



# Halbjahresabschluss 2022

## MCH Group

# 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 noch immer weitgehend still. Im zweiten Quartal zog das Event-Geschäft spürbar an, und wir gehen von einer weiteren Normalisierung der Pandemie-Situation und einer positiven Entwicklung der Geschäftstätigkeit aus.
- Den Betriebsertrag konnten wir 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.
- Die geplante Kapitalerhöhung zur Sicherstellung der notwendigen Investitionen für das Wachstum des Unternehmens und die im Mai 2023 anstehende Refinanzierung der Anleihe über CHF 100 Mio. wird im Herbst 2022 einer ausserordentlichen Generalversammlung unterbreitet.

---

## Erstes Quartal noch ohne Anlässe

Die ersten vier Monate des Jahres 2022 waren stark geprägt von Massnahmen im Rahmen der Covid-19 Pandemie, welche die Geschäftstätigkeit der Messen und Kongresse nochmals empfindlich beeinträchtigten.

Der Frühjahrsanlass Giardina in der Messe Zürich musste abgesagt werden, da aufgrund der Unsicherheiten rund um die Pandemie nicht genügend Aussteller bereit waren, die entsprechenden Planungsarbeiten und Investitionen auf sich zu nehmen. Dass zum Zeitpunkt, an dem die Giardina dann stattgefunden hätte, sämtliche Restriktionen aufgehoben waren, machte die Sache umso schmerzlicher. Für die Swissbau, welche jeweils alle zwei Jahre im Januar stattfindet, lagen über 600 Anmeldungen von Ausstellern vor, die Durchführung wurde jedoch im Dezember 2021 von den Gesundheitsbehörden des Kantons Basel-Stadt untersagt. Das stark verkleinerte Format Swissbau Compact, das in den Mai gelegt wurde, machte zwar erfolgreich aus der Not eine Tugend, konnte aber verständlicherweise nicht die gleichen Einnahmen generieren wie eine reguläre Swissbau.

Nicht zuletzt musste auch die Art Basel Hong Kong Minder-einnahmen verbuchen. Die geplante Austragung im März musste aufgrund der Covid-Situation in den Mai verlegt werden. Trotz strenger lokaler Auflagen war die Austragung erfolgreich. Wir verzeichneten 130 teilnehmende Galerien

und boten auch ein Programm für die breite Öffentlichkeit. Einer von vielen Höhepunkten war das von Art Basel und dem neu eröffneten Museum M+ in Auftrag gegebene Werk «The Shape of Light» von Ellen Pau, das an der gigantischen LED Fassade des M+ gezeigt wurde. Schliesslich verzeichnete auch das Geschäft mit Gastmessen und Kongressen diverse Absagen in den ersten Monaten des Jahres.

---

## Zweites Quartal Richtung Normalisierung

Nach dem schwierigen ersten Quartal nahm auch das Event-Geschäft wieder an Fahrt auf. Im zweiten Quartal konnten zur grossen Erleichterung aller Beteiligten alle Eigen- und Gastmessen sowie Kongresse wie geplant durchgeführt werden.

Mitte Mai fanden in der Messe Zürich die Powertage 2022 statt, die Plattform für die Schweizer Stromwirtschaft. Ende Mai konnte die Gastmesse FANTASY BASEL – The Swiss Comic Con mit über 62'000 Eintritten und über 450 Ständen auf 70'000 m<sup>2</sup> die erfolgreichste Ausgabe ihrer Geschichte feiern. Und die Art Basel fand wieder an ihrem angestammten Termin Mitte Juni statt, nachdem sie letztes Jahr coronabedingt in den September verlegt werden musste.

Mit 289 führenden Galerien aus über 40 Ländern untermauerte die Art Basel einmal mehr, dass sich das Epizentrum der Art Basel Messen in Basel befindet. Mit der Bespielung des Messeplatzes durch ein Kunstwerk von Lawrence Weiner, dem Art Basel Parcours und der Parcours Night oder auch mit einer Performance von Chance the Rapper an der ersten Unlimited Night gab es auch für die Basler Bevölkerung viel zu entdecken und zu erleben.

