



**M
.CH**



**Halbjahres-
bericht 2023**

MCH Group

Erstes Halbjahr 2023 setzt die positive Entwicklung fort

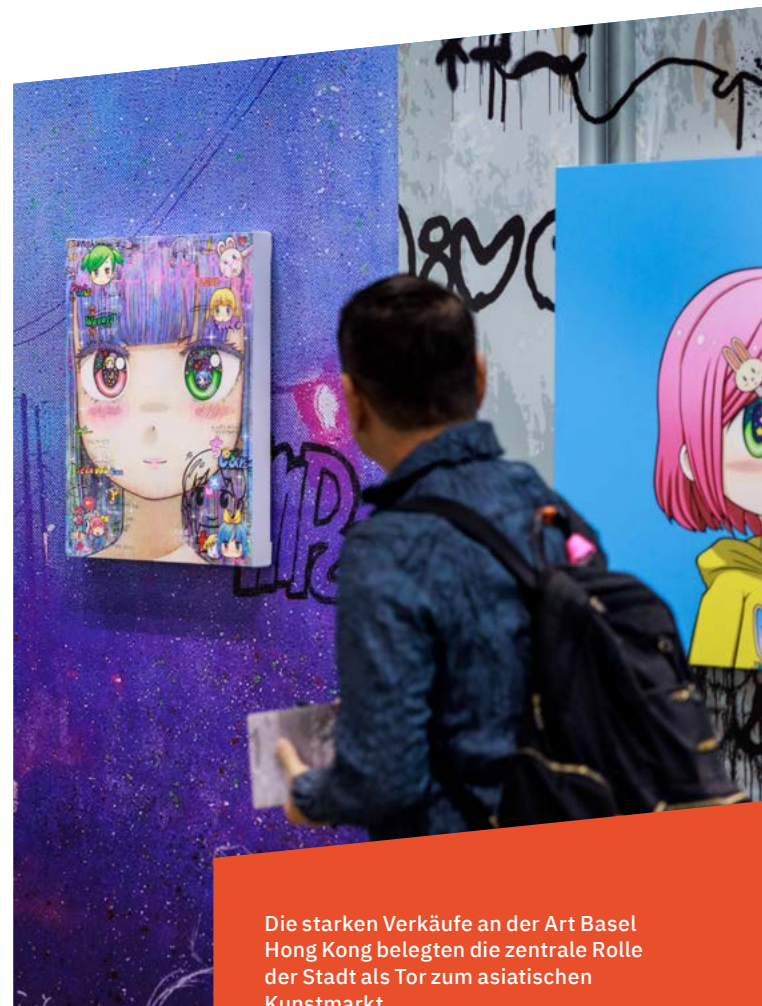
- Im ersten Halbjahr 2023 stand die Geschäftstätigkeit weiter im Zeichen des Aufbruchs und der Erholung.
- Den Betriebsertrag konnten wir im Vergleich zur Vorjahresperiode auf CHF 218,4 Mio. steigern. Das betriebliche Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) ist mit CHF 20,0 CHF Mio. erfreulich ausgefallen. Der Halbjahresgewinn beträgt CHF 4,7 Mio. Dies ist die erste schwarze Zahl auf Stufe Nettoergebnis für eine Berichtsperiode seit 2019.
- Gemäss unseren aktuellen Einschätzungen und wie bereits im Jahresbericht 2022 angekündigt, rechnen wir für das Gesamtjahr 2023 mit einer Verbesserung der operativen Ergebnisse im Vergleich zum Vorjahr, aber nochmals mit einem konsolidierten Nettoverlust für die Gruppe im einstelligen Millionenbereich.
- Dank der im Herbst 2022 durchgeführten Kapitalerhöhung verfügen wir auch nach Rückzahlung der Anleihe von CHF 100 Mio. über ausreichend Liquidität. Gleichzeitig hat sich die Eigenkapitalquote markant verbessert und die Nettoverschuldung deutlich verringert.
- Dies hat auch zu einer deutlichen Verbesserung der Fremd-/Eigenkapitalquote um rund ein Drittel sowie einer Verkürzung der Bilanz um rund ein Fünftel geführt.

Art Basel

Zwei Ausgaben der Art Basel fanden im ersten Halbjahr 2023 statt. Die Art Basel Hongkong war die grösste Ausgabe seit 2019 und zog an den fünf Messetagen 86'000 internationale Besucherinnen und Besucher an. Die starken Verkäufe belegten die anhaltende Wiederbelebung der Kulturszene Hongkongs und seine zentrale Rolle als Tor zum asiatischen Kunstmarkt. Das Publikum hatte auch die Gelegenheit, Hongkongs lebendige Kulturszene und das dynamische Programm seiner Kultureinrichtungen zu erleben, darunter das kürzlich eröffnete M+ und das Hong Kong Palace Museum. Zusätzlich zu den 177 Standpräsentationen der teilnehmenden Galerien begrüsst die Messe wieder alle ihre Spezialbereiche, darunter Encounters – monumentalen Installationen gewidmet – sowie Kabinett, Film und Conversations.

