

M  
.CH

# Impulse für unser Wachstum

MCH GROUP –  
HALBJAHRESBERICHT 2024

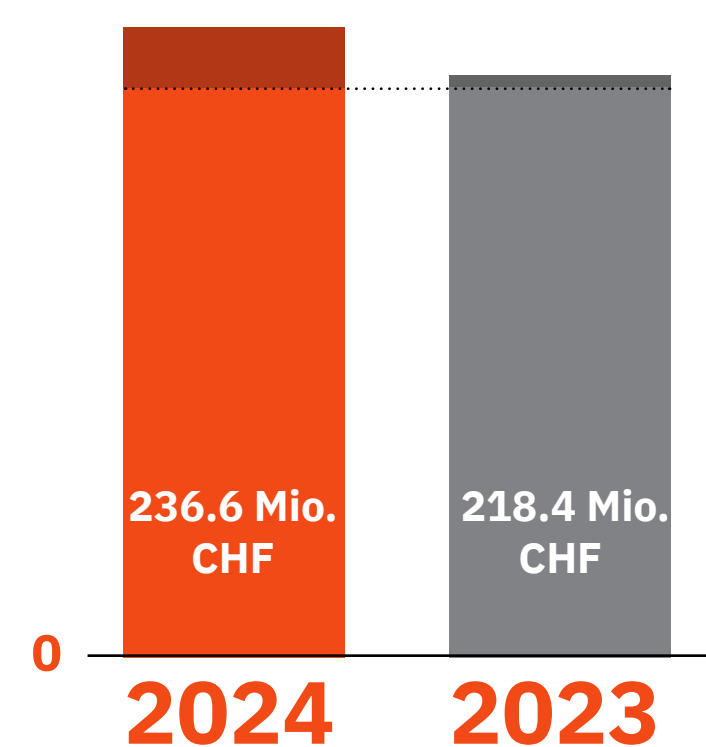


# Zahlen & Fakten

1. HALBJAHR AUF EINEN BLICK →

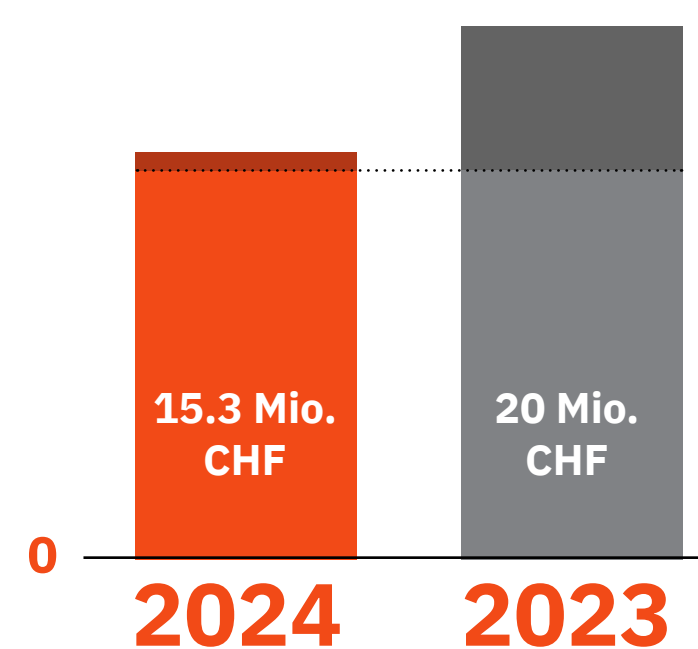
# Finanzkennzahlen auf einen Blick /

## Betriebsertrag



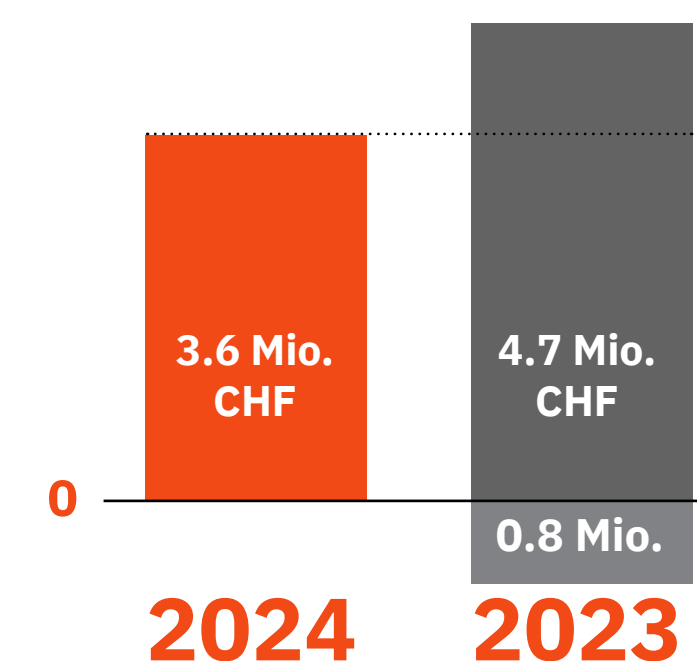
- 10.6% organisches Wachstum
- 4.5 Mio. einmaliger Effekt in 2023

## EBITDA



- + 0.9 Mio. organisches Wachstum
- 5.5 Mio. einmaliger Effekt in 2023

## Nettogewinn



- 0.8 Mio. vs. +3.6 Mio in 2024
- 5.5 Mio. einmaliger Effekt in 2023

# Veranstaltungen MCH Group, 1. Halbjahr 2024 /

## EIGENMESSEN

**8** Schweiz: Basel, Zürich, Lausanne (inkl. Art Basel)

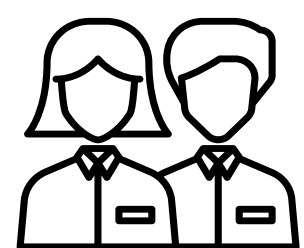
**1** International (Art Basel Hong Kong)

## GASTMESSEN, KONGRESSE UND VERANSTALTUNGEN

**90** CCB, Messe Basel, Messe Zürich

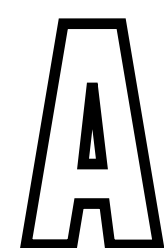


# Besucherzahlen Basel, Vergleich 1. Halbjahr 2024 und 2023 /



Besucher Gastmessen,  
Kongresse & Veranstaltungen

**247'680**

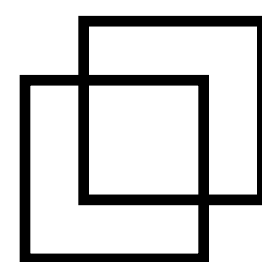


Art Basel

**91'000**

82'000 in 2023

**+11%**



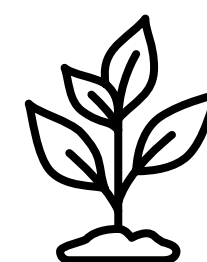
Swissbau

**52'490**

12'225 in 2022\*

**+329%**

\*Kleinere Ausgabe aufgrund der  
Pandemie im Jahr 2022

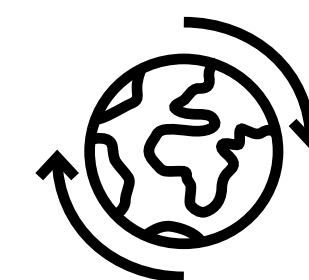


Spring Basel

**22'000**

12'000 in 2023

**+83%**

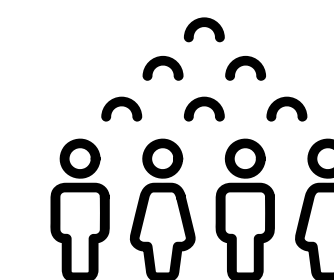


Sustainability  
Days

**1'700**

1'500 in 2023

**+13%**



Total Besucher in  
Basel

**414'870**

# Internationale Aktivitäten /

## Anzahl der internationalen Projekte LMS



# 1. Halbjahr auf einen Blick

A simple white arrow pointing to the right, positioned below the main title.

