

Немецкие выставочные компании в России – вчера и сегодня

С 23 по 25 января 2013 года в Санкт-Петербурге пройдет второй Международный Евразийский Ивент Форум, в рамках которого состоится специальная российско-германская сессия, на которой руководители выставочных компаний и отраслевых объединений двух стран обсудят вопросы сотрудничества, проблемы и перспективы развития бизнеса немецких выставочных компаний в России

Такого рода встреча – не первая. Начиная с 2004 года, состоялись три российско-германских выставочных форума – в Москве, Дюссельдорфе и Санкт-Петербурге. В роли их организаторов выступили Российский Союз выставок и ярмарок (РСВЯ) и Ассоциация немецких торговых ярмарок (AUMA).

Чем объяснить столь большой интерес наших немецких коллег к выставочному рынку России?

Ведь пока, насколько известно, не было и не планируются аналогичные Российско-Американский или Российско-Итальянский выставочные форумы, хотя в этих странах выставочный бизнес находится на очень высоком уровне, и проходит множество больших выставок, в том числе мирового уровня?

ВЫСТАВОЧНЫЙ РЫНОК ГЕРМАНИИ И РОССИИ – В ЧЕМ ОТЛИЧИЯ?

Как известно, в мировом масштабе все специализированные торгово-промышленные выставки можно условно разделить на три группы:

- глобальные, охватывающие весь мировой рынок, к примеру, по тематике продуктов питания (SIAL в Париже и ANUGA в Кельне), медицине (Medica в Дюссельдорфе) и пр.;

- межнациональные, действующие на рынках нескольких стран или целого континента;

- локальные, не выходящие за рамки одной отдельно взятой страны.

В чем заключается главное и ключевое отличие выставочного бизнеса наших стран?

Выставочный рынок Германии носит глобальный характер.

В силу исторического развития и реализации целенаправленной государственной политики в течение нескольких десятилетий сегодня Германия является признанным центром мировой выставочной индустрии. Здесь проходит две трети ведущих международных выставок и ярмарок. Достаточно сказать, что ежегодно они собирают 35 000 экспонентов и более 400 000 посетителей из стран за пределами Евро-

пы. Для проведения мероприятий имеется 2,75 млн. кв. м оборудованных выставочных площадей (по состоянию на 01.01.2011).*

Характерный пример. Из бесед с некоторыми российскими экспонентами всемирной медицинской выставки MEDICA в Дюссельдорфе стало ясно, что едут они в Германию для поиска потенциальных партнеров в Индии, Малайзии, Турции и Таиланде. И они правы. Из года в год, в одно и то же время (в ноябре) нужные им специалисты собираются на площадке Messe Duesseldorf.

Конечно, есть в Германии и локальные выставки, но за пределами страны о них практически никто ничего не знает.

В России работает множество представительств немецких выставочных центров. Такие же представительства они имеют и в других крупных странах с развивающейся экономикой – в Китае, Индии, Бразилии, Турции и т.д.

По существу, немцы приглашают зарубежных предпринимателей посетить и принять участие не в национальных немецких, а в глобальных отраслевых выставках, географически проходящих в Германии.

Что касается российского выставочного рынка, то, с точки зрения глобальной экономики, он носит локальный характер.

Крупнейшие международные выставки в Москве и Санкт-Петербурге охватывают именно российский рынок. На Украине проходят свои выставки, в Казахстане – свои. Ни один немецкий экспонент не поедет в Москву для контактов с партнерами из Малайзии и Турции.

Разумеется, масштабы российской экономики делают наш выставочный рынок чрезвычайно привлекательным для иностранцев.

Как известно, в Германии нет представительств российских выставочных компаний такого уровня, как немецких – у нас. И это объяснимо. Тратить огромные средства на организацию



дочерних фирм в Германии нет никакого резона.

