

Программа «Made in Germany» – в жизни и Интернете



Экспозиции немецких предприятий на выставках в России «живут» в Интернете пять лет – когда о самих выставках давно уже забыли

В течение многих лет в Германии действуют федеральные программы организации коллективных экспозиций немецких предприятий на зарубежных выставках под единым брендом «Made in Germany». Цель – продвижение экспорта. Программы финансируются из бюджета и носят масштабный и открытый характер.

В подготовке экспозиций участвуют Федеральное министерство экономики и технологий – BMWi (основная программа, охватывающая все промышленные и торговые выставки) и Федеральное министерство питания, сельского хозяйства и защиты потребителей – BMELV (выставки по тематике сельского хозяйства и продовольствия). Экспоненты получают финансовую поддержку (компенсация выставочных расходов) и организационную помощь (готовый к работе стандартный стенд).

Отбор выставок, на которых строятся официальные экспозиции Германии (german pavilion) осуществляется по предложениям отраслевых ассоциаций, внешнеторговых объединений, торгово-промышленных палат, федеральных министерств и дипломатических представительств Германии, а также – компаний, входящих в Ассоциацию немецкой выставочной индустрии (AUMA).

При AUMA существует Рабочая группа по организации национальных немецких экспозиций, финансируемых из федерального бюджета Германии, на вы-

ставках за границей. В ее состав входят представители всех этих структур.

Рабочая группа AUMA собирается два раза в год: весной – согласовывает базовый план на следующий год, осенью – вносит необходимые дополнения и правки в этот план и утверждает его окончательно.

Наш журнал неоднократно писал об этих программах.^{1,2}

При этом в стороне оставался вопрос информационно-рекламной кампании по продвижению немецких экспозиций за рубежом – on-line (в Интернете) и off-line (на самих выставках). Между тем, работа эта носит характер продуманный, масштабный, заслуживающий самого тщательного изучения.

ON-LINE

Главный информационный инструмент продвижения официальных экспозиций Германии на выставках за рубежом – сайт www.german-pavilion.com. «Говорит» он на множестве языков, в том числе и русском. Сервис не требует оплаты или предварительной регистрации.

Первое, что мы видим при загрузке сайта – перечень ближайших выставок во всех регионах мира, на которых сформированы немецкие экспозиции.

В разделе «Новости и новинки» находится информация экспонентов о продукции, представленной на выставках.

ПОИСК ЭКСПОНЕНТОВ КОНКРЕТНОЙ ВЫСТАВКИ

Банк данных, доступный на сайте, содержит информацию о 552 немецких экспозициях на выставках в 48 странах мира (по состоянию на 30 мая 2013 года).

Ставим задачу: ищем сведения о немецких производителях металлорежущих станков – экспонентах выставки «Металлообработка-2013» в «Экспоцентре».

Для решения задачи переходим в раздел сайта «ВЫСТАВКА», выбираем опцию «поиск» и осуществляем выбор нужных позиций в таблице:

| Год | Отрасль | Страна |
|----------------|-------------------|--------------|
| с 2007 по 2013 | перечень отраслей | выбор страны |

Указываем в предлагаемых списках: год – 2013, страну – Россия.

Переходим на новую страницу сайта, где представлен список всех российских выставок 2013 года, на которых уже полностью сформирован «немецкий павильон».

По состоянию на 30 мая последними по времени проведения были указаны мероприятия, проходящие с 25 по 28 июня. На более поздних выставках экспозиции еще не были сформированы. Абсолютное большинство представленных выставок давно завершились, самая давняя – «Технологии безопасности-2007» (06-09.02.2007). Таким образом, немецкие экспозиции продолжают «жить» в Интернете, когда о самих выставках все давно уже забыли.

В предлагаемом списке выбираем строку «Металлообработка-2013» и переходим на сайт www.metallverarbeitung.german-pavilion.com. Первое, что мы видим – сообщение: в выставке участвует 121 немецкая компания.

Найти информацию о нужных нам экспонентах можно в трех разделах этого сайта:

- «Изделия»: представлен перечень направлений деятельности;
- «Участники выставки»: список компаний в алфавитном порядке с указанием номера стенда;
- «Общая информация», здесь находится интерактивный план экспозиции (указывая «мышью» на нужный стенд, получаем информацию о предприятии).

Для отбора компаний по их специализации используем список в разделе «Изделия»: выбираем строку «металлорежущие станки и инструмент» и загружаем страницу с фотографиями всех видов соответствующего оборудования,



Немецкая экспозиция на выставке «SHK-2011»

представленного на выставке, а далее – по ссылке переходим на страницу с описанием продукции нужного экспонента, а затем, при необходимости, и на сайт самой компании - производителя.

Дополнительно, чтобы ничего не пропустить, можем в разделе «Новости и новинки» ознакомиться с информацией, представленной экспонентами.