# Erste Fortschritte unseres Turnarounds: mehr Effizienz, Kostensenkung und auf dem Weg zur Rentabilität /

Nach mehreren herausfordernden Jahren mit aussergewöhnlichen wirtschaftlichen und finanziellen Belastungen war **die erste Jahreshälfte 2024 von entscheidenden Fortschritten geprägt**: wir haben unseren bemerkenswerten Turnaround fortgesetzt und in die Stabilisierung unserer Geschäftsaktivitäten investiert. Wir sind stolz auf das Erreichte, sind uns aber auch bewusst, dass noch einiges zu tun bleibt, um das Tempo des Wandels zu beschleunigen.

Unser Fokus bleibt klar: Wir konzentrieren uns im zweiten Halbjahr 2024 auf unser wichtigstes Ziel, **ein ausgeglichenes Nettoergebnis (Break-even) zu erreichen**.

**Als Benchmark für den Turnaround dient unsere MCH-Strategie 2030**. Unser Weg nach vorne ist durch drei Schlüsselphasen definiert: **Perform, Grow und Breakthrough**. Gegenwärtig befinden wir uns in der Perform-Phase, in der wir uns auf die

**Optimierung der Effizienz und die Senkung unserer Kostenbasis konzentrieren**. Um dies zu erreichen, haben wir weltweit erste Massnahmen ergriffen, **um unsere Effizienz** in allen Geschäftsbereichen **zu steigern** und durch die **Optimierung unserer Organisation, Systeme und Prozesse Kosten zu sparen**. Mit diesem strategischen Ansatz wollen wir unsere ehrgeizigen Ziele erreichen und den Grundstein für signifikantes Wachstum und nachhaltige Erfolge in naher Zukunft legen.



# Das Finanzergebnis in der ersten Jahreshälfte entspricht unseren Erwartungen - einige wichtige Fakten /

Im ersten Halbjahr 2024 erzielte die MCH Group einen **Umsatz von CHF 236.6 Mio.** (2023: CHF 218.4 Mio.) und verzeichnete damit **ein solides organisches Wachstum gegenüber 2023 (10.6%)**, was auf eine stärkere **Performance** der beiden Art Basel Messen in Hong Kong und Basel sowie auf zusätzliche Messen zurückzuführen ist, die nur alle zwei Jahre stattfinden (z.B. Swissbau).

Der **EBITDA** liegt bei **15.3 Mio. CHF** (2023: CHF 20.0 Mio.), **was einem organischen Wachstum von 0.9 Mio. CHF entspricht**, ohne Berücksichtigung eines Effekts im Jahr 2023 in Höhe von 5,6 Mio. CHF (Wiederverkauf des Theaters 11 in Zürich und Covid-Rückerstattung).

Nach deutlichen Verlusten in den Jahren 2019 bis 2022 ist der **Halbjahresgewinn** erfreulicherweise zum zweiten Mal nach 2023 wieder im positiven Bereich: **CHF 3.6 Mio.** (2023: CHF 4.7 Mio.).

Die im Vergleich zur Vorjahresperiode höheren Aufwendungen und Investitionen für den notwendigen Prozess des Turnarounds sind eine Investition in unsere Zukunft, die auf Wachstum ausgerichtet ist, unsere Kostenbasis senkt, Innovationen fördert und den Ausbau unserer Geschäftsaktivitäten international und an unserem Heimatstandort Basel ermöglicht.

**Insgesamt sind wir auf gutem Weg, unser Jahresziel für 2024 zu bestätigen.**

# Entwicklung unserer Geschäftsbereiche /

Die Entwicklung unserer drei **Geschäftsbereiche Art Basel, Live Marketing Solutions (LMS) und Exhibitions & Events** verlief unterschiedlich.

Mit **zwei erfolgreichen Messen** in **Hong Kong und Basel** im ersten Halbjahr 2024 hat die **Art Basel** ihre Position als wichtigster Treffpunkt des globalen Kunsthandels erneut eindrucksvoll bestätigt und sowohl in Asien als auch am Heimatstandort Basel mit aussergewöhnlichen Präsentationen und wegweisenden Innovationen überzeugt.

Unser Geschäftsbereich **Live Marketing Solutions** mit **MC<sup>2</sup>, MCH Global und Expomobilia** ist solide in das Jahr 2024 gestartet: Allein in der ersten Jahreshälfte haben die drei Gesellschaften rund 850 Veranstaltungen auf fünf Kontinenten erfolgreich durchgeführt.

**Exhibitions & Events:** Unser **Gastveranstaltungs- und Kongressgeschäft** ist nach dem Rekordjahr 2023 erneut sehr stark in das Jahr 2024 gestartet. Von Januar bis Juni fanden im Congress Center Basel und in der Messe Basel bereits

**28 nationale und internationale Kongresse, Tagungen, Gastausstellungen und Gastveranstaltungen** sowie **50 weitere Veranstaltungen** (Corporate & Public Events, Kleinveranstaltungen) statt, die fast eine Viertelmillion Besucherinnen und Besucher nach Basel zogen.

Im ersten Halbjahr veranstaltete unser **Eigenmessen-Team sieben Fach- und Publikumsmessen** in der Messe Basel, der Messe Zürich und der Beaulieu Lausanne statt. Ein Highlight war die **erfolgreiche Rückkehr der Swissbau** zu ihrer vollen Grösse.

# Schritte zur Optimierung /

Mit der Zusammenlegung der drei **LMS-Gesellschaften** unter der Führung von Don Lee, CEO LMS, haben wir im März den Wandel dieses Geschäftsbereiches gestartet. Ziel ist **die Nutzung von Synergien** unter einem gemeinsamen Dach, **die Verbesserung der Marge, die Gewinnung neuer globaler Kunden** sowie die **Optimierung der Kapazitäten und Services** für interne und externe Kunden.

Der Schwerpunkt der **Art Basel** liegt auf dem Ausbau des Kerngeschäfts sowie der Förderung von Wachstum und Expansion. Wir investieren in ein **starkes globales Team**, um weitere Angebote zu schaffen.

Im Bereich **Exhibitions & Events** liegt der Fokus auf der Gesundung des Portfolios, der **Generierung von Cashflow** und der **Optimierung der kostenintensiven Infrastruktur** in der Schweiz.

Der Fokus von **Group Services** liegt auf der **Steigerung der Prozesseffizienz**, der konsequenten **Reduzierung hoher Kosten** durch schlankere Strukturen und der Unterstützung unserer Business Units durch **exzellenten Service**.

# Wechsel in der Konzernleitung und im Verwaltungsrat /

Wir haben zwei Schlüsselpositionen im Group Management Team der MCH Group neu besetzt: **Eleonora Gennari** ist im Juli als neue **Group Financial Officer** (CFO) in unser Unternehmen eingetreten. In ihrer Funktion ist sie auch Mitglied des Executive Board der MCH Group. **Daniel Marion** hat im April die neu geschaffene Position des **Group Chief Information Officer** (CIO) übernommen.

An der **Generalversammlung im Mai** trat Marco Gadola nach drei Jahren als Mitglied des Verwaltungsrats zurück.

Mit seinem Ausscheiden wurde der Verwaltungsrat um ein Mitglied von **sieben auf sechs Mitglieder** verkleinert. Mit je zwei Vertretern der beiden Ankeraktionäre **Lupa Systems** und **Kanton Basel-Stadt** sowie zwei unabhängigen Vertretern ist der Verwaltungsrat weiterhin ausgewogen besetzt.

**Andrea Zappia** wurde in seinem Amt als **Präsident des Verwaltungsrates** bestätigt und sorgt damit für Stabilität, Kontinuität und **erhöhte Agilität** und **Effizienz** auf der **obersten Führungsebene** der MCH Group.

