



Die MCH Group nimmt wieder Fahrt auf

Die Zulassung von Grossveranstaltungen in der Schweiz ermöglicht es, dass die MCH Group ihre Geschäftstätigkeit wieder nach und nach hochfahren und auf eine Normalisierung im Jahr 2022 hoffen darf. Sie hat dafür ein überzeugendes Strategie-Gerüst und einen klaren Fahrplan. Verschiedene strategische Initiativen in allen Geschäftsbereichen sind bereits umgesetzt oder in Entwicklung.

Die MCH Group hat in den vergangenen zwei Jahren ein starkes Fundament für einen erfolgreichen Turnaround und eine prosperierende Weiterentwicklung gelegt. 2019 hat sie die künftige strategische Ausrichtung definiert, das klassische Event-Geschäft in zukunftsorientierte Community-Plattformen mit physischen, hybriden und digitalen Formaten zu entwickeln, weltweit ganzheitliche Experience Marketing Lösungen anzubieten und die Auslastung der eigenen Infrastrukturen in Basel und Zürich zu steigern. Mit der Kapitalerhöhung, dem Einstieg des neuen Ankeraktionärs Lupa Systems sowie der Erneuerung des Verwaltungsrats sind 2020 die Kapitalstruktur, die Aktionärsbasis und das Management gestärkt worden.

In den vergangenen Monaten haben das Management und der Verwaltungsrat eine Überprüfung der Strategie vorgenommen. Es hat sich bestätigt, dass das Netzwerk der drei Geschäftsfelder – Community Plattformen, Experience Marketing sowie Infrastrukturen in Basel und Zürich – ein einzigartiges Asset mit grossen Synergie- und Entwicklungspotenzialen darstellt. Die strategische Ausrichtung ist deshalb bestätigt und mit priorisierten strategischen Initiativen in allen Geschäftsbereichen weiter geschärft worden.

Überzeugendes strategisches Gerüst

"Wir haben eine fokussierte Wachstumsstrategie mit vielversprechenden Initiativen und klaren Plänen in allen Geschäftsbereichen," sagt Beat Zwahlen, CEO der MCH Group. "Wir sind überzeugt, damit unsere ambitionösen Ziele zu erreichen und unser Unternehmen zum Wohle aller unserer Stakeholder auf den Erfolgspfad zu steuern."

Die Strategie der MCH Group basiert auf Themenbereichen – sogenannten Ecosystemen – wie zum Beispiel Kunst, Uhren/Schmuck/Edelsteine oder "Built Environment". Ziel ist es, für die Communities in diesen Ecosystemen mit verschiedenen physischen, hybriden und digitalen Formaten und Plattformen einzigartige Mehrwerte zu schaffen. "Wir wollen den ausgewählten Communities innovatives 24/7/365-Experience Marketing sowie Transaktionslösungen anbieten", erklärt Beat Zwahlen. "Neben der kurzfristigen Sicherung des Geschäfts im Zuge des zu erwarteten Aufschwungs liegt der strategische Fokus deshalb auf der geografischen Expansion, der digitalen Transformation, innovativen Angeboten und einer gruppenweiten Quernutzung unserer Brands, Kompetenzen und Fähigkeiten."

**MCH Group
Global Live Marketing**

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

Bereits 2020 und im ersten Semester 2021 konnten zahlreiche strategische Initiativen umgesetzt werden. So hat die Art Basel mittlerweile acht Ausgaben ihrer "Online Viewing Rooms" durchgeführt. Die erfolgreiche Art Basel in Hong Kong im vergangenen Mai war die erste hybride Art Basel Show mit einer unmittelbaren Verknüpfung des physischen Events und erweiterten digitalen Angeboten und Inhalten. Weitere Beispiele für den eingeschlagenen Weg sind Initiativen wie die Community-Plattform "Swissbau Innovation Lab", die Erweiterung des Portfolios mit dem Digital Festival und dem HackZurich, das neue Konzept der Baselworld sowie zahlreiche hybride und digitale Projekte im Bereich "Live Marketing Solutions".

Ausblick auf den Event-Herbst

"Der Stand der Vorbereitungen der Art Basel in Basel im kommenden September ist sehr erfreulich," erklärt Beat Zwahlen. "Wir stehen in engem Kontakt mit unseren Kunden, Partnern und auch mit den Behörden, die eine erfolgreiche Durchführung der Art Basel tatkräftig unterstützen. Die Kunstwelt und auch die Region Basel dürfen sich auf ein echtes Highlight freuen." Über die Liste der Galerien, die künstlerischen Highlights, Rahmenprogramme und digitale Aktivitäten sowie die Umsetzung des Covid-19 Schutzkonzepts wird das Art Basel Team im Verlaufe des Sommers informieren.

Es gibt allerdings auch Branchen, für die eine Grossveranstaltung in Herbst 2021 noch zu früh kommt. So hat sich die Hospitality Branche noch nicht von den Folgen der Pandemie erholt, die sie sehr stark in Mitleidenschaft gezogen hat. In Absprache mit dem Messebeirat und den Ausstellern hat die MCH Group deshalb entschieden, die Igeho 2021 und weitere Parallelveranstaltungen abzusagen. Das Igeho-Team fokussiert sich nun – neben den Vorbereitungen der Ausgabe 2023 – auf die Konzeption und Ausarbeitung zusätzlicher Live-Formate im kommenden Jahr und die Entwicklung einer digitalen Plattform zur Vernetzung der Branche.

[News Online](#)

Kontakt für die Medien:

MCH Group

Corporate Communications

Christian Jecker

+41 58 206 22 52

christian.jecker@mch-group.com

www.mch-group.com