiz.
- Regelmässige Catch-ups mit myclimate zur Überprüfung von Datenqualität, Datenprozessen und weiteren Themen.
- Datenkonsolidierung in Basel durch das Nachhaltigkeitsteam (2 Personen).
- Datenvalidierung durch myclimate für Büros und Veranstaltungen (inkl. Re-Checks mit den Datensammlern bezüglich ihrer Daten).
- Vorbereitung der Daten für die unabhängige Prüfung durch KPMG.
- Vorbereitung der Daten für die Offenlegung.
- Umsetzung der Schlussfolgerungen der unabhängigen begrenzten Prüfung.
- Bericht bereit zur Veröffentlichung.

Scope 1

Scope 1 umfasst direkte THG-Emissionen aus stationären Verbrennungsemissionen, mobilen Verbrennungsemissionen und flüchtigen Emissionen (aus Kälte- und Klimaanlage). Hauptsächlich wurden Daten aus Primärquellen verwendet, um die Verbrauchsdaten zu sammeln. Für bestimmte Veranstaltungen wurden flüchtige Emissionen geschätzt, basierend auf der beheizten/gekühlten Fläche. Ähnlich wurden die mobilen Verbrennungen für bestimmte MC²-Einheiten in Europa und den USA geschätzt. Emissionsfaktoren von Ecoinvent 3.6 wurden angewendet.

Scope 2

Scope 2 umfasst direkte THG-Emissionen aus gekauftem Strom und Fernwärme und -kühlung. Ein marktbasierter Buchungsansatz wird gemäss der Scope 2 Guidance des GHG-Protokolls verwendet. Hauptsächlich wurden Daten aus Primärquellen verwendet, um die Verbrauchsdaten zu sammeln. Für bestimmte Standorte wurden Emissionen aus Fernwärme aufgrund fehlender Daten für den Berichtszeitraum auf Basis der zuletzt verfügbaren Daten geschätzt. Emissionsfaktoren von Ecoinvent 3.6 wurden angewendet.

Scope 3

Der Bericht legt auch Scope 3-Emissionen (nicht geprüft) offen. Scope 3 umfasst indirekte Emissionen, unterteilt in vorgelagerte und nachgelagerte Emissionen. Vorgelagerte Emissionen umfassen die Mobilität von Mitarbeitern und Besuchern, den Transport von Waren und Dienstleistungen, die Nutzung verschiedener Materialien sowie Abfall & Recycling. Hauptsächlich wurden Daten aus Primärquellen verwendet, um die Verbrauchsdaten zu sammeln. Aufgrund fehlender Daten für bestimmte Standorte und Veranstaltungen wurde die Mobilität der Besucher und der Transport von Waren basierend auf Besucherumfragen geschätzt. Emissionsfaktoren von Ecoinvent 3.6 wurden für die Berechnung angewendet.

Kontinuierliche Verbesserung der Daten

Die MCH Group bemüht sich, die Methodik und Verfügbarkeit von Primärdaten im Laufe der Zeit zu verbessern.

Basel, 21. März 2024



Andrea Zappia
Chairman Board
MCH Group



Dagmar Kamber Borens
Chairwoman Audit Committee
MCH Group

Der Nachhaltigkeitsbericht 2023 der MCH Group erscheint in Deutsch und Englisch. Verbindlich ist die deutsche Version.

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

Kontakt: Sarah.Borrey@mch-group.com



Bericht des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über die betriebswirtschaftliche Prüfung zur Er- langung begrenzter Sicherheit betreffend ausge- wählter Nachhaltigkeitsinformationen der MCH Group AG

An den Verwaltungsrat der MCH Group AG, Basel

Wir haben auftragsgemäss ausgewählte Nachhaltigkeitsinformationen der MCH Group AG (nachfolgend «MCH») im Nachhaltigkeitsbericht 2023 für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2023 (nachfolgend «Nachhaltigkeitsinformationen») einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen:

- Direkte THG-Emissionen (Scope 1) (GRI 305-1)
- Indirekte energiebedingte THG Emissionen (Scope 2) (GRI 305-2)
- Angestellte (GRI 2-7)
- Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten (GRI 405-1)

Unsere unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit umfasste die mit einem Häkchen (✓) gekennzeichneten Nachhaltigkeitsinformationen.

