



Basel, 1. Juni 2023

## **"Nachhaltiges Denken und Handeln sollten künftig selbstverständlich sein."**

Die MCH Group hat am 1. Juni 2023 ihren Nachhaltigkeitsbericht 2022 veröffentlicht, der dem neusten Standard der Global Reporting Initiative (GRI) entspricht. Im Interview berichtet Sarah Borrey, Chief Strategy & Sustainability Officer, wie die MCH Group Nachhaltigkeit in allen Bereichen fördern und warum die ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit ein wichtiger Erfolgsfaktor für uns ist.



**Sarah, Nachhaltigkeit gehört in unserer Unternehmensgruppe zu den strategischen Schwerpunktthemen, warum?**

Nachhaltigkeit bedeutet, Verantwortung zu übernehmen. Nachhaltiges Denken und Handeln sind in der 100jährigen Geschichte unseres Unternehmens nicht neu, sie haben unsere Geschäftstätigkeit geprägt und werden auch unseren Weg in die Zukunft bestimmen. Wir setzen uns dafür ambitionierte, aber erreichbare Ziele und wollen in unserer global agierenden Unternehmensgruppe in allen Bereichen nachhaltiges Verhalten fördern: ökonomisch, ökologisch und sozial.

Unser Ziel ist, auch international eine führende Rolle in der Experience Marketing Branche in Bezug auf die Nachhaltigkeit zu übernehmen. Dafür haben wir 2022 begonnen, eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln, die im Einklang mit unserer Unternehmensstrategie und unserer kulturellen Transformation stehen wird. Konkret bedeutet das: Wir wollen die sogenannten ESG-Aspekte in unsere Wertschöpfung integrieren und die zentralen Fragen beantworten:

- Wie gehen wir mit der Umwelt um? (Environment)
- Wie gehen wir mit unseren Mitarbeitenden und der Gesellschaft um? (Society)
- Was bedeutet verantwortungsvolles unternehmerisches Verhalten für uns? (Governance)

Ein entscheidender Motor sind natürlich auch unsere Kunden und Partner, die verstärkt auf nachhaltige Lösungen achten und diese von uns fordern. Unsere Experience-Plattformen und Events tragen zum Erfolg von Unternehmen und Branchen rund um den Globus bei – wir sehen es daher als zentrale Aufgabe, unsere Kunden, Partner, Lieferanten und andere Stakeholder darin zu unterstützen, Nachhaltigkeit in ihren geschäftlichen Alltag zu integrieren.

### Was bedeutet das konkret, welche Ziele setzt sich unsere Unternehmensgruppe in Sachen Nachhaltigkeit?

Wir haben im letzten Jahr sieben wesentliche Themen definiert, auf die wir uns in unserer Nachhaltigkeitsstrategie in den kommenden Jahren fokussieren möchten. Diese haben wir in mehreren Workshops gemeinsam mit mehr als 200 externen und internen Stakeholdern erarbeitet:

1. Nachhaltige Beschaffung
2. Logistik und Transport
3. Diversität, Chancengleichheit, Inklusion
4. Aus- und Weiterbildung
5. Abfallreduktion und Abfalltrennung
6. Energie-Management
7. Neue, nachhaltige Geschäftsmodelle.

Entscheidend für die Umsetzung dieser Ziele wird sein, dass wir Nachhaltigkeit dauerhaft in unserer MCH Group verankern, und zwar nicht nur in unserer Organisationsstruktur, sondern vor allem in den Köpfen und Herzen unserer Mitarbeitenden sowie im Austausch mit unseren Stakeholdern. Nachhaltiges Denken und Handeln sollten künftig kein "nice to have" mehr sein, sondern selbstverständlicher, gelebter (Business-)Alltag.

Bei einigen unserer Ziele sind wir bereits erfolgreich – zum Beispiel beim Energie-Management an unseren eigenen Standorten in der Schweiz – bei anderen Themen stecken wir mitten in einem Transformationsprozess. Es gibt aber auch Themen, die wir erst weltweit implementieren müssen, beispielsweise ein Aus- und Weiterbildungstool zum Thema Nachhaltigkeit, das unsere Business Units unterstützen wird, eigene, auf das jeweilige Business abgestimmte Nachhaltigkeitsstrategien zu entwickeln.

### Du hast gerade erwähnt, dass wir vor allem im Bereich Energie-Management bereits auf gutem Weg sind, kannst du uns ein konkretes Beispiel dafür geben?