Im Segment Experience Marketing ist die Division Live Marketing Solutions (LMS) mit den drei Marken MCH Global, MC<sup>2</sup> und Expomobilia erfolgreich unterwegs. Das Jahr startete für MC<sup>2</sup> mit den umgesetzten Projekten für SAMSUNG, John Deere und vielen weiteren Marken an der CES (Consumer Electronics Show) sehr erfolgreich. Expomobilia betreute im weiteren Verlauf unter anderem ihre grossen Kunden an der Watches & Wonders in Genf. Nach dem erfolgreichen Abschluss der Expo 2020 Dubai Ende März erhielt das Team einen Xaver Award in Silber für den niederländischen Pavillon und einen Xaver Award in Gold sowie einen Red Dot Design Award für den Schweizer Pavillon. MCH Global hatte einen starken Start in den VAE unter anderem mit Google und BMW, und setzte diverse Projekte in Europa um, wie die Eröffnung des Warenhauses GLOBUS an der Zürcher Bahnhofstrasse. LMS konnte den Umsatz im Vergleich zur Vorjahresperiode beinahe vervierfachen.

---

#### 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.

---

#### Kapitalerhöhung auf gutem Weg

Nach den pandemiebedingten Verlusten in den vergangenen zwei Jahren ist ein finanzielles Massnahmenpaket notwendig, damit die Investitionen für das Wachstum des Unternehmens und die im Mai 2023 anstehende Refinanzierung der Anleihe über CHF 100 Mio. sichergestellt werden können. Im Vordergrund stehen die Stärkung der Kapitalbasis und eine nachgelagerte Erneuerung der Fremdfinanzierung. In einem ersten Schritt plant die MCH Group die Durchführung einer Kapitalerhöhung mit Bezugsrechten für alle Aktionärinnen und Aktionäre.

Bereits bei der Kapitalerhöhung im Jahr 2020 hatten die beiden Ankeraktionäre Kanton Basel-Stadt und Lupa Systems einen sogenannten «Backstop» vereinbart: die Refinanzierung der Anleihe zu gleichen Teilen zu unterstützen, falls die MCH Group diese nicht aus eigener Kraft ablösen könne.

Diese weitere Kapitalerhöhung ist auf gutem Wege:

- Der Grosse Rat des Kantons Basel-Stadt hat am 22. Juni 2022 der vom Regierungsrat beantragten Beteiligung an dieser Kapitalerhöhung von bis zu CHF 34 Mio. zugestimmt.
- Lupa Systems wird diese Kapitalerhöhung im gleichen Umfang wie der Kanton Basel-Stadt unterstützen.
- Die Generalversammlung hat eine Reduktion des Nennwerts pro Aktie auf CHF 1.00 beschlossen, um so die notwendige Flexibilität im Hinblick auf die geplante Kapitalerhöhung zu schaffen.
- Ausserdem hat die Übernahmekommission des Bundes (UEK) dem Kanton Basel-Stadt eine Ausnahme von einer Angebotspflicht gewährt (Sanierungsausnahme).

Die geplante Kapitalerhöhung, an der sich die beiden Ankeraktionäre Kanton Basel-Stadt und Lupa Systems mit insgesamt bis zu CHF 68 Mio. beteiligen wollen, und die mit Bezugsrechten für alle Aktionäre durchgeführt werden soll, wird den Aktionärinnen und Aktionären an einer ausserordentlichen Generalversammlung im Herbst 2022 unterbreitet.

---

#### Fundament für eine erfolgreiche Zukunft

Per 1. Juli 2022 ernannte der Verwaltungsrat Florian Faber zum neuen Group CEO. Er war zu diesem Zeitpunkt Leiter der Division Live Marketing Solutions (LMS) und seit 2009 im Unternehmen. Sein unmittelbarer Fokus liegt auf der geplanten Kapitalerhöhung, der Performance des Geschäfts, der Zusammensetzung seines neuen Management Teams und der weiteren Umsetzung der Unternehmenskultur.