Die Ausgabe 2023 des «Flaggschiffs» der Art Basel fand vom 15. bis 18. Juni 2023 in der Messe Basel statt. Der Anlass war geprägt von hochklassigen Auftritten von 284 Galerien aus 36 Ländern und beachtlichen Verkäufen während der gesamten Woche. Die Messe zog 82'000 Besucherinnen und Besucher an und festigte damit ihre Position als wichtigster Treffpunkt für die globale Kunstwelt. 21 Galerien nahmen zum ersten Mal an der Messe teil, während 12 Galerien ihr Debüt im Hauptsektor gaben und ihr gesamtes Repertoire präsentierten. Unlimited, kuratiert von Giovanni Carmine, zeigte 76 grossformatige Installationen und Performances. Darüber hinaus lockte eine Reihe öffentlicher Programme, darunter das interaktive Messeplatzprojekt von Latifa Echakhch und

ein Parcours mit 24 ortsspezifischen Installationen in der ganzen Stadt. Besonders hervorzuheben sind die gemeinsamen Bemühungen von Basel Tourismus, den Behörden und den kulturellen Institutionen der Region und der MCH Group, unter dem Motto «I'm part of it» eine neue Willkommenskultur zu etablieren und das Gesamterlebnis für die auswärtigen Gäste zu verbessern. Ein Höhepunkt war in dieser Hinsicht das Rheinschwimmen mit Galeristinnen und Galeristen am Sonntag vor Eröffnung.



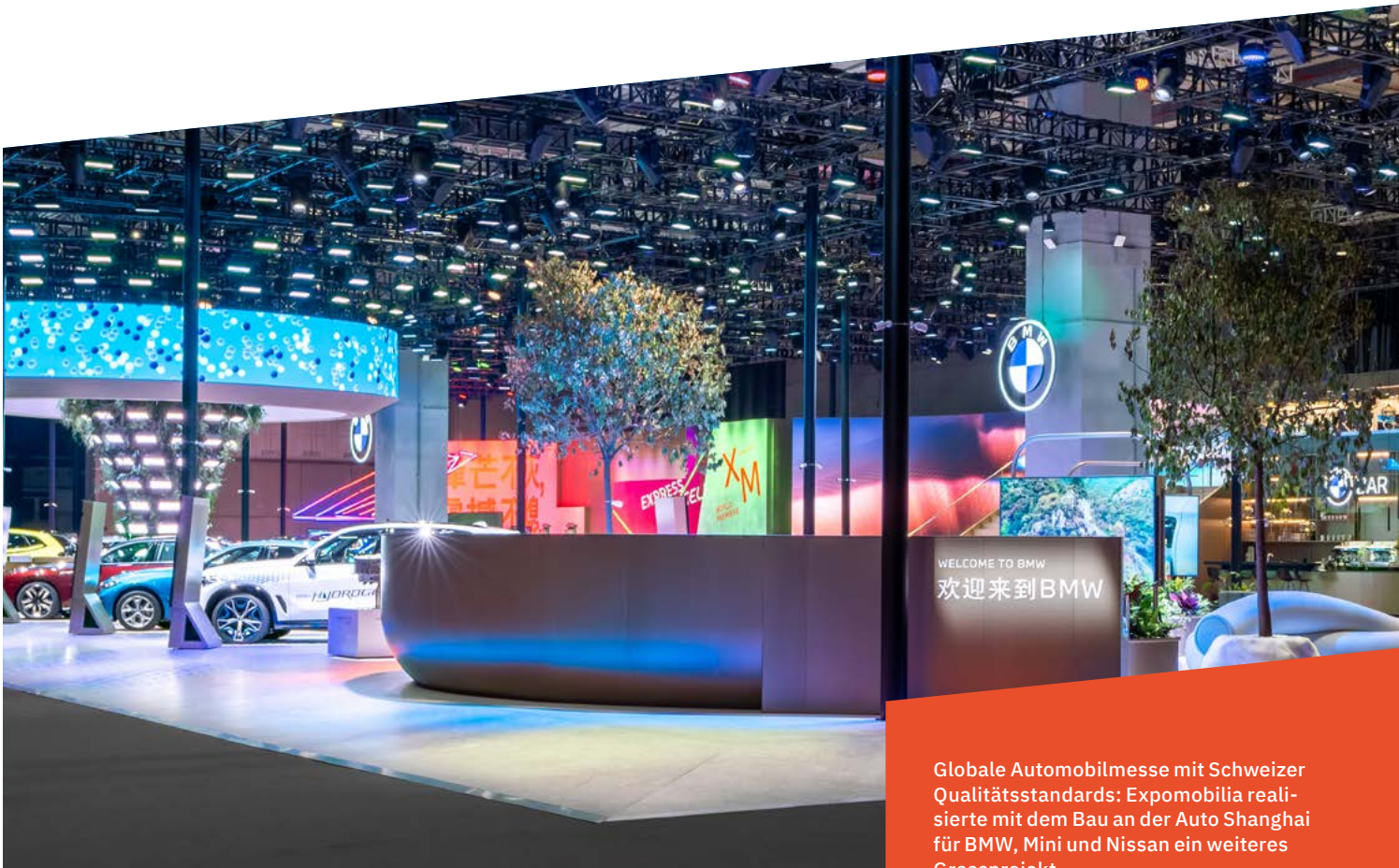
Die starken Verkäufe an der Art Basel Hong Kong belegten die zentrale Rolle der Stadt als Tor zum asiatischen Kunstmarkt.

Live Marketing Solutions

Unsere Division Live Marketing Solutions hat ihre erfreuliche Entwicklung fortgesetzt und war auch im ersten Halbjahr weiterhin wichtigster Umsatzträger des Konzerns.