ПОИСК КОНКРЕТНЫХ КОМПАНИЙ

Поставим другую задачу: узнать, в каких российских выставках участвует интересующая нас немецкая компания, и что она предлагает.

Вернемся на сайт www.german-pavilion.com. В банке данных сайта находятся «автопортреты» 11393 компаний, участвующих в официальных экспозициях Германии на выставках за рубежом (по состоянию на 30 мая 2013 года). Информация о каждом экспоненте включает описание вида деятельности и спектра предлагаемых товаров и услуг.

Для поиска нужной компании надо перейти в раздел «Экспоненты» и искать путем указания необходимых позиций в таблице:

| Отрасль | Страна | Имя компании |
|-------------------|--------------|--------------------------------|
| перечень отраслей | выбор страны | набор букв в названии компании |

OF-LINE. В ЖИЗНИ...

Немецкую экспозицию на выставке в России трудно пропустить – логотип «Made in Germany» виден издали, он встречает нас везде: спускается с перекрытий на огромных баннерах и растяжках, смотрит со стен и конструкций, напоминает о себе каталогами и рекламными материалами.

К каждой официальной экспозиции Германии создается свой сайт и печатается массовым тиражом отдельный каталог, который бесплатно распространяется на выставке. Помимо этого, бренд «Made in Germany» растиражирован в виде десятка различных видов промопродукции, распространяемой бесплатно среди посетителей (тканевые сумки, авторучки, блокноты и пр.).

Вряд ли кто-то возьмется спорить, что решающий вклад в формирование положительного имиджа немецких товаров и услуг (надежность, стабильность, качество) вносит сама продукция, ее потребительские и эксплуатационные характеристики. Однако нет сомнений и в том, что формированию этого имиджа в значительной степени способствует организация и система продвижения «немецких павильонов», ставших воротами немецкой продукции на российский рынок.

Александр Беляновский

2. Хуберт Деммлер. Компенсация расходов экспонентов. Опыт Германии. *«Экспо-Ведомости»*, № 3-4, 2011.

3. Как оценить эффективность участия предприятий в выставках. Немецкий опыт. *«Экспо-Ведомости»*, № 4, 2011.

Все публикации находятся на сайте www.informexpo.ru

Официальные экспозиции Германии на выставках в России

Программа 2013 года

Федеральное министерство экономики и технологий (BMWi) в 2013 году организует официальные экспозиции Германии на 274 выставках в 43 странах.

На эти цели из федерального бюджета Германии выделено 42,5 миллиона евро.

Распределение выставок по регионам мира выглядит следующим образом:

– Южная, Восточная и Центральная Азия - 112 мероприятий;

– европейские страны, не входящие в Европейский Союз, включая Россию, – 68 выставок (в нашей стране в течение года должно быть организовано 56 немецких экспозиций, причем практически все – в столице (Москва –

51, Санкт-Петербург – 1, Краснодар и Новосибирск – по 2);

- страны Евросоюза – 4;
- Ближний и Средний Восток – 31;
- Северная Америка – 24;
- Латинская Америка – 21;
- Африка – 11;
- Австралия и Океания – 3.

По линии Федерального министерства питания, сельского хозяйства и защиты потребителей (BMELV) финансируются экспозиции немецких предприятий на 24 выставках по всему миру.

Помимо этого, на 10 выставках в рамках отдельной программы продвижения экспорта должны быть организованы экспозиции немецкой продукции по тематике «зеленой энергетики» (возобновляемые источники энергии, технологии повышения энергоэффективности предприятий и пр.)

Программа 2014 года

17 апреля 2013 года состоялось весеннее заседание Рабочей группы AUMA по организации национальных немецких экспозиций, финансируемых из федерального бюджета Германии, на выставках за границей. Принято решение: в 2014 году Федеральное министерство экономики и технологий (BMWi) организует официальные экспозиции Германии на 235 выставках в 44 странах. На эти цели будет выделено 42,5 миллиона евро.

Основное внимание уделено выставкам в Юго-Восточной и Центральной Азии. Планируется подготовить экспозиции на 97 азиатских выставках, в том числе 46 – в Китае и Гонконге.

Другие важные целевые регионы: европейские страны, не входящие в Европейский Союз (55 выставок, в том числе 40 – в России), Ближний Восток (27) и Северная Америка (23). Далее идут Латинская Америка (16) и Африка (12).

Дополнительно, в рамках продвижения технологий «зеленой энергетики» будет профинансировано 12 экспозиций на выставках за рубежом.

Информация по программе Федерального министерства питания, сельского хозяйства и защиты потребителей (BMELV) появится позже.

По сложившейся традиции, в течение этого года планы будут корректироваться, их окончательно утвердят на осеннем заседании Рабочей группы AUMA.

По данным сайта www.auma.de



Немецкая экспозиция на выставке «Интеравто-2009»