# Ausblick auf die zweite Jahreshälfte / MCH Group

In der zweiten Jahreshälfte werden unsere Hauptziele darin bestehen, die Erträge zu festigen und unseren Fokus auf die Rentabilität zu verstärken. Das Umsatzwachstum wird voraussichtlich moderat ausfallen, was vor allem auf saisonale Schwankungen in der Schweiz (Exhibitions & Events) zurückzuführen ist. Dies sollte durch eine starke Leistung in den anderen Geschäftsbereichen ausgeglichen werden. Die EBITDA-Marge wird sich stabilisieren dank Effizienzsteigerungen und einem kostenorientierten Management.

Unser Ziel in der zweiten Jahreshälfte bleibt klar: Wir werden uns auf die Kosten und den Turnaround unseres Unternehmens konzentrieren, um ein ausgeglichenes Nettoergebnis (Break-even) zu erreichen und ab 2025 wieder profitabel zu agieren. Dies bildet die Basis für unsere langfristige finanzielle Gesundheit sowie die Sicherung unseres nachhaltigen Unternehmenserfolges und unseres Wachstums. Die Kernpunkte unserer Agenda in den kommenden Monaten sind Investitionen in den Ausbau des Kerngeschäfts und das Wachstum der Art Basel, die Gesundung unseres Eigenmessen-Portfolios in der Schweiz, das Wachstum im Bereich Gastmessen und Gastveranstaltungen sowie die Sicherung und der Ausbau unseres internationalen Live Marketing Geschäfts.

Dank der fokussierten Arbeit und dem grossen Einsatz unserer weltweiten Teams und mit Unterstützung der eingeleiteten Programme zur Sicherung unserer Unternehmenszukunft blicken wir realistisch optimistisch auf die Zeit bis zum Jahresende 2024.

# Ausblick auf die zweite Jahreshälfte / Business Units

Im Oktober findet die **Art Basel Paris** statt, die zum ersten Mal nach den Olympischen Spielen 2024 im ikonischen und renovierten Grand Palais der französischen Hauptstadt veranstaltet wird, und im Dezember die **Art Basel Miami Beach**.

In der Schweiz stehen die Berufsmesse und die Fachmessen **Ineltec** und **Ifas** in Zürich, das **Weinfestival** in Basel sowie die **Ilmac** und der **Salon des métiers** in Lausanne auf dem Programm.

Mit der bevorstehenden Hochsaison der Branche im zweiten Halbjahr arbeitet **MC<sup>2</sup>** mit neuen und wiederkehrenden Kunden zusammen, um ihre Zielgruppen bei mehreren bevorstehenden Veranstaltungen zu erreichen, darunter die **2024 National Association Convenience Store Show**, die **2024 Global Gaming Expo**, die **2024 PACK Expo** und die Vorbereitungen für die **2025 Consumer Electronics Show**.

Mit dem Beginn der zweiten Jahreshälfte bereitet sich **MCH Global** auf bedeutende Projekte vor, darunter das **Icons of Porsche Festival** in Dubai und das neue **UBS Lounge Konzept** in Miami.

Für die zweite Jahreshälfte rechnet **Expomobilia** mit mehreren Grossprojekten, darunter ein bedeutender Auftrag für den Kunden **Terrapin** in Basel. Zudem wird der erste Messestand für den neu gewonnenen japanischen Kunden **THK** am Autosalon in Paris präsentiert. Erstmals realisiert Expomobilia auch Kundenprojekte **an der Art Basel in Basel und Miami Beach**.

# Art Basel

SPOTLIGHTS



# Art Basel /

Zum ersten Mal seit 2019 hat die **Art Basel Hong Kong** im März mit 242 führenden Galerien aus dem asiatisch-pazifischen Raum, Europa, Amerika, Afrika und dem Nahen Osten ihre Grösse von 2019 (vor Covid-Niveau) wieder erreicht. Neben Vertretern von mehr als 100 Museen und Stiftungen von Weltrang waren auch führende Kunstmäzene und Privatsammler aus 72 Ländern anwesend. An den VIP- und Publikumstagen besuchten über 75'000 Besucherinnen und Besucher aus aller Welt die **Art Basel Hong Kong**.

**Art Basels Flaggschiff-Messe in Basel**, die erstmals unter der Leitung der neuen Direktorin Maïke Cruse stattfand, endete im Juni mit hochgelobten Präsentationen von 285 Galerien sowie starken Verkäufen in allen Marktsegmenten. Die Messe zog während ihrer VIP- und Publikumstage insgesamt 91.000 Besucher an. Art Basels Parcours-Sektor, der zum ersten Mal von Stefanie Hessler, Direktorin des Swiss Institute (SI) New York, kuratiert und neu konzipiert wurde, erstreckte sich vom Messegelände bis zum Rhein entlang der Hauptverkehrsader der Stadt. Art Basel erweiterte sein öffentliches Programm mit ganztägigen künstlerischen Veranstaltungen und Performances im Merian, die ein breites Publikum ansprachen.

Die Messe lancierte ausserdem den **Art Basel Shop**, ein neuartiges Concept Store, das neue, exklusive und seltene Sammlerstücke in limitierter Auflage aus Kunst, Design, Mode und Verlagswesen präsentierte. Der Shop war sowohl für Art Basel-Ticketinhaber als auch für die breite Öffentlichkeit zugänglich und begrüßte während der Messewoche Tausende von Besuchern. Darüber hinaus fanden eine Woche lang zusätzliche Treffen, Diskussionsrunden und Produktsignierungen mit Künstlern und Designern statt.



# Art Basel /

Nach zwei erfolgreichen Ausgaben im Grand Palais Éphémère wird die **Art Basel Paris** im Oktober die erste öffentlich zugängliche Veranstaltung sein, die nach mehrjährigen Renovierungen und den Olympischen und Paralympischen Spielen 2024 in Paris im ikonischen Grand Palais stattfindet. Das Grand Palais wurde 1900 anlässlich der Pariser Weltausstellung eingeweiht und ist eines der bekanntesten Wahrzeichen der Stadt. In Absprache mit lokalen Partnern der Art Basel wurde die Messe im Frühjahr in **Art Basel Paris** umbenannt. Sie wird einen neuen Bereich mit dem Titel “Premise” einführen, der sich auf einzigartige kuratorische Konzepte konzentriert. Begleitet wird die Messe von einem umfangreichen öffentlichen Programm, das sich über historische Pariser Orte erstreckt.

Die **Art Basel Miami Beach** im Dezember findet erstmals unter der Leitung der neuen Direktorin Bridget Finn statt. Die Ausstellung wird 281 führende internationale Galerien aus 38 Ländern präsentieren, von welchen fast zwei Drittel aus Amerika kommen. 32 Galerien werden zum ersten Mal an der Ausstellung teilnehmen, was die grösste Gruppe von Neuzugängen seit 2008 darstellt. In diesem Jahr wird die Ausstellung mit einem verbesserten Grundriss debütieren und neue Stimmen in ihren kuratierten Bereichen willkommen heissen. Ausserdem werden bemerkenswerte institutionelle und Partnerausstellungen, Veranstaltungen, Performances und Sonderprojekte in ganz Miami und Südflorida gefördert.