Das erste Halbjahr der **Expomobilia** war geprägt von Grossprojekten. An der Watches and Wonders in Genf setzte das Expomobilia-Team die grandiosen Messepavillons von vier bekannten Schweizer Luxusuhrenmarken um und plant diese Projekte gerade erneut für die nächste Ausgabe im Jahr 2024. Das Team in Hongkong verantwortete das Exhibition Management an der Art Basel Hongkong mit einer rekordverdächtigen Aufbauzeit von 2,5 Tagen für 30'000 m² Ausstellungsfläche. Die in China ansässigen Kollegen bauten ausserdem sehr erfolgreich an der Auto Shanghai für BMW, Mini sowie den langjährigen Kunden Nissan. Die Automobilmesse zählte mit rund einer Million Besucherinnen und Besucher zu einer der

grössten Veranstaltungen in China seit dem Ende der Pandemie. Die Expomobilia stellte hier einmal mehr unter Beweis, wie sie Schweizer Qualitätsstandards rund um den Globus implementiert. Weiter setzte das Expomobilia-Team zahlreiche Messebauprojekte im DACH-Raum an Branchentreffs wie der Baumag, Chemspec, Giardina und Interpack um. Besonders spannend war das Projekt an der Bau in München: Der Neukunde Holcim lancierte seine Plattform für Wiederverwertung von Bau- und Abbruchmaterialien mit einem zweistöckigen Stand, wofür die Expomobilia-Produktion die abgerundeten Exponate mit echtem Beton überzogen hat. Abgeschlossen wurde das erste Halbjahr im Juni mit dem Exhibition Management für die Art Basel sowie der Design Miami/Basel. Nun laufen die Vorbereitungen für die nächste Paris+ par Art Basel sowie das 50-Jahre-Jubiläumsfest auf Hochtouren.



Globale Automobilmesse mit Schweizer Qualitätsstandards: Expomobilia realisierte mit dem Bau an der Auto Shanghai für BMW, Mini und Nissan ein weiteres Grossprojekt.

Live Marketing Solutions

MC² verzeichnete mit 300 abgeschlossenen Aufträgen in mehr als 25 Bundesstaaten und mehr als 10 Ländern einen fulminanten Start in das Jahr 2023.

Die Consumer Electronic Show (CES) im Januar 2023 wurde zur auszeichnungreichsten CES aller Zeiten für MC²: gleich vier Kunden landeten auf der EXHIBITOR-Liste «Best of CES», welche die 20 besten Exponate der Messe auszeichnete – so viele wie keine andere Agentur in der Geschichte des EXHIBITOR-Magazins. Kurz darauf folgte die CONEXPO CON/AGG, die weltgrösste Messe für Bau- und Landwirtschaft, auf der wir unsere Kunden und die Branchenführer Caterpillar, Volvo Construction, John Deere, Mack Trucks und viele mehr unterstützten.

Die positive Geschäftsentwicklung setzte sich auch in den nächsten Monaten des Halbjahres fort. Und im Vergleich zur Vergleichsperiode wurde ein weiterer Anstieg der Aufträge verbucht.

In der ersten Jahreshälfte erzielte **MCH Global** durch eine Reihe von dynamischen Aktivierungs- und Erlebniskampagnen ein kontinuierliches Wachstum. Wir haben einen regionalen TV-Werbespot für Disney+ inszeniert, der das Content-Angebot wirksam beworben und die Aufmerksamkeit des Publikums im Nahen Osten auf sich gezogen hat. Ein weiteres zentrales Projekt war die Rückkehr des Internationalen Automobil-Salons Genf. Für die GIMS Doha 2023 haben wir innovative Ausstellungskonzepte für führende Automobilmarken entwickelt. Für die GIMS 2024 werden wir das Gesamtkonzept, die Kuratierung und das Future Proofing der Genfer Ausgabe entwickeln und den Salon of Automotive Excellence wieder einführen. Darüber hinaus haben wir unsere Präsenz in der Uhrenindustrie durch den Aufbau einer starken strategischen Partnerschaft mit Rebellion Watches neu belebt. Unsere globale Präsenz wurde durch ein neues Büro in Amsterdam erweitert, wo die Agentur auf der Shortlist von bevorzugten Partnern des BMW Experiential Club gehört.

Mit laufenden und anstehenden Projekten mit Marken wie Julius Baer, Mytheresa, OSN, Jotun, Tiktok und JLR in allen Regionen freuen wir uns auf ein nachhaltiges Wachstum und einen grossen gewichtigen Einfluss auf die Branche in den kommenden Quartalen.

Eigenmessen

Die Sustainability Days in Basel bündelten die vier Kongress- und Ausstellungsformate SmartSuisse, Re' Summit, Future-Proof Infrastructure und MUT – Messe für Umwelttechnik zu einem grossen Event unter dem Motto «Get Things Done» stand. 72 Anbieterinnen und Anbieter in der Ausstellung sowie 171 Referierende präsentierten den rund 1'500 Teilnehmenden Produkte, Lösungen, Strategien und Innovationen mit Fokus auf eine nachhaltige Zukunft in den Bereichen Stadt, Raum, Umwelt und Wirtschaft.

