



Basel, 31. August 2022

MCH Group Halbjahresabschluss

Erstes Halbjahr 2022 noch im Zeichen von Covid, Aussicht auf positive Entwicklung

- Im ersten Quartal 2022 stand die Geschäftstätigkeit – mit Ausnahme des Segments Experience Marketing – aufgrund der Covid-bedingten Einschränkungen weitgehend still.
- Im zweiten Quartal zog das Event-Geschäft spürbar an, und die MCH Group geht von einer weiteren Normalisierung der Pandemie-Situation und einer positiven Entwicklung der Geschäftstätigkeit aus.
- Den Betriebsertrag konnten die Gruppe im Vergleich zur Vorjahresperiode um mehr als das Dreifache auf CHF 185.6 Mio. steigern. Das betriebliche Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) ist mit CHF -3.2 Mio. beinahe ausgeglichen. Der Halbjahresverlust beträgt CHF -13.2 Mio.
- Im zweiten Halbjahr ist nochmals ein Konzernverlust zu erwarten. Das EBITDA wird sich aber weiter verbessern, und wir erwarten, dass das EBITDA im Jahresergebnis auch ohne Sondererträge ebenfalls positiv ausfallen wird.

Deutliche Steigerung im Vergleich zur Vorjahresperiode

Im Vergleich zur Vorjahresperiode 2021 konnten wir im ersten Halbjahr 2022 den Betriebsertrag mehr als verdreifachen und auf CHF 185.6 Mio. steigern. Dennoch sind die pandemiebedingten Auswirkungen auf das erste Halbjahr 2022 signifikant, hat die MCH Group insgesamt doch einen deutlich zweistelligen Millionenbetrag an Umsatz mit entsprechend grossen Auswirkungen auf das Ergebnis verloren. Das Segment Experience Marketing verzeichnete im ersten Halbjahr 2022 im Vergleich zur Vorjahresperiode eine Steigerung des Betriebsertrags auf CHF 128.3 Mio. Der Anteil dieses Segments am Gesamtergebnis der Gruppe erhöhte sich von 56.3% auf 69.1%. Im Segment Community Platforms konnte dank des zweiten Quartals der Betriebsertrag im Vorjahresvergleich fast verdreifacht und auf CHF 55.6 Mio. gesteigert werden. Der Anteil dieses Segments am Gesamtergebnis der Gruppe beträgt 30%.

Der konsolidierte Konzernverlust für das erste Halbjahr 2022 beträgt CHF -13.2 Mio. Das Konzernergebnis hat sich im Vergleich zur Vorjahresperiode deutlich um CHF 16.2 Mio. verbessert. Das EBITDA des ersten Halbjahres 2022 beträgt CHF -3.2 Mio. (erstes Halbjahr 2021 CHF -17.4 Mio.). Aufgrund des Halbjahresverlusts haben sich die Flüssigen Mittel im ersten Halbjahr 2022 von CHF 113.7 Mio. auf CHF 100.5 Mio. reduziert und das Eigenkapital ist auf CHF 34.5 Mio. gesunken.

Ausblick zweites Halbjahr

Im zweiten Halbjahr sind im Oktober die erstmals durch die Art Basel durchgeführte «Paris+ par Art Basel» und im Dezember die Art Basel in Miami Beach geplant. In Basel stehen die Holz (Fachmesse für die Schweizer Holzbearbeitungsbranche) und das Basler Weinfestival auf dem Programm, in Zürich die Berufsmesse, die IFAS (Fachmesse Gesundheitsmarkt) und das Digital Festival und HackZurich, und in Lausanne sind die Ilmac (Plattform für Chemie, Pharmazie und Biotechnologie) und der «Salon des métiers et de la formation» geplant. Im Bereich Experience Marketing sehen wir eine weitere Steigerung der Nachfrage nach unseren Dienstleistungen, sowohl für Aufträge im zweiten Halbjahr 2022 als auch bereits auf das Jahr 2023 hin.

Unter der Voraussetzung einer fortschreitenden Normalisierung der Pandemiesituation und ohne weitere geopolitische Destabilisierung rechnen wir mit einer positiven Entwicklung der Geschäftstätigkeit. Im Unterschied zum Vorjahr erwarten wir im zweiten Halbjahr 2022 keine signifikanten Sondereffekte. Gemäss den aktuellen Einschätzungen wird das zweite Halbjahr 2022 auf Stufe Konzernergebnis einen Konzernverlust im tiefen bis mittleren einstelligen Millionenbereich ausweisen.

Gemäss den heutigen Erwartungen wird sich das EBITDA im zweiten Halbjahr weiter verbessern und positiv sein, so dass auch das EBITDA des gesamten Jahres positiv erwartet werden darf.

Basierend auf dem deutlichen Anstieg der Geschäftstätigkeit und auf der Weiterentwicklung der Strategie haben wir die Mehrjahresplanung aktualisiert. Die mittel- und langfristigen Ziele sind nach wie vor ambitioniert. Wir sind überzeugt, dass diese erreichbar sind. Eine entscheidende Voraussetzung dafür ist allerdings die erfolgreiche Durchführung der geplanten Kapitalerhöhung im zweiten Halbjahr 2022.

Geplante Kapitalerhöhung

Die angekündigte geplante Kapitalerhöhung wird den Aktionärinnen und Aktionären an einer ausserordentlichen Generalversammlung am 28. September 2022 unterbreitet. Die Einladung dazu erfolgt demnächst. Der Verwaltungsrat plant eine Kapitalerhöhung von bis zu zirka CHF 80 Mio., davon sind CHF 68 Mio. seitens des Kantons Basel-Stadt und von Lupa Systems zugesichert ("Backstop").

Über die MCH Group

Die MCH Group mit Hauptsitz in Basel, Schweiz, ist ein international tätiges Erlebnismarketing-Unternehmen mit einem umfassenden Dienstleistungs-Netzwerk. Es organisiert rund 30 Community-Plattformen im In- und Ausland, u.a. Art Basel, Swissbau und Giardina. Der Bereich Live Marketing Solutions mit den Brands MCH Global, MC² und Expomobilia bietet umfassende Erlebnismarketing-Lösungen von der Strategie über die Kreation bis zur Umsetzung an. Die MCH Group betreibt zudem die Messe und das Congress Center Basel sowie die Messe Zürich. Das Unternehmen beschäftigt über 800 festangestellte Mitarbeitende, rund die Hälfte davon in der Schweiz und den USA. Im Geschäftsjahr 2021 erzielte die Gruppe einen konsolidierten Umsatz von CHF 243 Mio., obwohl der Geschäftsbetrieb aufgrund von Covid-19 in vielen Bereichen weitgehend zum Erliegen kam.

www.mch-group.com

Halbjahresbericht 2021

<https://www.mch-group.com/investoren/berichte/>

Ad hoc-Mitteilungen

<https://www.mch-group.com/investoren/ad-hoc-mitteilungen/>

Medienmitteilungen

<https://www.mch-group.com/news/>

Kontakt für die Medien

Emanuel Kuhn, Corporate Communications, +41 79 597 82 88, emanuel.kuhn@mch-group.com