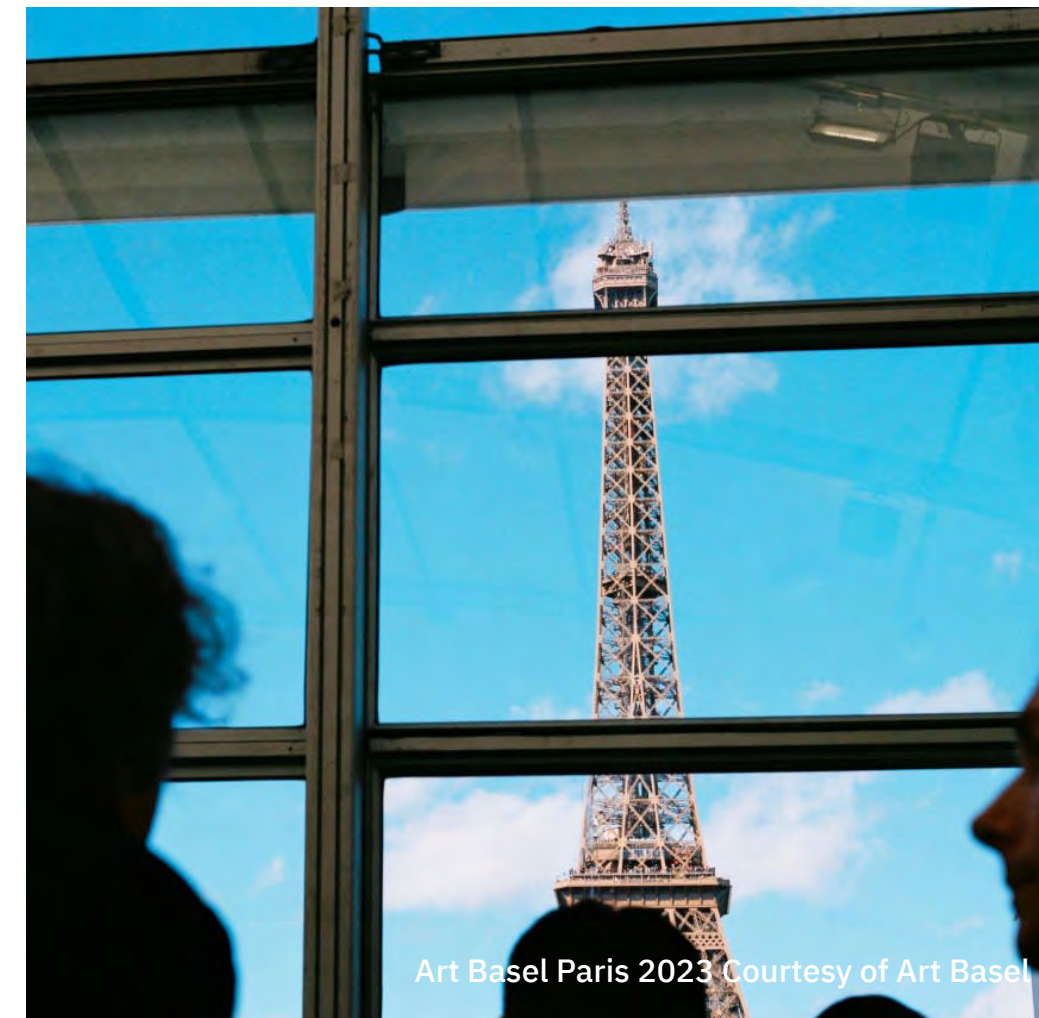
Art Basel Basel 2024, Courtesy of Art Basel



Art Basel Basel 2024, Art Basel Shop, Courtesy of Art Basel



Art Basel Hong Kong 2024, Encounters Public Interactions, Courtesy of Art Basel



Art Basel Paris 2023, Courtesy of Art Basel



Art Basel Miami Beach 2023, Courtesy of Art Basel

# Live Marketing Solutions

SPOTLIGHTS



# MC<sup>2</sup> /

MC<sup>2</sup> gewann im ersten Halbjahr **53 neue Kunden** und schloss über **750 Projekte** in **27 US-Bundesstaaten** sowie in weiteren **10 Ländern auf fünf Kontinenten** ab. Das Team konnte seine internationalen Aktivitäten erheblich ausweiten und gleichzeitig seine Branchenstandards auf amerikanischem Boden festigen.

Zu den wichtigsten Projekten zählen die Umgestaltung des Jacob Javits Convention Center für die **Disney Upfront 2024** im Mai, die Etablierung von Branchenstandards auf der **Consumer Electronics Show 2024** (CES) mit drei Kunden auf der Best of CES-Liste der EXHIBITOR Group sowie die Zusammenarbeit mit PepsiCo

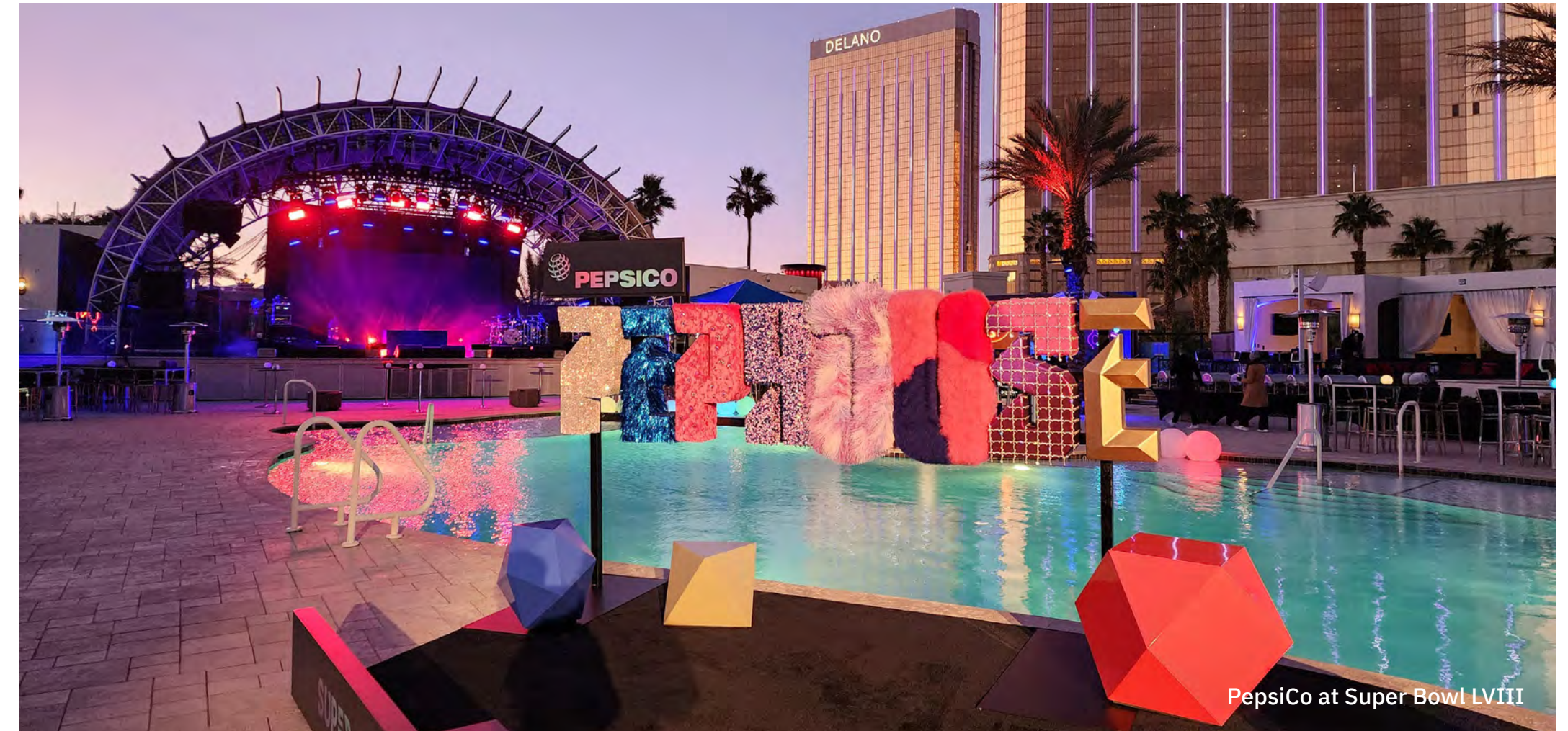
während des Super Bowl LVII in Las Vegas, bei der im Daylight Beach Club des Mandalay Bay das **PEPHOUSE** geschaffen wurde – ein herausragendes Event, das PepsiCos neueste Unternehmungen und Partnerschaften präsentierte und interaktive Erlebnisse sowie Auftritte von Prominenten beinhaltete.