Während des fünftägigen Frühlingsfestivals Spring Basel kamen über 12'000 Besucherinnen und Besucher in die Messe Basel, um den neuen Basler Treffpunkt mit Fokus auf Kulinarik, Unterhaltung und Kultur für Jung und Alt zu entdecken. Mehr als 100 Ausstellende und über 30 lokale Musikerinnen und Musiker, Kunst- und Kulturschaffende sowie Politikerinnen und Politiker machten das Festival zum lebendigen Ort des geselligen Beisammenseins und Erlebens. Die erste Ausgabe dieses neuen Formats zeigte auf, dass in der Region Basel ein vitales Interesse der Bevölkerung für einen grossen Publikumsevent besteht. Die Rückmeldungen von Ausstellern und von den Besucherinnen und Besuchern sind uns ein Ansporn, das Angebot weiterzuentwickeln wie auch zu schärfen.

Nach einer dreijährigen, pandemiebedingten Pause lud die Giardina endlich wieder zu einem einzigartigen Gartenerlebnis in der Messe Zürich ein. Passend zum frühlingshaften Wetter präsentierten vor dem Saisonstart über 230 der führenden Anbieter der Branche die neuesten Trends und Innovationen rund um das Leben im Garten, auf der Terrasse und dem Balkon. Begeisterte 58'000 Besucherinnen und Besucher aus dem In- und Ausland liessen sich während fünf Tagen inspirieren.



Première der SPRING BASEL mit Potenzial: Das Frühlingsfestival für das lokale Publikum lockte über 13'000 Besucherinnen und Besucher in die Messe Basel.

Gastmessen und Kongresse

Im zweiten Quartal verzeichnete die Gastmesse FANTASY BASEL – The Swiss Comic Con wiederum einen neuen Besucherrekord. Das grösste Festival der Schweiz für Popkultur hat sich in den vergangenen Jahren europaweit eine eindrückliche Fangemeinde aufgebaut und konnte 72'000 Besucherinnen und Besucher begrüßen. Auf der wiederum vergrösserten Fläche von 77'000 m² wurde ein sehr vielseitiges Programm geboten, das Cosplay-, Game-, Comic- und Filmfans begeisterte.

Im Kongressgeschäft konnten wir unter anderem die Bio Europe Spring, DIA Europe – ein wiederkehrender Grosskongress mit weltweiter Ausstrahlung – und CISTM, die viertägige internationale Konferenz der International Society of Travel Medicine, willkommen heissen. Ein weiteres Glanzlicht setzte kurz vor den Sommerferien das Firmenjubiläum von Endress + Hauser, das mit einer einwöchigen Veranstaltungsreihe in unseren Räumlichkeiten begangen wurde.

Weiter durften wir bei drei verschiedenen Gelegenheiten unsere Branchenkolleginnen und -kollegen zu Tagungen willkommen heissen: die International Congress and Convention Association (ICCA), die European Major Exhibition Centres Association (EMECA) und den deutschen Fachverband Messen und Ausstellungen (FAMA).

In der Messe Zürich fand im Januar die Swiss Wedding World statt, gefolgt von einer sehr erfolgreichen FESPO (Reise- und Tourismusmesse). Das HR Festival, die KOCH Days und architect@work rundeten das gelungene Semester ab.



Von einem Nischentreffen der Nerds zum grössten Festival der Schweiz für Popkultur: Mit 72'000 Eintritten verzeichnete die FANTASY BASEL einen neuen Besucherrekord.

Generalversammlung und Veränderungen im Verwaltungsrat

Im Mai konnte die jährliche ordentliche Generalversammlung der MCH Group erstmals seit der Covid-19 Pandemie wieder vor Ort durchgeführt werden. Sämtliche Abstimmungen und Wahlen wurden jeweils mit grosser Mehrheit von den Aktionärinnen und Aktionären angenommen. Unter anderem wurde der Verwaltungsrat von 9 auf 7 Sitze reduziert.

Der bisherige Delegierte des Kantons Basel-Stadt, Christoph Brutschin, hatte sich nach 14 Jahren im VR entschieden, sein Amt abzugeben. In seine Ära fielen unter anderem die erfolgreiche Durchführung der beiden Kapitalerhöhungen, die Einbindung des neuen Ankeraktionärs Lupa Systems von James Murdoch und die strategische Neuaufstellung der MCH Group. Von 2016 bis 2021 amtierte er als Vizepräsident, war von 2009 bis 2023 Mitglied des Audit Committee (AC) und von 2020 bis 2023 Mitglied des Governance, Nomination and Compensation Committee (GNCC, seit 2021 Vorsitzender).

Mit seiner grossen Erfahrung war Christoph Brutschin eine unschätzbare Präsenz im Verwaltungsrat. Er hat entscheidend dazu beigetragen, in einer Zeit grosser Unsicherheit Lupa Systems an Bord zu holen, und das Unternehmen konnte sich stets auf sein beeindruckendes Netzwerk und seine Kenntnisse der lokalen Politik verlassen, insbesondere im letzten Jahr, als die Unterstützung unseres Ankeraktionärs, des Kantons Basel-Stadt, für die Kapitalerhöhung nötig war. Wir danken dem langjährigen Verwaltungsratsmitglied von Herzen und wünschen ihm alles Gute.