Wenn auch die geopolitische Lage und die Covid-Situation weiterhin mit Unsicherheiten behaftet sind, blickt die MCH Group mit Zuversicht in die Zukunft. Wir haben die grossen Veränderungen im Experience Marketing Markt, die durch die Pandemie noch verstärkt und beschleunigt wurden, mit unserer Strategie und unserer Transformation antizipiert. Wir haben in den vergangenen zwei Jahren das Fundament für einen erfolgreichen Turnaround und eine prosperierende Weiterentwicklung unseres Unternehmens gelegt.

---

Wir glauben weiterhin, dass die Integration der drei Geschäftsfelder ein einzigartiges Asset mit grossem Synergie- und Entwicklungspotenzial darstellt: Community Platforms (physische, hybride und digitale Messen, Kongresse und Plattformen), Experience Marketing (Strategie, Kreation und Umsetzung von Marketing-Lösungen) und Venues (Betrieb und Vermietung eigener Infrastrukturen in Basel und Zürich). Die Strategie basiert darauf, in sogenannten Ökosystemen auf physischen, hybriden und digitalen Plattformen das ganze Jahr über Mehrwerte für die entsprechenden Communities zu schaffen. Die MCH Group kann ihren Kunden ausserdem ganzheitliche Experience Marketing Lösungen für die Positionierung und Aktivierung von Marken sowie für den Aufbau und die Pflege dauerhafter Kundenbeziehungen anbieten.

---

## Ausblick zweites Halbjahr

Im Zuge des deutlich spürbaren Aufschwungs nach Covid-19 gilt es, das Geschäft zu sichern und das Wachstumspotenzial nutzen zu können. Eine grosse Herausforderung sehen wir diesbezüglich in der Rekrutierung von genügend Talenten. Der strategische Fokus liegt auf der geografischen Expansion, der weiteren digitalen Transformation, der Entwicklung von innovativen Angeboten und neuen Messen und einer gruppenweiten Quernutzung der Kompetenzen und Leistungen.

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 HackZürich, 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.

# Konzern-Bilanz

## zum Halbjahresabschluss 2022

Konzern-Bilanz (verkürzt)	30.06.2022		31.12.2021	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Flüssige Mittel	100.5		113.7	
Übriges Umlaufvermögen	133.1		102.4	
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>233.6</b>	<b>55.0</b>	<b>216.1</b>	<b>53.5</b>
<b>Total Anlagevermögen</b>	<b>191.2</b>	<b>45.0</b>	<b>187.8</b>	<b>46.5</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>424.8</b>	<b>100.0</b>	<b>403.9</b>	<b>100.0</b>
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	8.7		8.5	
Übriges kurzfristiges Fremdkapital	136.9		101.9	
<b>Total kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>145.6</b>	<b>34.3</b>	<b>110.4</b>	<b>27.3</b>
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	236.9		237.9	
Übriges langfristiges Fremdkapital	7.8		7.8	
<b>Total langfristiges Fremdkapital</b>	<b>244.7</b>	<b>57.6</b>	<b>245.7</b>	<b>60.8</b>
<b>Total Fremdkapital</b>	<b>390.3</b>	<b>91.9</b>	<b>356.1</b>	<b>88.2</b>
<b>Total Eigenkapital</b>	<b>34.5</b>	<b>8.1</b>	<b>47.8</b>	<b>11.8</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>424.8</b>	<b>100.0</b>	<b>403.9</b>	<b>100.0</b>