Die zweite Hälfte des Jahres 2024 wird für MC<sup>2</sup> eine beispiellose Phase voller Aktivitäten und Chancen sein, da zum ersten Mal zwei bedeutende Veranstaltungen gleichzeitig in derselben Stadt stattfinden. Im Oktober wird Las Vegas Fachleute aus der globalen Gaming- und Convenience-Store-Branche zur **2024 National**

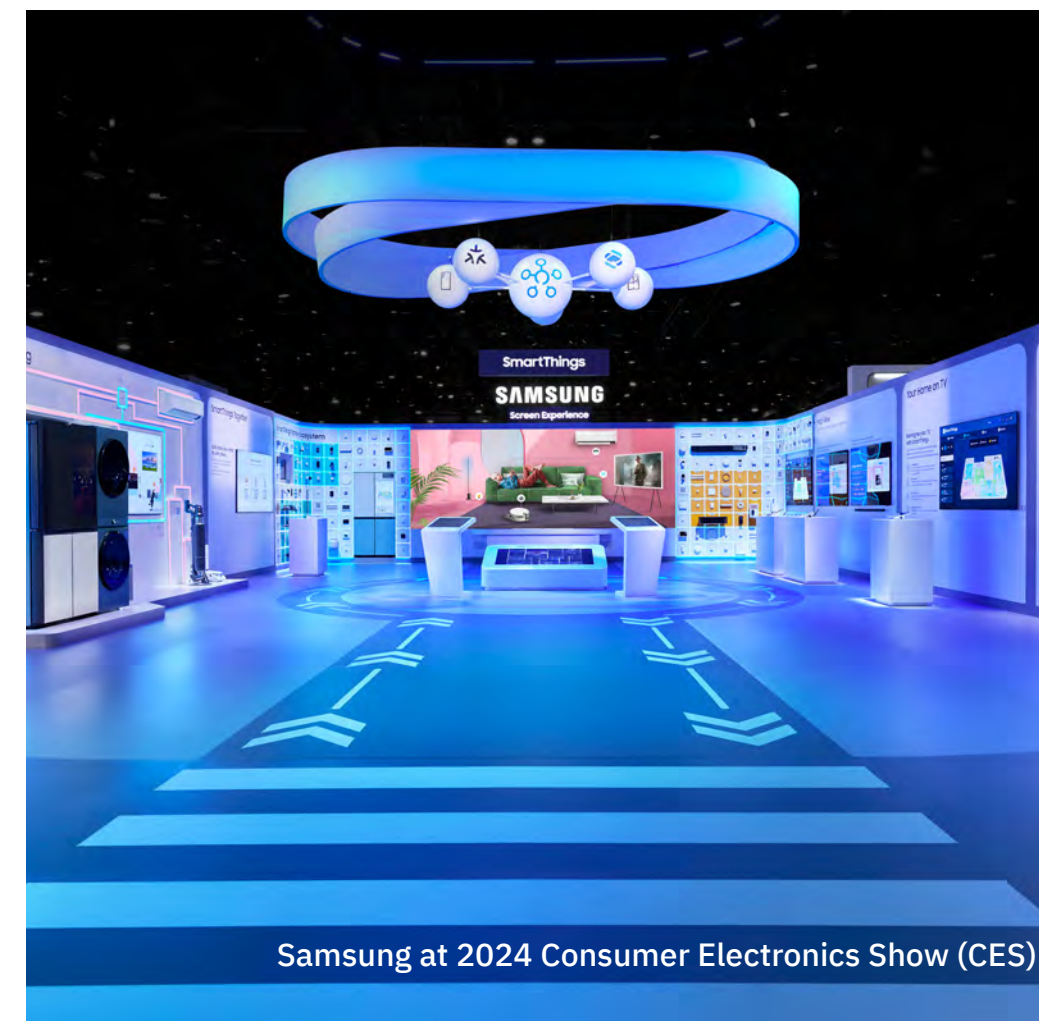
**Association Convenience Store Show** und zur **2024 Global Gaming Expo**, besser bekannt als NACS und G2E, willkommen heißen. Während dieser Zeit wird MC<sup>2</sup> über **25 Marken** unterstützen, darunter Konami Gaming, Hershey, Co., Constellation Brands und Light & Wonder. Im November wird MC<sup>2</sup> in Chicago für die **2024 PACK Expo** tätig sein und führende Unternehmen wie Smurfit Westrock, Zebra Technologies und Pro Mach unterstützen. Kurz danach wird MC<sup>2</sup> das Art Basel Team und Expomobilia an der Art Basel Miami Beach 2024 unterstützen. All dies geschieht, während sich MC<sup>2</sup> auf das grösste Event vorbereitet, um das neue Jahr zu beginnen – **die 2025 Consumer Electronics Show.**



2024 Consumer Electronics Show (CES)



PepsiCo at Super Bowl LVIII



Samsung at 2024 Consumer Electronics Show (CES)



2024 Disney Upfront

# MCH Global /

In der ersten Hälfte des Jahres 2024 realisierte **MCH Global 36 Projekte** in wichtigen Regionen, darunter die VAE, die Schweiz, Saudi-Arabien, Hongkong und Katar. Das Team setzte seine Partnerschaft mit **BMW** auf der **Art Dubai** fort und schuf eine fesselnde Pop-up-Ausstellung, die die emiratische Künstlerin Asma Belhamar präsentierte und die automobilen Innovationen von BMW hervorhob. Auf dem **Internationalen Automobilsalon in Genf** präsentierte MCH Global für **Lucid Motors** **“The Oasis”**, die Europapremiere des Lucid Gravity und die neueste Technologie für Elektrofahrzeuge.

Darüber hinaus spielte MCH Global eine zentrale Rolle bei der **20. Doha Jewellery and Watches Exhibition** und organisierte eine hochkarätige Veranstaltung, die von über 300 VIPs besucht wurde und Dohas Position als Luxuszentrum festigte. In Zusammenarbeit mit **The Coca-Cola Company** entwickelte die MCH Global den Workshop “Masters of Taste”, der den Mitarbeitern ein multisensorisches Erlebnis bot und sie in die Kunst des Geschmacks einführte.

MCH Global bereitet sich auf bedeutende Projekte in der zweiten Jahreshälfte vor. Dazu gehören das **Icons of Porsche Festival** in Dubai, das grösste Mono-Brand-Event im Nahen Osten sowie die Einführung des innovativen **UBS-Lounge-Konzepts** in Miami, das als exklusiver und luxuriöser Raum das Engagement für wegweisende Innovation unterstreicht. Mit einem Fokus auf herausragende Ergebnisse für ihre Kunden wie **TikTok, Julius Bär, Mubadala, Snapchat, Qatar Tourism und BMW** ist MCH Global bestens positioniert, um das Jahr erfolgreich abzuschliessen und ambitionierte Ziele zu erreichen.