Neu vertritt der Basler Unternehmer und Hotelier Raphael Wyniger den Kanton Basel-Stadt im Verwaltungsrat. Raphael Wyniger bringt ein sehr grosses Know-how aus der Hotellerie-, Gastronomie- und Eventbranche mit und kennt die Herausforderungen, die sich dem Messestandort Basel stellen.

Die Verkleinerung des Verwaltungsrats von 9 auf 7 Mitglieder soll das Gremium kompakter und agiler machen. Die zurücktretenden und nicht ersetzten Verwaltungsratsmitglieder sind Eleni Lionaki und Balz Hösly.

Eleni Lionaki war seit Dezember 2020 als Vertreterin von Lupa Systems Mitglied des Verwaltungsrats. Sie hat ein beeindruckendes Engagement, Professionalität und Fachwissen an den Tag gelegt. Die MCH Group wünscht ihr viel Erfolg bei ihren nächsten Unternehmungen.

Balz Hösly war seit 2018 Mitglied des Verwaltungsrats, bis 2020 als Delegierter der Stadt Zürich, seit Dezember 2020 als Delegierter des Kantons und der Stadt Zürich. Als Delegierter der Stadt und des Kantons Zürich hat Balz Hösly stets seinen politischen Scharfsinn und seine Kenntnisse der Region Zürich eingebracht. Als erfahrener Experte für Corporate und Public Governance sowie für die strategische Rechtsberatung von Unternehmen war er eine wichtige Stimme in unserem Verwaltungsrat. Wir danken Balz Hösly für seine mehr als fünfjährige Tätigkeit im Verwaltungsrat der MCH Group und wünschen ihm alles Gute.

Neubau Rosentalturm

Auch beim Neubau des Rosentalturms auf dem Areal des heutigen Parkhauses der Messe Basel ging es vorwärts. Das Projekt «Rooseli» von Herzog & de Meuron war im Dezember einstimmig als Sieger des anonymen Projektwettbewerbs hervorgegangen. Ende März wurde das Siegerprojekt und alle anderen eingereichten Wettbewerbsbeiträge der breiten Öffentlichkeit in einer Ausstellung vorgestellt.

Sustainability Report

Wichtiger Bestandteil der jährlichen Berichterstattung der MCH Group ist die Transparenz über die relevanten Nachhaltigkeitsthemen und die Nachhaltigkeitsleistung. Am 1. Juni veröffentlichten wir den separaten Nachhaltigkeitsbericht 2022. Mit der Integration der ESG-Aspekte (Environment, Society, Governance) in die Wertschöpfung will die MCH Group Mehrwert schaffen. Die Nachhaltigkeitsstrategie steht im Einklang mit der Strategie des nachhaltigen Wachstums und der Expansion. Ziel ist die langfristige Wertsteigerung der globalen Unternehmensgruppe zum Wohle aller Stakeholder, der Aktionärinnen und Kunden, Partnerinnen und Lieferanten, der Mitarbeitenden, der Branchen-Netzwerke sowie der Wirtschaftsstandorte Basel und Zürich. Der Nachhaltigkeitsbericht 2022 wurde in Übereinstimmung mit dem neusten Standard der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt, damit entspricht die MCH Group den neusten nicht finanziellen Berichterstattungs-, Transparenz- und Sorgfaltspflichten.

Deutliche Steigerung im Vergleich zur Vorjahresperiode

Im Vergleich zur Vorjahresperiode 2022 konnten wir im ersten Halbjahr 2023 den Betriebsertrag um CHF 32,8 Mio. auf CHF 218,4 Mio. steigern. Das Segment Experience Marketing verzeichnete im ersten Halbjahr 2023 im Vergleich zur Vorjahresperiode eine Steigerung des Betriebsertrags auf CHF 142,1 Mio. Der Anteil dieses Segments am Gesamtumsatz der Gruppe verringerte sich aufgrund der starken Performance der Eigenmessen und des Vermietungsgeschäfts von 69,1 % auf 65,1 %. Im Segment Community Platforms (Eigenmessen inkl. Art Basel) konnte der Betriebsertrag im Vorjahresvergleich von CHF 55,6 Mio. markant auf CHF 72,9 Mio. gesteigert werden. Der Anteil dieses Segments am Gesamtumsatz der Gruppe beträgt nun 33,4 %.

Das EBITDA des ersten Halbjahres 2023 beträgt CHF 20,0 Mio. (erstes Halbjahr 2022 CHF -3,2 Mio.). Das Nettoergebnis hat sich im Vergleich zur Vorjahresperiode deutlich um CHF 17,9 Mio. verbessert. Zum ersten Mal seit Ausbruch der Pandemie können wir für eine Berichtsperiode auch wieder einen Gewinn auf Stufe Nettoergebnis ausweisen. Das Ergebnis vor Steuern beträgt CHF 6,6 Mio., der konsolidierte Konzerngewinn für das erste Halbjahr 2023 beläuft sich auf CHF 4,7 Mio.

Die flüssigen Mittel haben sich gegenüber der Vergleichsperiode im ersten Halbjahr 2023 von CHF 151,9 Mio. auf 53,5 Mio. reduziert; dieser signifikante Rückgang ist auf die Rückzahlung der Anleihe von CHF 100 Mio. im Mai 2023 zurückzuführen. Dadurch verringerte sich auch das Fremdkapital von CHF 330,2 auf 241,2 Mio., und die Eigenkapitalquote stieg von 25,5 % auf 32,8 %.