# Konzern-Erfolgsrechnung zum Halbjahresabschluss 2022

Konzern-Erfolgsrechnung (verkürzt)	01.01.–30.06.2022		01.01.–30.06.2021	
	Mio. CHF	%/Ertrag	Mio. CHF	%/Ertrag
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	184.2		39.7	
Andere betriebliche Erträge	5.1		19.4	
Bestandesänderungen angefangene Arbeiten	-3.7		1.3	
<b>Total Betriebsertrag</b>	<b>185.6</b>	<b>100.0</b>	<b>60.4</b>	<b>100.0</b>
Personalaufwand	-51.2		-35.7	
Verwaltung	-11.2		-8.0	
Unterhalt, Reparaturen	-5.8		-3.6	
Versicherungen, Baurechtszinsen, Mieten	-8.6		-7.4	
Energie	-2.0		-1.9	
Einrichtungsaufwand, Standbau	-94.0		-19.1	
Messe-, Kongressbetrieb	-10.7		-0.4	
Werbung, Presse, Public Relations	-5.3		-2.3	
Anderer betrieblicher Aufwand	0.0		0.6	
<b>Betriebliches Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>-3.2</b>	<b>-1.7</b>	<b>-17.4</b>	<b>-28.8</b>
Abschreibungen und Wertbeeinträchtigungen	-8.8		-10.0	
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>-12.0</b>	<b>-6.5</b>	<b>-27.4</b>	<b>-45.4</b>
Ergebnis assoziierter Organisationen	0.0		0.1	
Finanzergebnis	-0.6		-1.9	
<b>Verlust vor Steuern</b>	<b>-12.6</b>	<b>-6.8</b>	<b>-29.2</b>	<b>-48.3</b>
Ertragssteuern	-0.6		-0.2	
<b>Konzernverlust</b>	<b>-13.2</b>	<b>-7.1</b>	<b>-29.4</b>	<b>-48.7</b>
davon den Minderheitsanteilen zurechenbar	-0.6		-0.4	
davon den Aktionären des Mutterunternehmens zurechenbar	-12.6		-29.0	
Ergebnis je Aktie (verwässert/unverwässert) in CHF	-0.85		-1.95	

## Konzern-Geldflussrechnung zum Halbjahresabschluss 2022

Konzern-Geldflussrechnung (verkürzt)	01.01.–30.06.2022	01.01.–30.06.2021
	Mio. CHF	Mio. CHF
Nettogeldfluss aus betrieblicher Tätigkeit	0.4	-27.9
Nettogeldfluss aus Investitionstätigkeit	-12.9	-2.3
davon Erwerb von konsolidierten Gesellschaften (abzüglich erworbene flüssige Mittel)	-0.3	-0.8
Nettogeldfluss aus Finanzierungstätigkeiten	-0.5	-0.1
Währungsumrechnungsdifferenzen	-0.2	-0.1
<b>Nettogeldfluss</b>	<b>-13.2</b>	<b>-30.4</b>
Bestand flüssige Mittel zu Beginn der Geschäftsperiode	113.7	130.1
Bestand flüssige Mittel am Ende der Geschäftsperiode	100.5	99.7

Durch die Aufhebung der coronabedingten Einschränkungen im Frühjahr 2022 hat sich der Nettogeldfluss aus betrieblicher Tätigkeit gegenüber dem Vorjahr merklich verbessert. Aufgrund der Erholung des Geschäftsverlaufes wurden mehr Investitionen getätigt, unter anderem im digitalen Bereich.

## Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals

Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals (verkürzt)	Aktien- kapital	Kapital- reserven	Eigene Aktien	Gewinn- reserven	Minder- heiten	Total
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
Stand 01.01.2021	148.7	79.0	0.0	-160.8	0.4	67.3
Währungsumrechnungsdifferenzen				-0.3		-0.3
Goodwill				-0.8		-0.8
Transaktion mit Minderheiten						0.0
Periodenerlust 01.01. - 30.06.2021				-29.0	-0.4	-29.4
<b>Stand 30.06.2021</b>	<b>148.7</b>	<b>79.0</b>	<b>0.0</b>	<b>-190.9</b>	<b>0.0</b>	<b>36.8</b>
Stand 01.01.2022	148.7	59.0	-1.5	-158.4	0.0	47.8
Währungsumrechnungsdifferenzen						0.0
Goodwill						0.0
Transaktion mit Minderheiten				-0.4	0.3	-0.1
Periodenerlust 01.01. - 30.06.2022				-12.6	-0.6	-13.2
<b>Stand 30.06.2022</b>	<b>148.7</b>	<b>59.0</b>	<b>-1.5</b>	<b>-171.4</b>	<b>-0.3</b>	<b>34.5</b>

# Anhang zum Halbjahresabschluss 2022

## 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 2022 bis 30. Juni 2022. 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 2021 gelesen werden.

