

Pressemitteilung

Frankfurt am Main, Juli 2021

Messe Frankfurt formiert Konsumgüterbereich neu

Erdmann Kilian
Tel. +49 69 75 75-5871
Erdmann.Kilian@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com

Nachdem Julia Uherek und Philipp Ferger als Bereichsleiter Consumer Goods Fairs zum 01. Juni 2021 die Leitung der Bereiche Konsumgüter bei der Messe Frankfurt Exhibition übernommen haben, stellen sie ihr Team nun zukunftsorientiert auf. Zum 01. Juli 2021 treten weiter personelle Veränderungen auf der Managementebene in Kraft.

Um den derzeit an Geschwindigkeit weiter zunehmenden Veränderungsprozess in den Konsumgüterbranchen künftig noch aktiver zu gestalten, neue Potenziale zu erschließen und die Beratung für Kunden aus dem In- und Ausland weiter zu intensivieren, hat sich die Messe Frankfurt entschlossen, zum 01. Juni 2021 Julia Uherek und Philipp Ferger als Bereichsleiter Consumer Goods Fairs die Leitung der Bereiche Konsumgüter bei der Messe Frankfurt Exhibition zu übertragen. Beide verantworten damit sämtliche führenden Messemarken wie Ambiente, Christmasworld, Creativeworld oder Paperworld sowie künftige Messeformate und Plattformen.

In einem zweiten Schritt erfolgt zum 01. Juli 2021 die Reorganisation und damit auch personelle Neuaufstellung der Veranstaltungsteams sowie der Marketing- und Kommunikationsverantwortlichkeiten. Ferger wird künftig die vertrieblich-strategische Ausrichtung sämtlicher Messemarken sowie künftiger Messeformate verantworten. Die Ambiente wird wie zuvor auch organisiert und geleitet von Yvonne Engelmann für die Segmente Living und Giving und Thomas Kastl für Dining. Eva Olbrich verantwortet weiterhin die Christmasworld und übernimmt zusätzlich die Leitung der Creativeworld. Die Leitung der Paperworld geht auf Bettina Bär über. Die Verantwortung für die regionalen Messeformate verbleibt bei Susanne Schlimgen. Michael Reichhold übernimmt die Leitung der neu geschaffenen Abteilung Shared Expertise, in der übergreifende Prozesse und Umsetzungstätigkeiten zur Messevermarktung und -organisation an Aussteller zentralisiert werden. Dazu Ferger: „An dieser Stelle gilt unser besonderer Dank Michael Reichhold, der nun das Thema der digitalen Transformation intensiv vorantreiben und mit seiner langjährigen Messeerfahrung und gleichzeitig hoher Prozess- und Systemkenntnis unsere internen Strukturen so zukunftsfähig gestalten wird. Mit dieser schlagkräftigen und schlanken Aufstellung können wir noch intensiver und schneller auf Markterfordernisse als auch individuelle Kundenwünsche eingehen und zielgerichteter als zuvor unser führenden Messemarken im Sinne unserer Aussteller und Besucher am Markt

platzieren und weiter entwickeln.“

Uherek in ihrer Funktion als Bereichsleiterin Consumer Goods Fairs verantwortet die gesamte marketingkommunikative Ausrichtung sämtlicher Messemarken sowie künftiger Formate und Plattformen. Wichtiger Bestandteil dabei ist die strategische Content-Entwicklung sowohl für bestehende physische Messeformate als auch digitale Neuentwicklungen. Yvonne Clemens übernimmt wie zuvor auch die Entwicklung, Adaption und Umsetzung der Marketingkampagnen, ab sofort aber für alle bestehenden Messeformate und Plattformen des Konsumgüterbereichs. Parallel dazu verantwortet Erdmann Kilian künftig die Media Relations aller Konsumgütermesseformate und Plattformen. Margit Herberth übernimmt die Leitung der neu geschaffenen Abteilung Multimedia & Data, die die Ausspielung aller Kommunikationsformate in den entsprechenden Kanälen sicherstellt. Zudem verantwortet die Abteilung die Umsetzung der Audio- und Videoformate sowie die Präsenz der Messemarken und Plattformen in den Sozialen Medien. Die Leitung der neu geschaffenen Abteilung Content, die für die Entwicklung und Erstellung des gesamten Contents in Form von Rahmenprogrammen, Vortragsarealen etc. und deren Übersetzung in digitale Formate verantwortlich zeichnet, übernimmt Dorothe Klein, die zuvor schon das Rahmenprogramm der Ambiente koordiniert hat. Dazu ergänzt Uherek: „Mit dieser Neuaufstellung machen wir einen echten Quantensprung in ein neues Zeitalter der Content-Erstellung und der integrierten Kommunikation, um Nutzen und Erlebnis unserer Messen und Plattformen für unsere Kunden noch weiter auszubauen. Insbesondere Themen wie die simultane Nutzung von Inhalten auf Messen und im Netz, Bewegtbild und Audio aber auch der sensible und zielgerichtete Umgang mit Kundendaten haben in den letzten Jahren massiv an Bedeutung gewonnen. Mit unserer neuen Organisation und den daraus resultierenden Vorteilen stellen wir uns perfekt für diese Herausforderungen auf – Online sowie vor Ort auf unseren Leitmessen.“

Ferger und Uherek berichten weiterhin an Stephan Kurzawski, Geschäftsleitung Messe Frankfurt Exhibition, der dazu kommentiert: „Mit dieser Neuformierung des Konsumgüterbereichs unterstreichen wir wieder einmal mehr unseren Anspruch als Innovationstreiber und Vorreiter der Branche. Und das alles im Sinne unserer Kunden aus und in der ganzen Welt.“

Presseinformationen & Bildmaterial:

<http://messefrankfurt.com/journalisten>

Conzoom Solutions – die Plattform für den Handel

Die Wissensplattform Conzoom Solutions bietet dem Konsumgüterhandel ein vielfältiges Angebot wie Studien, Trendvorstellungen, Workshops oder Anleitungen für den Point of Sale. Sie gibt einen Komplettüberblick über das internationale Portfolio der Messe Frankfurt im Konsumgüterbereich und stellt dort gebündelt Informationen für den Handel zusammen.

www.conzoom.solutions

Der digitale Marktplatz Nextrade

Das neue digitale Order- und Datenmanagement Nextrade für Lieferanten und Händler der Konsumgüterbranche verlängert die Messe und ermöglicht Bestellungen zu jeder Tages- und Nachtzeit an 365 Tagen im Jahr.

www.nextrade.market

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Zur Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehören rund 2.500* Mitarbeitende in 30 Tochtergesellschaften. Das Unternehmen hat im Jahr 2020 einen Jahresumsatz von rund 250* Millionen Euro erwirtschaftet, nachdem das Jahr 2019 noch mit einem Jahresumsatz von 738 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kunden unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

*vorläufige Kennzahlen 2020