Die Rückzahlung der Anleihe ist auch der Hauptgrund für die Verringerung der Bilanzsumme um 19 % von CHF 443,5 Mio. auf CHF 359,1 Mio.

Die Fremd-/Eigenkapitalquote hat sich von 2,9 per Ende 2022 auf 2,0 per 30. Juni 2023 stark verbessert. Das übrige Umlaufvermögen sowie das übrige kurzfristige Fremdkapital sind beide im Vergleich zum Vorjahr durch das höhere Aktivitätslevel um rund 18 % angestiegen.

Fundament für eine erfolgreiche Zukunft

Per 1. Juli 2022 hatte der Verwaltungsrat Florian Faber zum neuen Group CEO ernannt; zum Ende der aktuellen Berichtsperiode ist nun das erste Jahr unter seiner Führung abgeschlossen. Der unmittelbare Fokus von Florian Faber lag zunächst auf der geplanten Kapitalerhöhung, der Performance des operativen Geschäfts, der Zusammensetzung seines neuen Management Teams und der Schaffung einer weltweiten Unternehmenskultur. Die erfolgreiche Umsetzung dieser Prioritäten, gepaart mit der dynamischen Zusammenarbeit mit dem Verwaltungsrat und mit der globalen Kompetenz im Management Team, beginnt erste Erfolge zu zeigen.

Der weitere Aufbau einer integrierten Firmengruppe mit unseren drei Geschäftsfeldern stellt für uns weiterhin ein einzigartiges Asset mit grossem Synergie- und Entwicklungspotenzial dar:

- Platforms (physische und hybride Messen, Kongresse und Events)
- Experience Marketing (Strategie, Kreation und Umsetzung im Full-Service Modus)
- Venues (Betrieb und Vermietung eigener Infrastrukturen in Basel und Zürich)

Mit unseren globalen Teams und Organisation bieten wir unseren Kunden ganzheitliche Experience Marketing Lösungen für die Positionierung und Aktivierung ihrer Marken, Produkte und Services an. Unsere Plattformen und Infrastrukturen ermöglichen den Aufbau und die Pflege dauerhafter Kundenbeziehungen.



Auch ohne rosa Brille ersichtlich: die MCH Group hat das Fundament für eine erfolgreiche Zukunft gelegt.

Ausblick zweites Halbjahr

Im Zuge des ermutigenden Nettoergebnisses des ersten Halbjahres gilt es, das Geschäft zu sichern und das Wachstumspotenzial nutzen zu können. Eine grosse Herausforderung sehen wir diesbezüglich weiterhin in der Rekrutierung von genügend Talenten. Der strategische Fokus liegt auf der geografischen Expansion, der Entwicklung von innovativen Angeboten und Formaten und einer gruppenweiten Quernutzung der Kompetenzen und Leistungen. Für das zweite Halbjahr sind im Oktober die zweite Ausgabe von Paris+ par Art Basel und im Dezember die Art Basel in Miami Beach geplant. In Basel stehen die Ilmac (Plattform für Chemie, Pharmazie und Biotechnologie), die IGEHO (Internationale Branchenplattform für Hotellerie, Gastronomie, Take-away und Care) und das Basler Wein- und Feinfestival auf dem Programm. In Zürich sind die Berufsmesse, das Digital Festival und HackZürich, Bauen & Modernisieren, Auto Zürich, die Zürich Pop Con und in Lausanne ist 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 2023 als auch bereits auf das Jahr 2024 hin.

Aufgrund der saisonalen Natur unseres Geschäfts ist das zweite Halbjahr mit seinen fast inaktiven Sommermonaten und dem Dezember meist weniger umsatzstark als das erste. Gemäss unseren aktuellen Einschätzungen und wie bereits im Jahresbericht 2022 angekündigt, rechnen wir für das Gesamtjahr 2023 mit einer Verbesserung der operativen Ergebnisse im Vergleich zum Vorjahr, aber nochmals mit einem konsolidierten Nettoverlust für die Gruppe im einstelligen Millionenbereich.

Wenn auch die geopolitische Lage und die allgemeine Konjunktur weiterhin mit Unsicherheiten behaftet sind, blickt die MCH Group mit Zuversicht in die Zukunft. Wir haben in den vergangenen zwei Jahren das Fundament für eine prosperierende Weiterentwicklung unseres Unternehmens gelegt. Wir sind überzeugt, dass unsere ambitionierten mittel- bis langfristigen Ziele erreichbar sind.

Halbjahres- zahlen 2023

Konzern-Bilanz zum Halbjahresabschluss 2023

Konzern-Bilanz (verkürzt)	30.06.2023		31.12.2022	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Flüssige Mittel	53.5		151.9	
Übriges Umlaufvermögen	118.6		100.1	
Total Umlaufvermögen	172.1	47.9	252.0	56.8
Anlagevermögen	187.0	52.1	191.5	43.2
Total Aktiven	359.1	100.0	443.5	100.0
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	2.9		102.8	
Übriges kurzfristiges Fremdkapital	100.8		85.6	
Kurzfristiges Fremdkapital	103.7	28.9	188.4	42.5
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	131.5		133.7	
Übriges langfristiges Fremdkapital	6.0		8.1	
Langfristiges Fremdkapital	137.5	38.3	141.8	32.0
Total Fremdkapital	241.2	67.2	330.2	74.5
Eigenkapital	117.9	32.8	113.3	25.5
Total Passiven	359.1	100.0	443.5	100.0