Der konsolidierte Halbjahresabschluss wurde nach den gleichen Rechnungslegungsgrundsätzen und Bewertungsgrundlagen erstellt, wie sie in der Konzernrechnung per 31. Dezember 2021 angewandt wurden.

## 2. Segmentberichterstattung

Berichterstattung nach Geschäftsbereichen:

Betriebsertrag nach Geschäftsbereichen	01.01.–30.06.2022		01.01.–30.06.2021	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Community Platforms	55.6	30.0	19.5	32.3
Experience Marketing	128.3	69.1	34.0	56.3
Venues	14.2	7.7	9.6	15.9
Corporate Functions & Consolidation	-12.5	-6.7	-2.7	-4.5
<b>Total Betriebsertrag</b>	<b>185.6</b>	<b>100.0</b>	<b>60.4</b>	<b>100.0</b>

Betriebliches Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) nach Geschäftsbereichen	01.01.–30.06.2022		01.01.–30.06.2021	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Community Platforms	-0.6	-1.1	-9.3	-47.7
Experience Marketing	5.8	4.5	-8.8	-25.9
Venues	1.1	7.7	-3.3	-34.4
Corporate Functions & Consolidation	-9.5		4.0	
<b>Total Betriebliches Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>-3.2</b>	<b>-1.7</b>	<b>-17.4</b>	<b>-28.8</b>

Betriebliches Ergebnis (EBIT) nach Geschäftsbereichen	01.01.–30.06.2022		01.01.–30.06.2021	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Community Platforms	-1.2	-2.2	-9.9	-50.8
Experience Marketing	4.7	3.7	-10.1	-29.7
Venues	-5.7	-40.1	-11.1	-115.6
Corporate Functions & Consolidation	-9.8		3.7	
<b>Total Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>-12.0</b>	<b>-6.5</b>	<b>-27.4</b>	<b>-45.4</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, Watch/Jewellery/Gems und Swiss Events. Der Geschäftsbereich Experience Marketing beinhaltet Strategie, Kreation und Umsetzung von Experience Marketing Dienstleistungen der Division Live Marketing Solutions mit den Marken MCH Global, Expomobilia und MC<sup>2</sup>. Der Geschäftsbereich Venues umfasst das Vermietungsgeschäft (Gastveranstaltungen, Vermietung an Eigenmessen, Kongresse) sowie allgemeine Serviceleistungen (z.B. Parkhaus-Einnahmen) der Messeplätze Basel und Zürich. Corporate Functions & Consolidation umfasst Digital & Information, Corporate Finance, die Corporate Services (Business Development & Innovation, Legal Department, Risk Management & Compliance, HR und Communications) sowie die Konsolidierungs-Effekte.



## Berichterstattung nach geographischen Märkten:

Betriebsertrag nach geographischen Märkten	01.01.–30.06.2022		01.01.–30.06.2021	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Schweiz	71.2	36.4	29.3	48.5
Europa (ohne Schweiz)	9.2	5.0	2.8	4.6
Nord- und Südamerika	60.9	32.8	16.7	27.6
Asien / Pazifik / Afrika	44.3	23.9	11.6	19.2
<b>Total Betriebsertrag</b>	<b>185.6</b>	<b>100.0</b>	<b>60.4</b>	<b>100.0</b>

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

### 3. Einfluss der Covid-Pandemie auf den Halbjahresabschluss

Die bei Jahresbeginn in der Schweiz nach wie vor geltenden Einschränkungen aufgrund der Covid-Pandemie hatten zur Folge, dass die Geschäftstätigkeit im ersten Quartal 2022 – mit Ausnahme des Segments Experience Marketing – noch immer weitgehend stillstand. Mit der schrittweisen Aufhebung der Einschränkungen im Februar und April 2022 zog das Event-Geschäft erst im zweiten Quartal spürbar an. Unter der Voraussetzung einer weiteren Normalisierung der Pandemie-Situation darf auch eine weitere positive Entwicklung der Geschäftstätigkeit erwartet werden.