Ja klar, gerne. Messen und Events gehören nicht primär zum "grünen Business", dessen sind wir

uns bewusst. Dennoch haben wir als Unternehmen einen bewiesenermassen hohen Nachhaltigkeitswert. Als Beispiel: Der Betrieb der eigenen Messeinfrastrukturen in Basel und Zürich ist zwar intensiv, doch die MCH Group hat in den vergangenen Jahren wirkungsvolle Massnahmen in der Schweiz umgesetzt: Alle unsere Schweizer Standorte – Messe Basel, Messe Zürich und Expomobilia – decken ihren Strombedarf zu 100% aus erneuerbarer Energie. Dank der Nutzung dieser erneuerbaren Energien sowie wiederverwendbarer oder erneuerbarer Materialien können an unseren Messen und Kongressen in der Schweiz die negativen Auswirkungen auf die Umwelt erheblich reduziert werden. Photovoltaikanlagen auf den Dächern der Messe Basel und der Messe Zürich sowie am Standort der Expomobilia in Effretikon generieren rund 1.8 Mio. kWh. Dies entspricht dem Strombedarf von rund 400 Einfamilienhäusern mit einem Vier-Personen-Haushalt.

Darüber hinaus profitieren auch die Städte, an denen wir unsere Messen und Kongresse veranstalten, in verschiedener Hinsicht von den Tätigkeiten und Plattformen der MCH Group, insbesondere durch die grossen volkswirtschaftlichen Effekte, welche unsere Veranstaltungen auslösen: Standort-Bekanntheit und -Identität, Tourismus, Hotellerie, Gastronomie u.a. Gleichzeitig sichern die Standorte (v.a. die Region Basel) ihre Interessen durch die Beteiligung der öffentlichen Hand an der Holdinggesellschaft und ihre Vertretung in unserem Verwaltungsrat.

Dieses Beispiel zeigt unsere praktizierte Nachhaltigkeit also auf verschiedenen Ebenen: ökologisch, ökonomisch und sozial.

### Welche nächsten Schritte und konkreten Aktionen sind in nächster Zeit geplant?

Aktuell finalisieren wir die Nachhaltigkeitsstrategie für unsere gesamte MCH Group, welche als Grundlage für die Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategien auf Business Unit Ebene dienen wird. Parallel dazu möchten wir in den kommenden Wochen Kolleginnen und Kollegen rekrutieren, die sich als Nachhaltigkeitsverantwortliche in den BU's engagieren und das Thema gemeinsam mit unserem Group Sustainability Team erarbeiten und weltweit umsetzen wollen. Wir bekommen bereits sehr viele Anregungen von unseren Mitarbeitenden, dafür ein grosses Dankeschön an alle! Mein Team und ich sind dankbar für diese wertvollen Inputs – sie helfen uns, unseren ganz eigenen, MCH-spezifischen Weg in Sachen Nachhaltigkeit zu gehen, mit einem ganzheitlichen Approach auf Gruppenebene und verschiedenen Schwerpunkten in den einzelnen Divisionen. Ausserdem planen wir z.B. Online-Schulungen für unsere Mitarbeitenden oder "Expert-Sessions", die eine praxisnahe Ausbildung anstreben, z.B. zu Themen wie Abfallkreislauf, Recycling etc.

### Eine abschliessende Frage: Was sind deine persönlichen Wünsche zum Thema Nachhaltigkeit?

Mir liegt am Herzen, Vorbild zu sein und Wissen zum Thema Nachhaltigkeit zu vermitteln, nicht nur im Business, sondern auch privat. Das fängt in unserer Familie damit an, dass wir kein Auto besitzen, sondern öffentliche Verkehrsmittel, das Fahrrad oder die eigenen Beine nutzen. Meine beiden Töchter – 3,5 und 7 Jahre alt – sind bereits richtige Recycling-Champions geworden und haben Freude daran, unseren Müll zu trennen und entsprechend "fachgerecht" zu entsorgen. Mein Mann und ich unterstützen das mit spannenden Geschichten und Büchern zu diesem Thema. Sich nicht nur selbst, sondern auch die eigenen Kinder für Natur und Nachhaltigkeit zu begeistern, funktioniert einfacher als gedacht und muss selbstverständlich(er) in unserer Gesellschaft werden. Am besten funktioniert das bei der jüngeren Generation natürlich spielerisch-kreativ.

### **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, MC<sup>2</sup> 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 Mitarbeitende, rund die Hälfte davon in der Schweiz und den USA. Im Geschäftsjahr 2022 erzielte die Gruppe einen konsolidierten Umsatz von CHF 394 Mio.