Konzern-Erfolgsrechnung zum Halbjahresabschluss 2023

Konzern-Erfolgsrechnung (verkürzt)	01.01. – 30.06.2023		01.01. – 30.06.2022	
	Mio. CHF	% / Ertrag	Mio. CHF	% / Ertrag
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	212.9		184.2	
Anderere betriebliche Erträge	10.4		5.1	
Bestandesänderungen angefangene Arbeiten	-4.9		-3.7	
Total Betriebsertrag	218.4	100.0	185.6	100.0
Personalaufwand	-62.9		-51.2	
Verwaltung	-9.4		-11.2	
Unterhalt, Reparaturen	-4.8		-5.8	
Versicherungen, Baurechtszinsen, Mieten	-11.0		-8.6	
Energie	-2.8		-2.0	
Einrichtungsaufwand, Standbau	-97.5		-94.0	
Messe-, Kongressbetrieb	-6.6		-10.7	
Werbung, Presse, Public Relations	-2.8		-5.3	
Anderer betrieblicher Aufwand	-0.6		0.0	
Betriebliches Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	20.0	9.2	-3.2	-1.7
Abschreibungen und Wertbeeinträchtigungen	-9.1		-8.8	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	10.9	5.0	-12.0	-6.5
Ergebnis assoziierter Organisationen	0.0		0.0	
Finanzergebnis	-4.3		-0.6	
Gewinn / Verlust vor Steuern	6.6	3.0	-12.6	-6.8
Ertragssteuern	-1.9		-0.6	
Halbjahresgewinn / -verlust	4.7	2.2	-13.2	-7.1
davon den Minderheitsanteilen zurechenbar	-0.6		-0.6	
davon den Aktionären des Mutterunternehmens zurechenbar	5.3		-12.6	
Unverwässertes Ergebnis pro Aktie in CHF	0.17		-0.85	
Verwässertes Ergebnis pro Aktie in CHF	0.17		-0.85	

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 (Vorjahres-Halbjahr keine Berücksichtigung, da die anteilsbasierten Vergütungen erst im zweiten Halbjahr 2022 eingeführt wurden). Die Verwässerung wirkt sich erst ab der dritten Nachkommastelle aus.

Konzern-Geldflussrechnung zum Halbjahresabschluss 2023

Konzern-Geldflussrechnung (verkürzt)	01.01.–30.06.2023	01.01.–30.06.2022
	Mio. CHF	Mio. CHF
Nettogeldfluss aus betrieblicher Tätigkeit	8.6	0.4
Nettogeldfluss aus Investitionstätigkeit	-7.1	-12.9
<i>davon Erwerb von konsolidierten Gesellschaften (abzüglich erworbene flüssige Mittel)</i>	0.0	-0.3
Nettogeldfluss aus Finanzierungstätigkeiten	-99.0	-0.5
Währungsumrechnungsdifferenzen	-0.9	-0.2
Nettogeldfluss	-98.4	-13.2
Bestand flüssige Mittel zu Beginn der Geschäftsperiode	151.9	113.7
Bestand flüssige Mittel am Ende der Geschäftsperiode	53.5	100.5

Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals zum Halbjahresabschluss 2023

Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals (verkürzt)	Aktienkapital	Kapital- reserven	Eigene Aktien	Gewinn- reserven	Minderheiten	Total
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
Stand 01.01.2022	148.7	59.0	-1.5	-158.4	0.0	47.8
Währungsumrechnungsdifferenzen						0.0
Transaktion mit Minderheiten				-0.4	0.3	-0.1
Halbjahresverlust 01.01. - 30.06.2022				-12.6	-0.6	-13.2
Stand 30.06.2022	148.7	59.0	-1.5	-171.4	-0.3	34.5
Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals (verkürzt)	Aktienkapital	Kapital- reserven	Eigene Aktien	Gewinn- reserven	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	113.3
Währungsumrechnungsdifferenzen				-1.1		-1.1
Transaktion mit Minderheiten				-0.2	1.2	1.0
Halbjahresgewinn 01.01. - 30.06.2023				5.3	-0.6	4.7
Stand 30.06.2023	31.1	251.1	-2.1	-167.0	4.8	117.9

Anhang zum Halbjahresabschluss 2023

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 2023 bis 30. Juni 2023. 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 2022 gelesen werden.

Der konsolidierte Halbjahresabschluss wurde nach den gleichen Rechnungslegungsgrundsätzen und Bewertungsgrundlagen erstellt, wie sie in der Konzernrechnung per 31. Dezember 2022 angewandt wurden.

