



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Basel, 17. September 2026

MCH GROUP SETZT ERFOLGSKURS MIT STARKEM HALBJAHRESERGEBNIS FORT UND STEIGERT DIE PROFITABILITÄT WEITER

Die MCH Group erzielte auch im ersten Halbjahr 2026 ein positives Ergebnis. Dies ist das vierte positive Halbjahresergebnis in Folge – trotz eines herausfordernden geopolitischen Umfelds, das sich insbesondere auf die Geschäftstätigkeit im Nahen Osten auswirkte.

Das EBITDA stieg auf CHF 34,3 Millionen, ein Plus von CHF 15,4 Millionen gegenüber der Vorjahresperiode. Der Betriebsertrag erreichte CHF 248,8 Millionen und wuchs damit zweistellig im Jahresvergleich (+12%). Dieses Wachstum ist das Ergebnis eines Halbjahres, das geprägt war vom erfolgreichen Start von Art Basel Qatar sowie der Durchführung wichtiger Veranstaltungen bei den Divisionen Live Marketing Solutions und MCH Exhibitions & Events. Vorangetrieben wurde diese Entwicklung von einer disziplinierten Umsetzung und einer verbesserten operativen Effizienz im gesamten Geschäft der MCH Group – eine solide Grundlage für nachhaltige Profitabilität.

Konsolidierte Kennzahlen im Überblick (Vorjahresperiode 2025 in Klammern):

- Betriebsertrag: CHF 248,8 Millionen (CHF 222,4 Millionen, +12%)
- EBITDA: CHF 34,3 Millionen (CHF 18,9 Millionen)
- Reingewinn: CHF 18,6 Millionen (CHF 5,3 Millionen)

Der Anstieg des Ertrags gegenüber der Vorjahresperiode ist hauptsächlich auf die erste Ausgabe der Art Basel Qatar sowie auf CONEXPO in Las Vegas und Swissbau in Basel zurückzuführen, die allesamt im ersten Halbjahr stattfanden. Auch der im Jahresvergleich günstiger gelegene Termin der CES trug positiv bei. Dem gegenüber standen ein tieferer Ertrag bei expomobilia, negative Währungseffekte sowie die Auswirkungen des Nahostkonflikts.

Solide Leistung in allen Geschäftsbereichen

Im ersten Halbjahr 2026 bewegte sich die MCH Group in einem anspruchsvollen Umfeld: Der Kunstmarkt erholte sich von zwei schwächeren Jahren, Zölle belasteten die Standbaukosten von MC² und die Krise im Nahen Osten wirkte sich zusätzlich negativ aus. Vor diesem Hintergrund erwies sich das Kerngeschäft als widerstandsfähig und entwickelte sich erfreulich: Art Basel Hong Kong verzeichnete eine starke Ausgabe, während Art Basel in Basel ihre weltweite Führungsposition erneut unter Beweis stellte. Ein zusätzlicher Höhepunkt bildete dabei die erste europäische Präsentation von Zero 10, die globale Initiative der MCH Group für Kunst im digitalen Zeitalter.

Auch MCH Exhibitions & Events erzielte eine solide Leistung: Die Swissbau bestätigte ihre Position als grösste Bau- und Immobilienmesse der Schweiz. Der health.tech | global summit feierte im März seine Premiere und brachte rund 6'000 Teilnehmende aus aller Welt nach Basel. Ergänzt wurden diese durch eine anhaltend rege Gastveranstaltungs- und Kongresstätigkeit in Basel und Zürich, darunter die FESSH sowie die erstmalige



Durchführung der Microsoft AI Tour in Zürich. Mit der Basilia Jewellery & Watch Fair gaben die MCH Group und Informa Markets die Lancierung einer neuen Branchenmesse für Schmuck und Uhren bekannt, die im Frühjahr 2027 in Basel Premiere feiert – der erste Schritt einer weitreichenden Zusammenarbeit mit Informa Markets.

Die Division Live Marketing Solutions verzeichnete ein starkes erstes Halbjahr mit mehr als 875 realisierten Projekten. MC² unterstützte führende US-Veranstaltungen wie CES und CONEXPO, die beide Rekordbesucherzahlen bestätigten. expomobilia setzte die erstmalige Durchführung von Art Basel Qatar erfolgreich um.

Geopolitischer Gegenwind

Der Konflikt im Nahen Osten belastete das Geschäft von MCH Global spürbar: Ab Anfang März sagten Kunden sämtliche Live-Veranstaltungen ab. Seither hat sich die Lage schrittweise entspannt, und im vierten Quartal sollen die Aktivitäten wieder auf Normalkurs zurückkehren – wenn auch mit einem stärkeren Fokus auf lokale Zielgruppen.

Expansion in wachstumsstarke Formate

Im Rahmen ihrer Strategie, in neue, wachstumsstarke Formate zu expandieren, gab die MCH Group zudem eine Beteiligung von 20 Prozent am Jupiter Festival Miami bekannt – ein Schritt, der ihre Präsenz im nordamerikanischen Markt für Live-Entertainment erweitert und vielversprechende Möglichkeiten für eine künftige Zusammenarbeit eröffnet. Auch die Vorbereitungen für das Futurific Institute laufen; eine erste Austragung ist für 2028 in Basel vorgesehen.

«Das erste Halbjahr 2026 hat gezeigt, dass die eingeschlagenen Schritte Wirkung zeigen – mit Art Basel Qatar haben wir eine neue Wachstumsregion erschlossen, während unser Geschäft als Ganzes seine Stärke und Widerstandsfähigkeit erneut unter Beweis gestellt hat», sagt Andrea Zappia, Group CEO a.i. und Verwaltungsratspräsident der MCH Group.

Halbjahresbericht 2026: <https://www.mch-group.com/de/investoren/berichte>

Ad-hoc-Mitteilungen: <https://www.mch-group.com/en/investors/ad-hoc-announcements>

Über die MCH Group

Die MCH Group mit Sitz in Basel (Schweiz) ist ein global tätiges Experience-Marketing-Unternehmen mit einem umfassenden Dienstleistungsnetzwerk für internationale Kunden. Zum Kerngeschäft zählen einzigartige Community-Plattformen wie die Art Basel Messen in Basel, Hongkong, Paris, Miami Beach und Qatar sowie bedeutende nationale Fachmessen wie die Swissbau und die Giardina. Die Division Live Marketing Solutions bietet mit den Marken MCH Global, MC² und expomobilia individuelle Experience-Marketing-Lösungen von der Strategie über die Kreation bis zur Umsetzung. Die MCH Group betreibt zudem die Messe Basel und die Messe Zürich. Das Unternehmen beschäftigt über 800 Mitarbeitende, rund die Hälfte davon in der Schweiz und in den USA.

Media Contact

MCH Group AG

Head of Group Media and Public Affairs

Lucia Uebersax | +41 58 206 22 43 | lucia.uebersax@mch-group.com