Der Gegenstand unseres Auftrages erstreckt sich nicht auf Informationen, die sich auf frühere Zeiträume oder auf andere Informationen im Nachhaltigkeitsbericht 2023 der MCH beziehen. Ebenso sind Verweise aus den Nachhaltigkeitsinformationen oder dem Nachhaltigkeitsbericht 2023, einschliesslich aller Bilder, Audiodateien oder eingebetteter Videos, nicht Gegenstand unseres Auftrages.

Unsere Schlussfolgerung zur betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit

Auf Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen, welche unter *Zusammenfassung der von uns durchgeführten Arbeiten als Grundlage für unsere Schlussfolgerung* beschrieben sind, und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass MCHs Nachhaltigkeitsbericht 2023 nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den Global Reporting Initiative (GRI) Standards sind.

Diese Schlussfolgerung erstreckt sich nicht auf Informationen, die sich auf frühere Zeiträume oder auf andere Informationen im Nachhaltigkeitsbericht 2023 beziehen. Ebenso bezieht sich diese Schlussfolgerung nicht auf Verweise aus den Nachhaltigkeitsinformationen oder dem Nachhaltigkeitsbericht 2023, einschliesslich aller Bilder, Audiodateien oder eingebetteter Videos.

Verständnis, wie MCH die Nachhaltigkeitsinformationen aufbereitet hat

Die GRI Standards wurden als Berichtskriterien für die Nachhaltigkeitsinformationen erstellt. Daher gilt es, die Nachhaltigkeitsinformationen zusammen mit diesen Kriterien zu lesen und zu verstehen.



Inhärente Grenzen bei der Erstellung der Nachhaltigkeitsinformationen

Aufgrund der inhärenten Beschränkungen jeder internen Kontrollstruktur ist es möglich, dass Fehler oder Unregelmässigkeiten in den Nachhaltigkeitsinformationen auftreten und nicht aufgedeckt werden können. Unser Auftrag ist nicht darauf ausgerichtet, alle Schwachstellen der internen Kontrollen bei der Aufstellung der Nachhaltigkeitsinformationen aufzudecken, da der Auftrag nicht kontinuierlich während des gesamten Zeitraums ausgeführt wurde und die durchgeführten Prüfungshandlungen auf einer Testbasis durchgeführt wurden.

Verantwortlichkeiten MCH

Der Verwaltungsrat der MCH ist verantwortlich für:

- Die Auswahl oder Festlegung geeigneter Berichtskriterien für die Erstellung der Nachhaltigkeitsinformationen unter Berücksichtigung der geltenden Gesetze und Vorschriften für die Berichterstattung über die Nachhaltigkeitsinformationen;
- Die Erstellung der Nachhaltigkeitsinformationen in Übereinstimmung mit den Kriterien (GRI);
- Die Konzeption, die Umsetzung und Aufrechterhaltung interner Kontrollen für Informationen, die für die Erstellung der Nachhaltigkeitsinformationen relevant sind, sodass diese frei von wesentlichen Falschaussagen sind, unabhängig davon, ob diese auf Betrug oder Fehler zurückzuführen sind.

Unsere Verantwortlichkeiten

Wir sind verantwortlich für:

- Die Planung und Durchführung einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit darüber, ob die Nachhaltigkeitsinformationen frei von wesentlichen Fehlaussagen sind, sei es aufgrund von Betrug oder Fehlern;
- Die Abgabe einer Schlussfolgerung mit begrenzter Sicherheit auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfungshandlungen und erlangten Nachweise; und
- Die Berichterstattung über unsere Schlussfolgerung an den Verwaltungsrat der MCH.

Da wir beauftragt sind, eine unabhängige Schlussfolgerung über die vom Verwaltungsrat erstellten Nachhaltigkeitsinformationen abzugeben, ist es uns nicht gestattet, an der Erstellung der Nachhaltigkeitsinformationen mitzuwirken, da dies unsere Unabhängigkeit beeinträchtigen könnte.

Verwendete Standards

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung in Übereinstimmung mit dem International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised) *Betriebswirtschaftliche Prüfungen, die weder Prüfungen noch Reviews von vergangenheitsorientierten Finanzinformationen darstellen*, herausgegeben vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), durchgeführt.