The Oasis for Lucid Motors at GIMS 2024



Masters of Taste 2024, The Coca Cola Company



Art Dubai 2024, BMW Exhibition



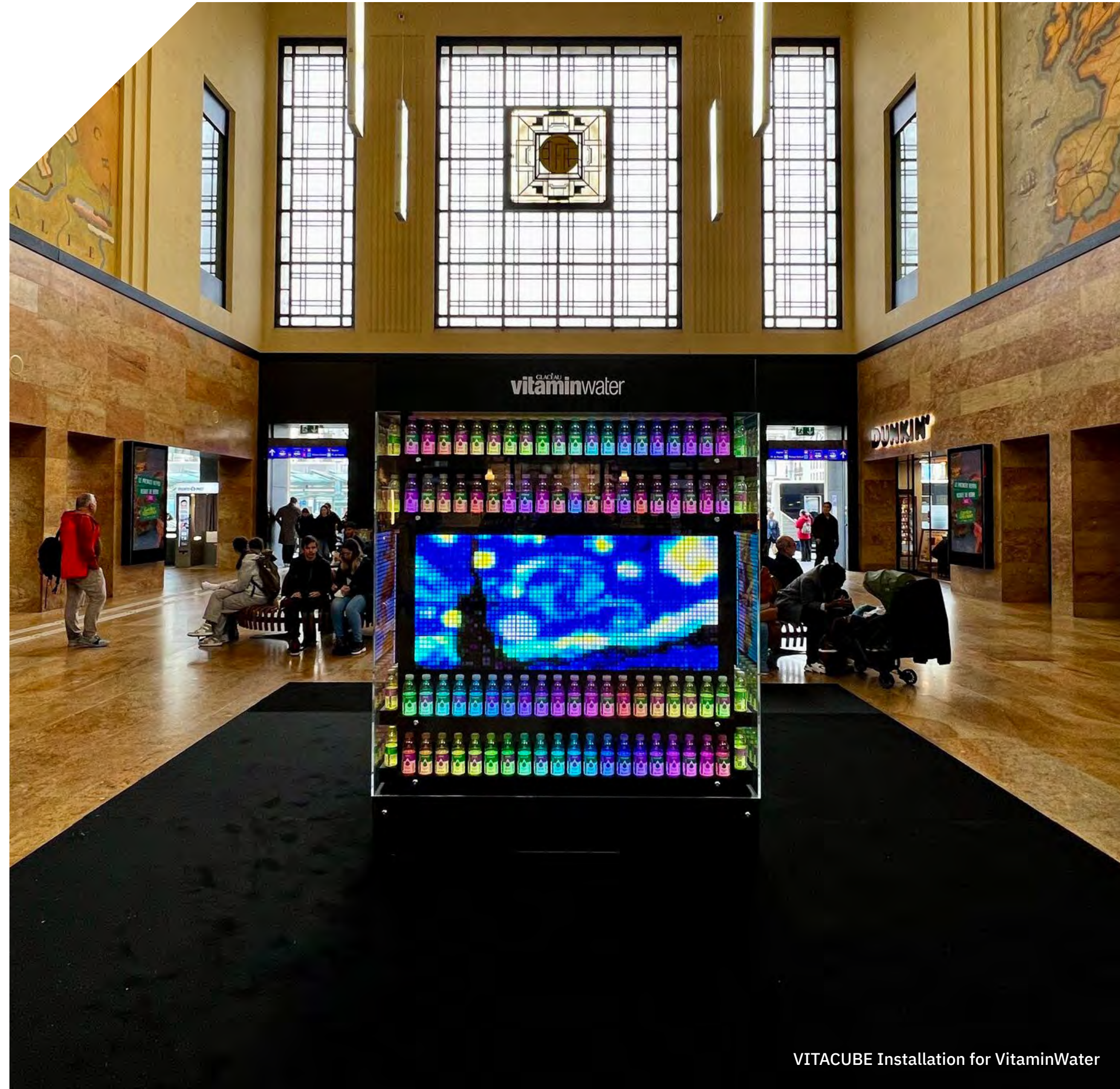
Doha Jewellery & Watches Exhibition 2024

# Expomobilia /

Im ersten Halbjahr 2024 hat Expomobilia **65 Projekte** in den wichtigsten Märkten der Welt erfolgreich abgeschlossen, davon **45 in der Schweiz**. Das Team präsentierte die neue Markenidentität von **Bremont an der Watches & Wonders 2024** in Genf und entwarf einen unverwechselbaren Stand von 380 m<sup>2</sup>, der das Image des Uhrenherstellers innerhalb eines engen Zeit- und Budgetrahmens wirkungsvoll neu positionierte.

Ein weiteres Highlight war die Installation **VITACUBE für VitaminWater und Coca-Cola HBC**, die im Rahmen einer landesweiten Roadshow interaktive Displays in Schweizer Bahnhöfen zeigte. Diese Projekte unterstreichen das Engagement von Expomobilia für Innovation und Exzellenz in verschiedenen Märkten.





# Exhibitions & Events

SPOTLIGHTS



# Eigenmessen /

Im ersten Halbjahr 2024 führte die MCH Group **sieben Fach- und Publikumsmessen** in der Messe Basel, der Messe Zürich und der Beaulieu Lausanne durch: die **Swissbau** (nationaler Treffpunkt der Bau- und Immobilienwirtschaft), die **Sustainability Days** (Plattform für Nachhaltigkeitsinitiativen) und die **Powertage**, der wichtigste Branchenevent der Schweizer Stromwirtschaft.

Zu den gut besuchten Publikumsveranstaltungen gehörten das **SPRING Festival** in Basel, der eindrückliche Gartenevent **Giardina**, die Gesundheits- und Wellnessmesse **Mednat Expo** sowie die Garten- und Wohnmesse **Habitat et Jardin** in Lausanne.

Ein Highlight unter den **Eigenveranstaltungen** war die erfolgreiche Rückkehr der Swissbau zu ihrer vollen Grösse: Über 600 Aussteller lockten rund 52'500 Besucher in die Basler Messehallen auf beeindruckenden **85'000 m<sup>2</sup>**.



# Gastveranstaltungen und Kongressgeschäft /

Von Januar bis Juni fanden im **Congress Center Basel und in der Messe Basel 28 nationale und internationale Kongresse**, Tagungen, Gastausstellungen und Gastveranstaltungen sowie **50 weitere Veranstaltungen** (Corporate & Public Events, Kleinveranstaltungen) statt. Sie lockten **247'680 Besucherinnen und Besucher** nach Basel. Das Highlight in Basel war die **Fantasy Basel - The Swiss Comic Con**, die ihr 10-jähriges Jubiläum feierte. Über **550 Aussteller und Künstler** waren auf dem Festival für Film-, Game-, Comic- und Cosplay-Fans vertreten,

das auf über **90'000 m<sup>2</sup> 88'000 Besucherinnen und Besucher** anlockte und damit den Rekord vom letzten Jahr brach.

In der ersten Jahreshälfte fanden in der Messe Zürich **acht Gastmessen** mit insgesamt rund **64'000 Besuchern** sowie weitere Konferenzen und Veranstaltungen statt. Eine der wichtigsten Veranstaltungen war die prestigeträchtige **UFI European Conference**, die Zürich zum Zentrum der globalen Messeindustrie machte. An der von der MCH Group organisierten Veranstaltung nahmen

**300 Delegierte aus 41 Ländern** teil.

Mit dem **Messe-Quartier Basel (MQ)** hat die MCH Group zusammen mit lokalen und regionalen Partnern eine Initiative zur Belebung des Areals rund um den Messeplatz und zur Aufwertung des Angebots für die Basler Bevölkerung und die Besucherinnen und Besucher gestartet. Nach der Europapremiere der Blockbuster-Ausstellung **“Marvel - Universe of Super Heroes”** in den Basler Messehallen im März wurde Anfang Juli das **“Bambusnest”**

im Innenhof der Halle 2 eröffnet und entwickelte sich rasch zum lebendigen Outdoor-Hotspot der Stadt. Bis Ende Jahr wird das Freizeit- und Kulturangebot weiter ausgebaut und das Messequartier in einen dynamischen Kulturknotenpunkt verwandelt. Die vielfältigen Veranstaltungen und Ausstellungen ziehen bereits jetzt ein breites Publikum aus dem In- und Ausland an, was die regionale Wirtschaft fördert und zur sozialen und kulturellen Vielfalt der Stadt beiträgt.



