

## **Auszug aus dem Protokoll des Regierungsrates des Kantons Zürich**

KR-Nr. 310/2017

Sitzung vom 7. Februar 2018

### **97. Anfrage (Wozu braucht Zürich Messen?)**

Kantonsrat Max Robert Homberger, Wetzikon, hat am 20. November 2017 folgende Anfrage eingereicht:

Die NZZ vom 16. November 2017 befasst sich kritisch mit der Messe Schweiz AG. Diese ist eine gewinnorientierte privatrechtliche Firma mit Sitz in Basel. Der Strukturwandel in der Uhrenbranche, ein wesentlicher Kunde in der «Baselworld», zwingt die Messe zu neuen Geschäftsmodellen, insbesondere zur Expansion ins Ausland. Die Aktien der Messe Schweiz AG sind zu 51% in privaten Händen, zu 49% in öffentlichen Händen, nämlich bei den Kantonen Basel-Stadt, Basel-Land und Zürich und bei der Stadt Zürich. Die öffentliche Hand stellt die Mehrheit des elfköpfigen Verwaltungsrates.

Bereits vor 10 Jahren stand die Messe Schweiz AG vor einer grossen Aufgabe. Es galt, das Messezentrum neu zu gestalten. Dafür wurden 350 Mio. Franken, grossteils von der öffentlichen Hand, verbaut. Die öffentlichen Mittel bestanden aus À-fonds-perdu-Beiträgen oder aus anderen Mitteln zu Vorzugsbedingungen.

Gegenwärtig baut die Messe Schweiz AG ihre Aktivitäten im Ausland aus, und sie hätte bereits eine grosse Akquisition in den USA getätigt. Derartige Expansionen sind mit Chancen, aber auch mit Risiken verbunden. Es stellt sich die Frage, ob die Steuerzahlerin die richtige Risikoträgerin ist.

Fragen an den Regierungsrat:

1. Was waren ursprünglich die Motive des Regierungsrates, sich an der Messe Schweiz AG zu beteiligen?
2. Mit welchen finanziellen Mitteln beteiligte sich der Kanton ursprünglich an der Messe Schweiz AG? Mit welchen Mitteln beteiligte sich der Kanton an der Neugestaltung des Messezentrums (Grösse? À-fonds-perdu? Vorzugskredite?)? Was ist die Messe Schweiz AG gegenwertig wert, und wie hoch ist der Anteil des Kantons Zürich?
3. Wie teilen sich die Erträge der Messe Schweiz AG in den letzten 5 Jahren nach Inland und Ausland auf?
4. Wie beurteilt der Regierungsrat die Entwicklung der Messe-Szene im digitalen Zeitalter?
5. Hat der Kanton Zürich auch in weitere Messen investiert, wenn ja, in welche? Ist der Regierungsrat der Auffassung, die Beteiligung an einer privatwirtschaftlichen Messe AG wäre eine Staatsaufgabe? Was ist seine Strategie?

Auf Antrag der Volkswirtschaftsdirektion

beschliesst der Regierungsrat:

I. Die Anfrage Max Robert Homberger, Wetzikon, wird wie folgt beantwortet:

Zu Fragen 1, 2 und 5:

