

Pressemitteilung

Frankfurt am Main, 27. Juli
2021

97 Prozent der Unternehmen wollen weiterhin an Messen in Frankfurt teilnehmen

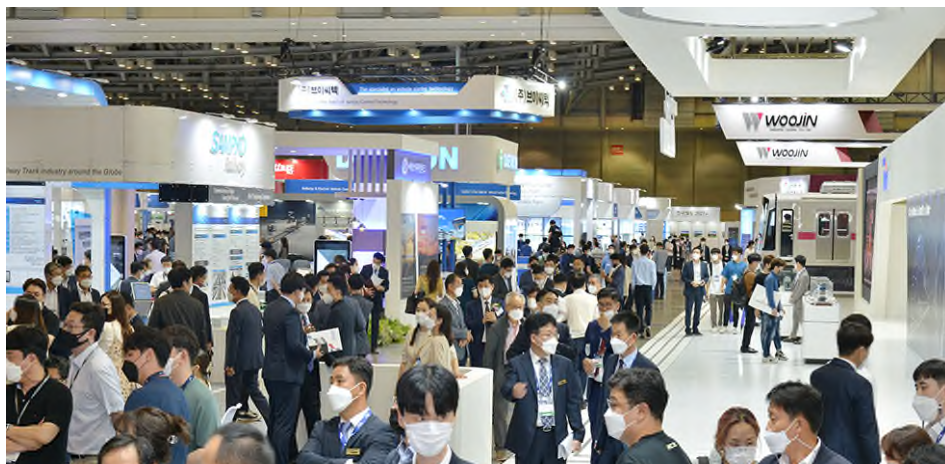
Markus Quint
Tel. +49 69 75 75-5905
markus.quint@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com

Dies ist das Ergebnis einer zum zweiten Mal von der Messe Frankfurt durchgeführten Bestandskund*innen-Befragung. Diese sogenannte Customer Care Campaign (CCC) wurde erstmals im Herbst 2020 durchgeführt und im Frühjahr 2021 wiederholt. Ziel war es, während der Corona-Pandemie die Bestandskund*innen der Messe Frankfurt durch die jeweiligen Sales Partner vor Ort zu kontaktieren, über ausfallende Messen zu informieren, die Kund*innen hinsichtlich Messeteilnahmen jetzt und in Zukunft zu unterstützen, sowie das globale Vertriebsnetz der Messe Frankfurt zu beleben.

Mit der Customer Care Campaign (CCC) hat die Messe Frankfurt ihr Vertriebsnetz gezielt genutzt, um wichtige Informationen rund um die Pandemie-Auswirkungen aus erster Hand zu sammeln und wichtige Details aus den verschiedenen Ländern und Regionen für die Planungen der Messe Frankfurt zu erfragen.

Der digitale Zusatznutzen, den gerade in der Pandemie die hybriden Messeformate vermittelt haben, wurde von den Unternehmen eindeutig bestätigt. Aber: Das physische Messeformat lebt – es wird gewünscht und gefordert. „Dies ist ein klares Bekenntnis für Onsite-Veranstaltungen“, interpretiert Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt, die Ergebnisse. „Nur drei Prozent möchten ausschließlich digitale Formate. Unsere Kund*innen wünschen sich zu 67 Prozent reine Präsenzveranstaltungen. Hinzu kommen rund 30 Prozent, die ein hybrides Format bevorzugen würden. In Summe ist für 97 Prozent unserer Kund*innen die physische Veranstaltung weiterhin ein unabdingbarer Teil von Messen.“

„Bereits 2020 hatten wir eine erste Befragung durchgeführt. Besonders auffällig ist, neben dem hohen Mitteilungsbedürfnis unserer Kund*innen, die Stimmungsaufhellung zwischen den beiden Befragungen: So hat sich die wirtschaftliche Situation vieler unserer Kund*innen deutlich verbessert. Gestiegen ist auch die Bereitschaft, jetzt und in Zukunft an Messen national wie international teilzunehmen. Beides stimmt uns als Messe Frankfurt sehr optimistisch. Unsere Kund*innen sind noch da!“, fügt Marzin ergänzend hinzu.



RailLog Korea, Juli 2021 / © Messe Frankfurt

Auch die Beteiligung kann sich sehen lassen

An der Umfrage haben sich 59.000 Unternehmen beteiligt. Diese wurden zum einen um die direkte Beantwortung der Fragen unserer Sales Partner gebeten, zum anderen war in der zweiten Auflage der Befragung in diesem Frühjahr noch eine tieferegehende Marktforschungsumfrage integriert. „Dass wir tatsächlich von über 70 Prozent der befragten Kund*innen ein qualifiziertes Feedback erhalten haben, ist sensationell und übertrifft alle Bestmarken“, sagt Mirko Schubert, Bereichsleiter International Sales Management der Messe Frankfurt.

Das Sales Partner Netzwerk konnte durch die Aktion erneut seine außergewöhnliche Kund*innennähe unter Beweis stellen. Die Messe Frankfurt hat durch die Analyseergebnisse wertvolle Daten aus erster Hand erhalten, die in die Messe-Konzepte und -Planungen einfließen. Die Ergebnisse stimmen die Messe Frankfurt und ihre Sales Partner optimistisch, denn nur sehr wenige unserer Kund*innen sind während der Pandemie vom Markt verschwunden. Und diese wünschen sich die physische Messe zurück.

Presseinformationen & Bildmaterial:

<https://qr.messefrankfurt.com/Xz9k>

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ist die weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalterin mit eigenem Gelände. Zum Konzern gehören rund 2.450 Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 29 Tochtergesellschaften weltweit. Das Unternehmen hat im Jahr 2020 einen Jahresumsatz von rund 257 Millionen Euro erwirtschaftet, nachdem das Jahr 2019 noch mit einem Jahresumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen 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 Kund*innen 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