• Fantasy Basel 2024



UFI European Conference 2024



Fespo and Golfmesse 2024



Marvel: Universe of Super Heroes

# MCH Nachhaltigkeit

SPOTLIGHTS



# MCH Group setzt ihre Bemühungen um Nachhaltigkeit fort /

## Art Basel, Messe Basel und Messe Zürich gehören zum Swisstainable Nachhaltigkeitsprogramm des Schweizer Tourismus.

Neben der Messe Basel, die seit 2022 das Label **Swisstainable** trägt, zählen neu auch die Messe Zürich und die Art Basel als Grossveranstaltung zu den Mitgliedern des landesweiten Nachhaltigkeitsprogramms Swisstainable. Mit diesem Programm wird die **Schweiz als nachhaltige Tourismus-Destination international hervorgehoben**. Alle drei Bereiche der MCH Group (Messe Basel, Messe Zürich, Art Basel) haben das zweithöchste Level des Schweizer Nachhaltigkeitsprogramms erreicht.

## MCH Group ist Mitglied im Nachhaltigkeitsrat Basel-Stadt.

Ziel des von Basel Tourismus gegründeten Nachhaltigkeitsrates ist, die Stadt Basel als eine der ersten Städtedestinationen der Schweiz von der anerkannten Organisation TourCert als **nachhaltige Feriendestination** zertifizieren zu lassen. Die Arbeit des Rates, in dem verschiedene Branchen vertreten sind, ist ein wichtiger Schritt zur nachhaltigen Weiterentwicklung der gesamten Region Basel.

## MCH Group fördert nachhaltige Events mit dem MCH Sustainable Event Guide.

Die MCH Group hat zum ersten Mal einen Sustainable Event Guide für nachhaltige und inklusive Events entwickelt und in ihre Prozesse integriert. Damit will sie künftig die internationale Event-Branche in ihren Bestrebungen unterstützen, **nachhaltige Praktiken** als Standard zu etablieren. Der Leitfaden wurde in einem ersten Schritt intern eingesetzt, in naher Zukunft steht er auch externen Veranstaltern und Organisatoren zur Verfügung, um **Best Practices innerhalb der Branche** zu teilen und voranzutreiben.





Art Basel Miami Beach 2023



Flaneur Festival, StadtKonzeptBasel



Art Basel Basel 2024



Flaneur Festival, StadtKonzeptBasel

# Finanz- bericht

1. HALBJAHR 2024



# Konzern-Bilanz zum Halbjahresabschluss 2024 /

Konzern-Bilanz (verkürzt)	30.06.2024		31.12.2023	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Flüssige Mittel	58.7		65.7	
Übriges Umlaufvermögen	129.5		83.8	
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>188.2</b>	<b>50.5</b>	<b>149.5</b>	<b>44.4</b>
Total Anlagevermögen	184.6	49.5	187.0	55.6
<b>Total Aktiven</b>	<b>372.8</b>	<b>100.0</b>	<b>336.5</b>	<b>100.0</b>
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	2.8		2.9	
Übriges kurzfristiges Fremdkapital	131.2		101.6	
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>134.0</b>	<b>35.9</b>	<b>104.5</b>	<b>31.0</b>
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	128.8		128.8	
Übriges langfristiges Fremdkapital	5.0		4.3	
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>	<b>133.7</b>	<b>35.9</b>	<b>133.1</b>	<b>39.6</b>
<b>Total Fremdkapital</b>	<b>267.7</b>	<b>71.8</b>	<b>237.6</b>	<b>70.6</b>
Eigenkapital	105.1	28.2	98.9	29.4
<b>Total Passiven</b>	<b>372.8</b>	<b>100.0</b>	<b>336.5</b>	<b>100.0</b>

# Konzern-Erfolgsrechnung zum Halbjahresabschluss 2024 /

Konzern-Erfolgsrechnung (verkürzt)	01.01.-30.06.2024		01.01.-30.06.2023	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	233.8		212.8	
Andere betriebliche Erträge	9.3		10.4	
Bestandesänderungen angefangene Arbeiten	-6.5		-4.9	
<b>Total Betriebsertrag</b>	<b>236.6</b>	<b>100.0</b>	<b>218.4</b>	<b>100.0</b>
Personalaufwand	-69.0		-62.9	
Verwaltung	-11.9		-9.4	
Unterhalt, Reparaturen	-6.4		-4.8	
Versicherungen, Baurechtzinsen, Mieten	-10.6		-11.0	
Energie	-3.6		-2.8	
Einrichtungsaufwand, Standbau	-87.0		-97.5	
Messe-, Kongressbetrieb	-27.4		-6.6	
Werbung, Presse, Public Relations	-5.4		-2.8	
Anderer betrieblicher Aufwand	-0.1		-0.6	
Verlust aus Veräusserung von Beteiligungen	-		-	
<b>Betriebliches Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>15.3</b>	<b>6.4</b>	<b>20.0</b>	<b>9.2</b>
Abschreibungen und Wertbeeinträchtigungen	-9.5		-9.1	
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>5.8</b>	<b>2.4</b>	<b>10.9</b>	<b>5.0</b>
Ergebnis assoziierter Organisationen	-		-	
Finanzergebnis	0.3		-4.3	
<b>Gewinn / Verlust vor Steuern</b>	<b>6.1</b>	<b>2.6</b>	<b>6.6</b>	<b>3.0</b>
Ertragssteuern	-2.5		-1.9	
<b>Halbjahresgewinn/ -verlust</b>	<b>3.6</b>	<b>1.5</b>	<b>4.7</b>	<b>2.2</b>
davon den Minderheitsanteilen zurechenbar	-0.2		-0.6	
davon den Aktionären des Mutterunternehmens zurechenbar	3.8		5.3	
Unverwässertes Ergebnis pro Aktie in CHF	0.12		0.17	
Verwässertes Ergebnis pro Aktie in CHF	0.12		0.17	

Das unverwässerte Ergebnis pro Aktie errechnet sich aus dem den Aktionären des Mutterunternehmens zurechenbaren konsolidierten Halbjahresergebnis nach Steuern, dividiert durch die Anzahl durchschnittlich zeitgewichteter ausstehender Aktien.

Das verwässerte Ergebnis pro Aktie errechnet sich aus dem den Aktionären des Mutterunternehmens zurechenbaren konsolidierten Halbjahresergebnis nach Steuern, dividiert durch die Anzahl durchschnittlich zeitgewichteter ausstehender Aktien unter Berücksichtigung der angenommenen Ausübung von anteilsbasierten Vergütungen, welche das Ergebnis pro Aktie verwässert. Die Verwässerung wirkt sich erst ab der dritten Nachkommastelle aus.

# Konzern-Geldflussrechnung zum Halbjahresabschluss 2024 /

Konzern-Geldflussrechnung (verkürzt)	01.01. - 30.06.2024	01.01. - 30.06.2023
	Mio. CHF	Mio. CHF
Nettogeldfluss aus betrieblicher Tätigkeit	-3.5	8.6
Nettogeldfluss aus Investitionstätigkeit	-6.2	-7.1
Nettogeldfluss aus Finanzierungstätigkeiten	1.0	-99.0
Währungsumrechnungsdifferenzen	1.7	-0.9
<b>Nettogeldfluss</b>	<b>-7.0</b>	<b>-98.4</b>
Bestand flüssige Mittel zu Beginn der Geschäftsperiode	65.7	151.9
Bestand flüssige Mittel am Ende der Geschäftsperiode	58.7	53.5

# Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals /

Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals (verkürzt)	Aktienkapital	Kapitalreserven	Eigene Aktien	Gewinnreserven	Minderheiten	Total
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
Stand 01.01.2023	31.1	251.1	-2.1	-171.0	4.2	113.4
Währungsumrechnungsdifferenzen	-	-	-	-1.1	0.0	-1.1
Transaktion mit Minderheiten	-	-	-	-0.2	1.2	1.0
Halbjahresgewinn 01.01. - 30.06.2023	-	-	-	5.3	-0.6	4.7
<b>Stand 30.06.2023</b>	<b>31.1</b>	<b>251.1</b>	<b>-2.1</b>	<b>-167.0</b>	<b>4.8</b>	<b>117.9</b>
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
Stand 01.01.2024	31.1	250.7	-1.7	-186.0	4.8	98.9
Währungsumrechnungsdifferenzen	-	-	-	2.3	-	2.3
Veränderung aus anteilsbasierter Vergütung	-	-0.0	0.1	-	-	0.0
Emissionsausgabe	-	0.2	-	-	-	0.2
Transaktion mit Minderheiten	-	-	-	-0.2	0.3	0.1
Halbjahresgewinn 01.01. - 30.06.2024	-	-	-	3.8	-0.2	3.6
<b>Stand 30.06.2024</b>	<b>31.1</b>	<b>250.8</b>	<b>-1.6</b>	<b>-180.1</b>	<b>4.9</b>	<b>105.1</b>

# 1. Grundlagen der Abschlusserstellung /

Der vorliegende konsolidierte Halbjahresabschluss umfasst den nicht geprüften Halbjahresabschluss der MCH Group AG und ihrer Tochtergesellschaften für die Periode vom 1. Januar 2024 bis 30. Juni 2024. Die verkürzt dargestellte Halbjahresrechnung wurde in Übereinstimmung mit den bestehenden Richtlinien der Fachempfehlung Swiss GAAP FER 31 (ergänzende Fachempfehlungen für kotierte Unternehmen) erstellt. Sie beinhaltet nicht alle Informationen und Offenlegungen, wie sie in der konsolidierten Jahresrechnung enthalten sind und sollte deshalb in Verbindung mit der Konzernrechnung per 31. Dezember 2023 gelesen werden.

Der konsolidierte Halbjahresabschluss wurde nach den gleichen Rechnungslegungsgrundsätzen und Bewertungsgrundlagen erstellt, wie sie in der Konzernrechnung per 31. Dezember 2023 angewandt wurden, mit folgenden Ausnahmen:

- FER 28 – Erstmalige Anwendungen der Neueinführung von FER 28.
- FER 30 -Erstmalige Anwendung der revidierten FER 30 (Keine Implikation auf diesen Halbjahresabschluss)

Aufgrund von Rundungen können sich im vorliegenden Bericht bei Summenbildungen und bei der Berechnung von Prozentangaben scheinbare Differenzen ergeben.

## 2. Segmentberichterstattung / Berichterstattung nach Geschäftsbereichen

Betriebsertrag nach Geschäftsbereichen	01.01. - 30.06.2024		01.01. - 30.06.2023	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Community Platforms	114.0	48.2	93.6	42.9
Experience Marketing	142.3	60.2	142.1	65.0
Group Functions & Consolidation	-19.7	-8.3	-17.3	-7.9
<b>Total Betriebsertrag</b>	<b>236.6</b>	<b>100.0</b>	<b>218.4</b>	<b>100.0</b>
Betriebliches Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	01.01. - 30.06.2024		01.01. - 30.06.2023	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Community Platforms	15.5	13.6	9.4	10.1
Experience Marketing	12.1	8.5	15.7	11.0
Group Functions & Consolidation	-12.4	-	-5.1	-
<b>Total Betriebliches Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>15.3</b>	<b>6.4</b>	<b>20.0</b>	<b>9.2</b>
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	01.01. - 30.06.2024		01.01. - 30.06.2023	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Community Platforms	7.6	6.7	2.0	2.1
Experience Marketing	11.2	7.9	14.6	10.3
Group Functions & Consolidation	-13.1	-	-5.7	-
<b>Total Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>5.8</b>	<b>2.4</b>	<b>10.9</b>	<b>5.0</b>

Die Segmenterlöse und -ergebnisse der Geschäftsbereiche werden vor Konsolidierung dargestellt. Der Geschäftsbereich «Community Platforms» umfasst die Erträge und Ergebnisse der verschiedenen physischen, hybriden und digitalen Plattformen sowie der damit verbundenen Dienstleistungen der Einheiten «Art & Art Related Industries» und «Exhibitions & Events». Das Vermietungsgeschäft (Gastveranstaltungen, Vermietung an Eigenmessen) und die allgemeinen Dienstleistungen (z.B. Parkplatzeinnahmen) der Messeplätze Basel und Zürich sind ebenfalls in diesem Geschäftsbereich enthalten. Der Geschäftsbereich «Experience Marketing» beinhaltet Strategie, Kreation und Umsetzung von Experience Marketing Dienstleistungen der «Live Marketing Solutions» mit den Marken MCH Global, Expomobilia und MC². «Group Functions & Consolidation» umfasst Group IT, Group Finance, Group Procurement, Legal Department, Risk Management & Compliance, Group HR, Group Communications, Group Strategy & Sustainability und Konsolidierungseffekte.



## 2. Berichterstattung nach geographischen Märkten /

Betriebsertrag nach geographischen Märkten	01.01. - 30.06.2024		01.01. - 30.06.2023	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Schweiz	104.9	14.3	67.5	30.9
Europa (ohne Schweiz)	21.4	9.0	26.7	12.2
Nord- und Südamerika	80.8	34.1	98.3	45.0
Asien / Pazifik / Afrika	29.6	12.5	25.9	11.8
<b>Total Betriebsertrag</b>	<b>236.6</b>	<b>100.0</b>	<b>218.4</b>	<b>100.0</b>

Die Betriebserträge nach geographischen Märkten werden nach Konsolidierung dargestellt und beziehen sich somit rein auf Drittumsätze.

### 3. Goodwill /

Gemäss den Konsolidierungsgrundsätzen verrechnet die MCH Group den erworbenen Goodwill im Zeitpunkt der Erstkonsolidierung bzw. im Erwerbszeitpunkt direkt mit dem Eigenkapital. Der theoretische Nettobuchwert des Goodwills von 0.4 Mio. CHF per Ende 2023 setzte sich zusammen aus der akquirierten Gesellschaft Digital Festival AG (fusioniert mit der MCH Messe Schweiz (Zürich) AG per 01.01.2022). Im Laufe des Geschäftsjahres 2024 wurde entschieden, die Ausgabe der beiden Messen im Jahr 2024 zu pausieren, um eine neue strategische Ausrichtung durchzuführen.

Aus diesem Grund wäre bei einer Aktivierung des Goodwills und unter Annahme einer 5-jährigen Amortisationszeit theoretisch eine Wertberichtigung von 0.3 Mio. CHF vorzunehmen.

### 4. Saisonale Schwankungen / Ausblick /

Aufgrund der saisonalen Schwankungen im Veranstaltungskalender und der veranstaltungslosen Sommermonate ist das zweite Halbjahr schwächer zu gewichten als das erste Halbjahr. Es können keine linearen Schlüsse vom Halbjahresergebnis auf das Jahresergebnis gezogen werden. Wir werden uns auf die Kosten und den Turnaround unseres Unternehmens konzentrieren, um 2024 ein ausgeglichenes Jahresergebnis zu erzielen.

### 5. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag /

Keine

### 6. Genehmigung der Halbjahresrechnung /

Der Verwaltungsrat der MCH Group AG hat die konsolidierte Halbjahresrechnung 2024 am 05.09.2024 genehmigt.



**MCH Group AG**  
**4005 Basel, Schweiz**

T + 41 58 200 20 20  
info@mch-group.com  
www.mch-group.com

Der Bericht zum Halbjahresabschluss 2024 ist auf der Webseite der MCH Group unter «Investoren» / «Berichte» verfügbar.  
Es werden keine gedruckten Exemplare produziert und verschickt.  
Der Bericht erscheint in Deutsch und Englisch.  
Verbindlich ist die englische Version