2. Segmentberichterstattung

Berichterstattung nach Geschäftsbereichen

Betriebsertrag nach Geschäftsbereichen	01.01.–30.06.2023		01.01.–30.06.2022	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Community Platforms	72.9	33.4	55.6	30.0
Experience Marketing	142.1	65.0	128.3	69.1
Venues	20.7	9.5	14.2	7.6
Corporate Functions & Consolidation	-17.3	-7.9	-12.5	-6.7
Total Betriebsertrag	218.4	100.0	185.6	100.0

Betriebliches Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) nach Geschäftsbereichen	01.01.–30.06.2023		01.01.–30.06.2022	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Community Platforms	4.5	6.2	-0.6	-1.1
Experience Marketing	15.7	11.0	5.8	4.5
Venues	4.9	23.7	1.1	7.7
Corporate Functions & Consolidation	-5.1		-9.5	
Total Betriebliches Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) nach Geschäftsbereichen	20.0	9.2	-3.2	-1.7

Betriebliches Ergebnis (EBIT) nach Geschäftsbereichen	01.01.–30.06.2023		01.01.–30.06.2022	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Community Platforms	3.8	5.2	-1.2	-2.2
Experience Marketing	14.6	10.3	4.7	3.7
Venues	-1.8	-8.7	-5.7	-40.1
Corporate Functions & Consolidation	-5.7		-9.8	
Total Betriebliches Ergebnis (EBIT) nach Geschäftsbereichen	10.9	5.0	-12.0	-6.5

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 «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 MC². 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 Corporate ICT, Corporate Finance, die Corporate Services (Business Development & Innovation, Legal Department, Risk Management & Compliance, HR und Communications) sowie die Konsolidierungseffekte.

Berichterstattung nach geografischen Märkten:

Betriebsertrag nach geografischen Märkten	01.01.–30.06.2023		01.01.–30.06.2022	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Schweiz	67.5	30.9	71.2	38.4
Europa (ohne Schweiz)	26.7	12.2	9.2	4.9
Nord- und Südamerika	98.3	45.0	60.9	32.8
Asien / Pazifik / Afrika	25.9	11.9	44.3	23.9
Total Betriebsertrag	218.4	100.0	185.6	100.0

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

3. Rückzahlung Kapitalmarktanleihe

Mit Datum vom 16. Mai 2023 wurde die Kapitalmarktanleihe von CHF 100 Mio. zurückbezahlt.

4. Veränderungen im Konsolidierungskreis

Die MCH Group AG hat am 20. Februar 2023 die Gesellschaft MCH Group Japan K.K. mit Sitz in Tokyo gegründet.

Die MCH Group AG hat am 22. März 2023 die Gesellschaft MCH Group Netherlands B.V. mit Sitz in Amsterdam gegründet.

5. 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. Basierend auf den aktuellen Einschätzungen wird für das Jahr 2023 auf Stufe Jahresergebnis ein Verlust im einstelligen Millionenbereich erwartet.

6. Geschäftsgang und Unternehmensfortführung

Die Mitte Oktober 2022 erfolgte Kapitalerhöhung über netto CHF 74,0 Mio. hat deutlich zur finanziellen Stabilisierung der MCH Group beigetragen. Damit stand auch der Rückzahlung der Kapitalmarktanleihe von CHF 100 Mio. per Mitte Mai 2023 nichts im Wege. Nach der Rückzahlung verfügt die MCH Group über die notwendigen flüssigen Mittel für das operative Geschäft und die Umsetzung der geplanten strategischen Initiativen. Durch die Kapitalerhöhung und die Rückzahlung der Kapitalmarktanleihe haben sich auch die finanziellen Kennzahlen deutlich verbessert. Die Nettoverschuldung ist deutlich zurückgegangen und die Eigenkapitalquote hat sich markant verbessert. Die Nettoverschuldung belief sich per 30. Juni 2023 auf CHF 80,9 Mio., die Eigenkapitalquote betrug am 30. Juni 2023 32,8 %.

Das Jahr 2023 startete insbesondere in den USA im Bereich «Experience Marketing» sehr stark mit einer Vielzahl grosser Projekte an mehreren wichtigen US-Shows. Auch die in der Schweiz durchgeführten Messen, allen voran die Art Basel in Basel im Juni 2023 und die Giardina in Zürich im März 2023 waren sehr erfolgreich. Schliesslich ist auch das Geschäft mit Gastmessen und Kongressen sehr erfreulich ins Jahr 2023 gestartet.

Das erste Halbjahr war in Asien allerdings noch einmal negativ durch die Covid-19-Pandemie beeinflusst, was sich negativ auf die Art Basel Hong Kong auswirkte. Die Reiserestriktionen in China und Hongkong wurden erst wenige Wochen vor der Show gelockert, so dass noch ein entsprechend negativer Einfluss auf die Anzahl Galerien und Besucher resultierte und sie nur in einem kleineren Rahmen als noch vor der Pandemie durchgeführt werden konnte, allerdings im Vergleich zum Vorjahr 2022 bereits wieder in grösserem Umfang. Der Umsatzausfall in Asien belief sich auf einen mittleren einstelligen Millionenbetrag in Schweizer Franken.


Basierend auf der finanziellen Stabilisierung, der weiteren operativen Erholung und der Weiterentwicklung der Strategie ist auch die Mehrjahresplanung der MCH Group im zweiten Quartal 2023 aktualisiert worden. Gestützt darauf sind das Management und der Verwaltungsrat der MCH Group zum Schluss gekommen, dass die Liquidität und die Eigenkapitalausstattung genügend Reserven für die Fortführung des Geschäfts aufweisen.

7. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Keine.

8. Genehmigung der Halbjahresrechnung

Der Verwaltungsrat der MCH Group AG hat die konsolidierte Halbjahresrechnung 2023 am 24. August 2023 genehmigt.



Der Bericht zum Halbjahresabschluss 2023 ist auf der Webseite der MCH Group unter «Investoren»/«Berichte» verfügbar. Es werden keine gedruckten Exemplare produziert und verschickt.

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

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