Als Folge der noch immer geltenden Einschränkungen aufgrund der Pandemie musste die im März 2022 geplante Gardina in Zürich abgesagt werden. Die Swissbau in Basel musste in den Mai 2022 verschoben werden und konnte aufgrund dieser Verschiebung nur in einem stark verkleinerten Format als Swissbau Compact durchgeführt werden. Die Durchführung der Art Basel in Hong Kong musste aufgrund der anhaltenden Covid-19 Restriktionen in Hong Kong vom März 2022 in den Mai 2022 verschoben werden. In den Messehallen in Basel und in Zürich fehlten im ersten halben Jahr 2022 zudem einige Gastveranstaltungen und in Basel verzeichnete das Kongressgeschäft ein ebenfalls sehr schwaches erstes Quartal.

Die Art Basel in Basel und die Design Miami Basel hingegen konnten aufgrund der aufgehobenen Covid-19 Massnahmen wieder im gewohnten Rahmen im Juni 2022 erfolgreich durchgeführt werden. In Zürich konnten die Powertage im Mai 2022 und in Lausanne die Mednat im Juni ebenfalls wieder stattfinden.

Im Bereich des Geschäftsbereichs Experience Marketing war die Erholung des Geschäftsverlaufs deutlicher spürbar. Zum Ende des ersten Halbjahres 2022 lag sowohl der Umsatz wie auch das betriebliche Ergebnis schon fast wieder auf dem Niveau des ersten Halbjahres 2019. Die Division profitierte vor allem von der guten Entwicklung in den Vereinigten Staaten und einer unerwartet schnellen Erholung in der Schweiz.

Trotz der erkennbaren positiven Entwicklungen im zweiten Quartal des Jahres 2022, resultiert für die MCH Group noch immer ein Verlust für das erste Halbjahr 2022. Dieser fällt aber merklich tiefer aus als in den beiden Vorjahreshalbjahren, als das Geschäft fast vollkommen zum Erliegen gekommen war.

Nach den pandemiebedingten Verlusten in den vergangenen zwei Jahren ist ein finanzielles Massnahmenpaket notwendig, damit die notwendigen Investitionen für das Wachstum des Unternehmens und die im Mai 2023 anstehende Refinanzierung der Anleihe über CHF 100 Mio. sichergestellt werden können. Im Vordergrund steht dabei die Stärkung der Kapitalbasis. Im Jahr 2020 haben die beiden Ankeraktionäre Kanton Basel-Stadt und Lupa Systems einen sogenannten «Backstop» vereinbart, die Refinanzierung der Anleihe zu gleichen Teilen zu unterstützen, wenn die MCH Group diese nicht aus eigener Kraft ablösen kann. Der Regierungsrat des Kantons Basel-Stadt beantragte im zweiten Quartal 2022 dem Grossen Rat, dass sich der Kanton Basel-Stadt mit bis zu CHF 34 Mio. an der Kapitalerhöhung beteiligt. Der Grosse Rat hat der beantragten Beteiligung des Kantons Basel-Stadt zugestimmt. Lupa Systems ist bereit, sich mit dem gleichen Betrag zu beteiligen. Die Durchführung der Kapitalerhöhung ist für das zweite Halbjahr 2022 geplant.

### 4. Veränderungen im Konsolidierungskreis

Die MCH Messe Schweiz (Basel) AG erwarb per 17. Januar 2022 eine Minderheitsbeteiligung von 15% an der Art Events Singapore Pte. Ltd. zu einem Preis von USD 0.3 Mio.

Die MCH Group AG hat am 16. März 2022 die Gesellschaft MCH Digital Ventures AG gegründet.

Die MCH Messe Schweiz (Basel) AG hat am 30. März 2022 die Gesellschaft MCH Group France SAS gegründet.

Die MCH Messe Schweiz (Basel) AG erwarb per 23. Juni 2022 weitere Anteile an der Gesellschaft Masterpiece London Ltd. in der Höhe von 31.5% zu einem Preis von GBP 59. Die MCH Messe Schweiz (Basel) AG hält ab diesem Zeitpunkt 99% der Beteiligungsrechte an der Masterpiece London Ltd.

