

Pressemitteilung

10. Mai 2021

Messe Frankfurt setzt bei neuer Ausbildungskampagne auf Nachwuchs

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

Die Messe Frankfurt setzt bei der Suche nach engagierten Nachwuchskräften auf die Expertise der Auszubildenden, Studierenden und Trainees im eigenen Unternehmen. Das Ergebnis ist die Kampagne „Du. Wir. Ein Zukunftsmatch.“, die am 5. Mai ihren digitalen Launch feierte.

Das Unternehmen hält an seinem Ausbildungskonzept fest und beweist, dass es auch in herausfordernden Zeiten weitsichtig plant und seine gesellschaftliche Verantwortung wahrnimmt. Die Messe Frankfurt bietet Berufsanfängern dazu vielfältige Einstiegsmöglichkeiten - von der Ausbildung zu Veranstaltungskaufleuten über Fachinformatik bis hin zu Studiengängen wie Medien- und Kommunikationswirtschaft. Worauf es dabei ankommt, zeigen die Nachwuchstalente der Messe Frankfurt in einer eigenverantwortlich entwickelten Kampagne, mit der sie junge Menschen zielgruppengerecht ansprechen und für die Veranstaltungsbranche begeistern möchten.

„Wir nehmen unsere Verantwortung als Ausbildungsbetrieb sehr ernst, denn unsere Nachwuchskräfte sichern unsere Wettbewerbsfähigkeit in der Zukunft“, sagt Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt. „Mit der neuen Kampagne konnten unsere Auszubildenden und Studierenden ihre Kreativität in einem eigenen Projekt unter Beweis stellen und sich Know-how im Bereich Film, Design, Redaktion und vieles mehr aneignen. Wir sind sehr stolz auf das Ergebnis und die hervorragende Zusammenarbeit im Unternehmen, die dieses ermöglichte.“

Du. Wir. Ein Zukunftsmatch.

Kern der Kampagne ist die Verbindung zwischen Berufseinsteiger und Unternehmen: das perfekte Match. So wirbt die Messe Frankfurt beispielsweise für das duale Studium Messe- Kongress- und Eventmanagement mit dem Slogan „Deine Planungsskills, unsere Messe-Expertise, ein Zukunftsmatch! Passt einfach, wie Fest und Halle!“ Um die Leitidee des Matches zu transportieren, schlüpfen die Auszubildenden und Studierenden in die Rolle von Filmregisseuren, Designern, Redakteuren, Marktforschern und Fotografen. Bei der Erstellung von Bildercollagen setzt die Kampagne ebenfalls auf das Zusammenspiel des perfekten Matches: So stehen Auszubildende der Messe Frankfurt den berufserfahrenen Mitarbeitenden gegenüber, die

ihre Ausbildung ebenfalls im Unternehmen abgeschlossen haben.



Die neue Ausbildungskampagne der Messe Frankfurt zeigt aktuelle und ehemalige Auszubildende der Messe Frankfurt.

„Es war uns wichtig, dem Projektteam möglichst viel kreativen Freiraum zu lassen, um die Kampagne authentisch und auf Augenhöhe zu realisieren“, sagt Michael Heinßen, Bereichsleiter Personalmanagement bei der Messe Frankfurt. „Von der ersten Idee über die Durchführung von Umfragen bis hin zum Dreh der Filme haben unsere jungen Kolleginnen und Kollegen alle Schritte selbst geplant und umgesetzt.“ Dazu gehören auch digitalen Veranstaltungen, um die Messe Frankfurt und deren Ausbildungswege an Schulen in der Region zu präsentieren.

Die Planung und Umsetzung der Kampagne führt dazu, dass die jungen Mitarbeitenden trotz der aktuellen Situation rund um die Corona-Pandemie wichtige Kompetenzen erwerben konnten – auch über die herkömmlichen Ausbildungsinhalte hinaus. Dennoch stellte die Pandemie das Projektteam immer wieder vor neue Herausforderungen, die es lösungsorientiert zu bewältigen galt. So konnten beispielsweise Gruppenfotos trotz Einhaltung von Abstandsregelungen erstellt werden, indem Einzelfotos nachträglich digital übereinandergelegt wurden. „Dass wir die Kampagne selbstständig betreuen durften, war für uns sowohl eine spannende Herausforderung als auch ein großer Vertrauensbeweis unseres Arbeitgebers“, sagt Laura Hauke, Studentin im zweiten Lehrjahr bei der Messe Frankfurt und Projektleiterin der Ausbildungskampagne. „Dieses Projekt unterstreicht, wie vielfältig der Berufsalltag bei der Messe Frankfurt bereits in der Ausbildung ist.“

Die neue Kampagne ist eines von zahlreichen Projekten, die die Auszubildenden in eigener Regie mitgestalten können. So gehört beispielsweise auch die Betreuung des Messe Frankfurt Azubi Kanals (@azubis_messefrankfurt) auf Instagram zu den Verantwortlichkeiten der derzeit 30 Nachwuchskräfte der Messe Frankfurt. Hier können Interessierte Einblicke in den Alltag der Ausbildung bei der Messe Frankfurt erhalten.

Presseinformationen & Bildmaterial:

<http://messefrankfurt.com/journalisten>

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