Die Messe Zürich wurde 1945 als Genossenschaft Zürcher Spezialausstellungen (später kurz Züspa) gegründet und 1983 in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. 1995 wurde die Messe Zürich, AG für internationale Fachmessen und Spezialausstellungen, an der Schweizer Börse kotiert. Bis 1996 hat der Kanton Zürich für die Beteiligung an der Gesellschaft (3000 Namenaktien; 21,8% der gesamten Aktien) insgesamt rund 3,525 Mio. Franken ausgegeben. Für die Beteiligung an der Messe Basel AG (vormals Genossenschaft Schweizer Mustermesse, MUBA) bezahlte der Kanton insgesamt Fr. 120000 (1200 Namenaktien). 2001 erfolgte der Zusammenschluss der Messe Basel mit der Messe Zürich zur MCH Messe Schweiz AG (2009 in MCH Group AG umfirmiert). Die 3000 Namenaktien an der Messe Zürich AG wurden im Verhältnis 1:6 in 18000 Namenaktien an der MCH Messe Schweiz AG umgetauscht, die 1200 Namenaktien an der Messe Basel AG im Verhältnis 1:1 in 1200 Namenaktien an der MCH Messe Schweiz AG. Mit insgesamt 19200 Namenaktien hielt der Kanton Zürich nach dem Zusammenschluss einen Anteil von 4% der Aktien. Nach einem Splitting der Aktien im Verhältnis 1:10 im Jahr 2008 (192000 Namenaktien) und einer anteilmässigen Beteiligung des Kantons an der Kapitalerhöhung 2011 (48000 Namenaktien zu Fr. 33.30 für insgesamt Fr. 1 598 400) besass der Kanton insgesamt 240000 Namenaktien der MCH Group AG und bezahlte dafür seit Beginn insgesamt Fr. 5 243 400. Die Beteiligung blieb anteilmässig gleich hoch.

Der Marktwert der Beteiligung des Kantons Zürich (4%) beträgt bei einem Aktienkurs von rund Fr. 66 Mitte Januar 2018 rund 15,84 Mio. Franken. Die Dividende je Aktie betrug in den letzten Jahren 5% nominal. Der Kanton erzielte damit eine gute Rendite. Demgegenüber ist das Risiko für den Kanton Zürich angesichts seines Anteils von lediglich 4% überschaubar. Er ist hinter dem Kanton Basel-Stadt (33,5%), der LB (Swiss) Investment AG (9,1%) und dem Kanton Basel-Landschaft (7,8%) der viertgrösste Aktionär (Jahresbericht 2016, S. 48). Die Stadt Zürich hält 3,7% der Aktien. Im elfköpfigen Verwaltungsrat stellen der Kanton Basel-Stadt drei Mitglieder und die Kantone Basel-Landschaft und Zürich sowie die Stadt Zürich je ein Mitglied.

1996 und 2006 gewährte der Kanton der MCH Group AG zwei zinsvergünstigte rückzahlbare Darlehen mit je einem Zinssatz von 2% pro Jahr und einer Laufzeit von 25 Jahren für die Züspa (15 Mio. Franken; Vorlage 3381) bzw. das Theater 11 (1 Mio. Franken; Vorlage 4195). Das vom Kanton 2012 für das Projekt Messezentrum Basel in Aussicht gestellte Darlehen von 20 Mio. Franken zu einem Zins von 3,15% pro Jahr (Vorlage 4404) wurde von der MCH Group AG nie bezogen. Somit hat sich der Kanton Zürich am Projekt Messezentrum Basel 2012 finanziell nicht beteiligt.

2003 gewährte der Kanton der AG Hallenstadion ein zinsvergünstigtes, rückzahlbares Darlehen von 20 Mio. Franken mit einer Laufzeit von höchstens 25 Jahren und einem Zinssatz von 2% pro Jahr und beteiligte sich gleichzeitig mit 1,95 Mio. Franken an der Aktienkapitalerhöhung (3900 Namenaktien, 6% des Aktienkapitals der AG Hallenstadion; Vorlage 4052). Im Hallenstadion werden neben Konzerten und Sportanlässen auch Shows, Generalversammlungen und Firmenanlässe durchgeführt.