---

## 5. Saisonale Schwankungen / Ausblick

Das Ergebnis des ersten Halbjahres 2022 war noch immer stark von den negativen Covid-19 Auswirkungen betroffen. Aufgrund des vorliegenden Halbjahresergebnisses kann nicht linear auf das zu erwartende Jahresergebnis 2022 geschlossen werden. Im ersten Halbjahr konnten in Basel die Swissbau Compact und die Art Basel, in Zürich die Powertage, in Lausanne die Mednat und die Art Basel in Hong Kong durchgeführt werden. Für das zweite Halbjahr sind unter anderem in Basel die Holz und das Basler Weinfestival, in Zürich die Berufsmesse, die IFAS und das Digital Festival und der Hack-Zurich, in Lausanne die Ilmac und der «Salon des métiers et de la formation», in Paris die Paris+par Art Basel und die Art Basel in Miami Beach geplant.

Basierend auf den aktuellen Einschätzungen wird das zweite Halbjahr 2022 auf Stufe Jahresergebnis einen Verlust im einstelligen Millionenbereich ausweisen. Das EBITDA wird sich im zweiten Halbjahr verbessern, so dass sowohl der EBITDA des zweiten Halbjahres als auch des gesamten Jahres positiv ausfallen werden.

Im ungünstigen Fall der Rückkehr von umfangreichen Covid-19-bedingten Einschränkungen werden im zweiten Halbjahr 2022 Messen und Veranstaltungen nur in beschränktem Umfang oder gar nicht durchgeführt werden können, was sich wiederum negativ auf die Geschäftsergebnisse auswirken würde. Die MCH Group geht zurzeit aber nicht davon aus, dass dieses Szenario eintreffen wird.

---

## 6. Unternehmensfortführung

Wie erwartet konnte die MCH Group ab dem zweiten Quartal 2022 einen deutlichen Anstieg der Geschäftstätigkeiten feststellen. Basierend darauf, auf der geplanten Kapitalerhöhung und auf der Weiterentwicklung der Strategie ist auch die Mehrjahresplanung der Unternehmensgruppe im zweiten Quartal 2022 überprüft und angepasst worden. Gestützt darauf sind das Management und der Verwaltungsrat der MCH Group zum Schluss gekommen, dass die Liquidität und auch die Eigenkapitalausstattung der Holdinggesellschaft genügend Reserven aufweisen, um den Fortbestand der Gruppe über das Jahr 2023 hinaus zu gewährleisten. Die erfolgreiche Durchführung der geplanten Kapitalerhöhung im zweiten Halbjahr 2022 stellt eine wichtige Voraussetzung dazu dar.

---

## 7. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem ungenutzten Ablauf der Referendumsfrist ist der Entscheid des Grossen Rats des Kantons Basel-Stadt vom 22. Juni 2022 betreffend Beteiligung mit bis zu CHF 34 Mio. an der geplanten Kapitalerhöhung und Verzicht auf die Rückzahlung des Restdarlehens von CHF 5.8 Mio. anfangs August 2022 rechtskräftig geworden.

Am 27. Juli 2022 hat die Übernahmekommission des Bundes (UEK) dem Kanton Basel-Stadt eine Ausnahme von einer Angebotspflicht gewährt (Sanierungsausnahme). Dieser Entscheid ist rechtskräftig.

---

## 8. Genehmigung der Halbjahresrechnung

Der Verwaltungsrat der MCH Group AG hat die konsolidierte Halbjahresrechnung 2022 am 29.08.2022 genehmigt.

---

Der Bericht zum Halbjahresabschluss 2022 ist auf der Webseite der MCH Group unter «Investoren» / «Berichte» verfügbar. Es werden keine gedruckten Exemplare produziert und verschickt.

Sie finden die MCH Group auch auf:



---

Basel, 31. August 2022

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

---

Der Bericht zum Halbjahresabschluss 2022 erscheint in Deutsch und Englisch. Verbindlich ist die deutsche Version.