Unabhängigkeit und Qualitätssicherung

Wir haben die Unabhängigkeits- und sonstigen beruflichen Verhaltensanforderungen des *International Code of Ethics for Professional Accountants (including Independence Standards)* des International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA Kodex) eingehalten. Der IESBA Kodex legt fundamentale Grundsätze für das berufliche Verhalten bezüglich Integrität, Objektivität, beruflicher Kompetenz und erforderlicher Sorgfalt, Verschwiegenheit und berufswürdigen Verhaltens fest.

Unser Unternehmen wendet International Standard on Quality Management 1 an, der verlangt, dass wir ein Qualitätsmanagementsystem entwerfen, einführen und betreiben, das Regelungen oder Massnahmen zur Einhaltung der beruflichen Verhaltensanforderungen, beruflichen Standards und anwendbaren rechtlichen und regulatorischen Anforderungen umfasst.

Unsere Arbeit wurde von einem unabhängigen und multidisziplinären Team durchgeführt, das sich aus Wirtschaftsprüfern und Nachhaltigkeitsexperten zusammensetzt. Die Verantwortung für unsere Schlussfolgerung liegt allein bei uns.

© 2024 KPMG AG, eine Schweizer Aktiengesellschaft, ist eine Tochtergesellschaft der KPMG Holding AG. KPMG Holding AG ist Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Firmen, die mit KPMG International Limited, einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung, rechtlichen Rechts, verbunden sind. Alle Rechte vorbehalten.





Zusammenfassung der von uns durchgeführten Arbeiten als Grundlage für unsere Schlussfolgerung

Wir sind verpflichtet, unsere Arbeit so zu planen und durchzuführen, dass sie sich mit den Bereichen befasst, in denen wir festgestellt haben, dass eine wesentliche Fehldarstellung der Nachhaltigkeitsinformationen wahrscheinlich ist. Die von uns durchgeführten Prüfungshandlungen erfolgten auf der Grundlage unseres pflichtgemässen Ermessens. Die Durchführung unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit in Bezug auf die Nachhaltigkeitsinformationen umfasste unter anderem:

- Einschätzung der Konzeption und der Implementierung von Systemen, Prozessen und internen Kontrollen zur Ermittlung, Verarbeitung und Überwachung von Angaben zur Nachhaltigkeitsleistung, einschliesslich der Konsolidierung der Daten;
- Befragungen von Mitarbeitenden, die für die Ermittlung und Konsolidierung sowie die Durchführung der internen Kontrollhandlungen bezüglich der ausgewählten Angaben verantwortlich sind;
- Einsichtnahme in ausgewählte interne und externe Dokumente, um zu bestimmen, ob Informationen durch ausreichende Nachweise hinterlegt sowie zutreffend und ausgewogen dargestellt sind;
- Einschätzung der Datenerhebungs-, Validierungs- und Berichterstattungsprozesse sowie der Verlässlichkeit der gemeldeten Daten durch eine Stichprobenerhebung und Überprüfung ausgewählter Kalkulationen;
- Analytische Beurteilung der Daten und Trends der quantitativen Angaben für die im Prüfungsumfang enthaltenen Nachhaltigkeitsinformationen;
- Einschätzung der Konsistenz der für MCH anwendbaren Angaben mit anderen Angaben und Kennzahlen sowie der Gesamtdarstellung der Angaben durch kritisches Lesen des Nachhaltigkeitsberichts 2023 der MCH.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird.

KPMG AG

Cyrill Kaufmann
Zugelassener Revisionsexperte

Clémence Laemmel
Zugelassene Revisionsexpertin

Zürich, 21. März 2024

Basel, 21. März 2024

MCH Group AG

4005 Basel, Schweiz

T +41 58 200 20 20

info@mch-group.com

www.mch-group.com

Der Geschäftsbericht 2023 der MCH Group erscheint in Deutsch und Englisch. Verbindlich ist die deutsche Version.

Homepage Images

Art Basel Miami Beach 2023

Meridians, Gallery Hyundai (Seung-taek Lee, «Earth Play»)



Art Basel Miami Beach 2023
Meridians, Gallery Hyundai
(Seung-taek Lee, „Earth Play“)

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

Die Berichte 2023 der
MCH Group erscheinen in
Deutsch und Englisch.
Verbindlich ist die deutsche
Version.

M
.CH