Der Kanton hat sich ebenso wie die Stadt Zürich aus standortpolitischen Überlegungen (Standortförderung) an der früheren Messe Zürich und an der MCH Group AG sowie an der AG Hallenstadion beteiligt. Messen bringen mediale Präsenz und sind mit volkswirtschaftlichen Auswirkungen für die ganze Region Zürich verbunden. Gemäss einer Studie von BAK Basel Economics (seit September 2017 BAK Economics) aus dem Jahr 2006 führt das Messengeschäft am Standort Zürich zu Ausgaben der Messeausstellerinnen und -aussteller sowie -besucherinnen und -besucher von rund 450 Mio. Franken sowie direkt und indirekt zu einer Wertschöpfung von 385 Mio. Franken und Steuererträgen von 30 Mio. Franken. Die Messe Zürich zog 2016 allein mit dem eigentlichen Messebetrieb rund 6000 Ausstellerinnen und Aussteller sowie knapp 600000 Besucherinnen und Besucher an und die gesamte MCH Group AG wies 2016 einen Konzerngewinn von 34,3 Mio. Franken aus. Neben den von der MCH Group AG veranstalteten Messen wie Giardina, Swiss-Moto oder Berufsmesse gibt es zahlreiche traditionelle Gastveranstaltungen (Auto Zürich, Ornaris, Bauen & Modernisieren usw.). Die Auslastung der Messe Zürich war in den letzten Jahren konstant hoch. Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Messestandorts Zürich dürfte heute zudem noch grösser sein als im Zeitpunkt der genannten Studie. Die Ausdehnung des Auslandgeschäfts ändert daran nichts. Mit den Beteiligungen an der MCH Group AG und an der AG Hallenstadion soll ein attraktives Angebot an Messeinfrastruktur am Standort Zürich sichergestellt werden. Dies ist Voraussetzung für die Sicherung der investierten Werte.

Zu Frage 3:

Der Anteil des Auslandsgeschäfts am Gesamtertrag der MCH Group AG betrug 2012 15%, 2013 10%, 2014 12%, 2015 15% und 2016 14%. Für das Geschäftsjahr 2017 liegen die abschliessenden Zahlen und damit auch der Jahresbericht noch nicht vor. Es ist jedoch zu erwarten, dass die Auslandserträge in den nächsten Jahren deutlich zunehmen werden.

Zu Frage 4:

Zwar dürften die klassischen Messe- und Eventkonzepte u. a. wegen der Digitalisierung in Zukunft vermehrt infrage gestellt werden, was Messeorganisatoren und Marketing-Dienstleister wie die MCH Group AG vor neue Herausforderungen stellt. Die Baselworld ist ein Beispiel dafür, wie Marktkonsolidierungen (auf Produktions- und Handelsseite) in Verbindung mit der Digitalisierung die klassische Form einer Fachhandelsmesse innert kurzer Zeit infrage stellen können. Dies ist allerdings eine sehr spezifische Entwicklung der Uhren- und Schmuckindustrie und der Baselworld, aus der nicht direkt auf andere oder gar alle Branchen bzw. Messen geschlossen werden kann. An Bedeutung gewinnen dürften in Zukunft sogenannte Live-Marketing-Plattformen. Sie bieten die Möglichkeit, die reale und die virtuelle Welt miteinander zu verbinden. Dies wird durch die Einbindung neuer Technologien zur virtuellen Erweiterung des physischen Erlebnisses ermöglicht. Die MCH Group AG hat in den letzten Jahren viel unternommen, um dieser Entwicklung und den neuen Anforderungen gerecht zu werden. Beispiele dafür sind neue Formate wie die 2017 neu geschaffene Grand Basel (mit einem Augmented-Reality-Konzeptansatz), die 2017 erstmals durchgeführte SmartSuisse im Bereich des Internet of Things und die neue Game Show Zürich, die erstmals in der Messe Zürich stattgefunden hat. Die Digitalisierung bietet für das Messewesen mithin auch neue Möglichkeiten. Der Verkauf von Waren oder Dienstleistungen tritt in den Hintergrund. Messen bieten zunehmend Unterhaltung und Erlebnisse sowie Informationen für die Besuchenden.

II. Mitteilung an die Mitglieder des Kantonsrates und des Regierungsrates sowie an die Volkswirtschaftsdirektion.

Vor dem Regierungsrat  
Die Staatsschreiberin:  
**Kathrin Arioli**