Немецкие производители, заинтересованные в продвижении своей продукции в России, имеют все необходимые источники информации для поиска в нашей стране нужных им мероприятий. К их услугам – приглашения организаторов, отчеты о проведении выставочного аудита, заключения о тех или иных проектах специалистов AUMA, отраслевых союзов и федеральных министерств Германии.

Таким образом, исходя из сложившейся ситуации, понятно, о каком российско-германском выставочном сотрудничестве может идти речь, не считая, разумеется, встреч по обмену опытом, обучающих семинаров и иных подобных мероприятий.

Немецкие выставочники заинтересованы в организации самого тесного сотрудничества с российскими коллегами для того, чтобы, с одной стороны, готовить в России национальные экспозиции Германии, а с другой – привлекать наших специалистов на свои выставки.

Интерес российских организаторов заключается, прежде всего, в расширении участия экспонентов из Германии в их собственных проектах.

Плюс – взаимное изучение опыта (пока, в основном, немецкого), использование новых выставочных технологий и наработок, уже апробированных и доказавших свою эффективность.

* MESSEN, Made in Germany 2012-2013. Russian. AUMA – Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. Berlin. 2011.

Таким образом, интересы двух сторон очень близки. И даже странно, что встречи, подобные предстоящей в рамках Евразийского Ивент Форума, проходят так редко.

ОТ ПРЕЗЕНТАЦИЙ ДО КРУПНЕЙШИХ ОТРАСЛЕВЫХ ВЫСТАВОК

Выставочные компании Германии представлены в нашей стране несравнимо более широко, чем их коллеги из других стран. В то же время присутствие их неоднородно, и одной – двумя красками для описания ситуации здесь не обойтись.

Традиционное направление работы немецких выставочников – привлечение российских специалистов на выставки в Германию в качестве экспонентов и посетителей. Так действуют все, без исключения. Более того, компания «Профессиональные выставки», представляющая в Москве выставочный центр Nuernberg Messe, организует посещение и участие не только в немецких, но и в крупных специализированных выставках в Индии, Китае, Таиланде и на Ближнем Востоке.

Следующее направление деятельности – формирование коллективных экспозиций немецких предприятий на наших выставках, в основном, в рамках реализации программы Федерального министерства экономики и технологий Германии (BMWi) по поддержке выхода на международный рынок молодых инновационных предприятий. В отдельных случаях немецкие операторы делают это самостоятельно и по собственной инициативе.

Так, в конце августа в Москве прошли две конкурирующие выставки по тематике автомеханики. В «Крокус Экспо» на «Интеравто-2012» при поддержке Союза немецкой автомобильной промышленности (VDA) была организована традиционная экспозиция по программе BMWi (оператор – IMAG - Internationaler Messedienst Ausstellungsdienst GmbH).

В то же время в «Экспоцентре» на выставке «MIMS powered by Automechanika Moscow 2012» не менее внушительную экспозицию организовала компания Messe Frankfurt, которая готовила этот смотр совместно с ITE LLC Moscow.

На вопрос, как же так получилось, что в «русскую» конкуренцию автоматически вписалась конфронтация двух немецких компаний? – один из немецких экспонентов блеснул знанием русского фольклора: «с волками жить, по волчьей вить» – сказал он, широко улыбаясь.

Главный этап закрепления на рынке – проведение крупных специализированных выставок и сотрудничество с российскими коллегами по реализации совместных проектов.

Собственные выставочные программы в России сегодня имеют лишь две немецкие компании – Messe Duesseldorf и Frankfurt Messe в лице своих дочерних структур – российских юридических лиц «Мессе Дюссельдорф Москва» и «Мессе Франкфурт РУС». По одной выставке в 2012 году в Москве провели Deutsche Messe (Ганновер) – Domotex Russia, и Nuernberg Messe – Chillventa Rossija.

А КТО ЛИДЕР?

Что собой представляют главные немецкие игроки выставочного рынка России?

Messe Duesseldorf. Компания работает в Москве дольше всех своих коллег – с 1979 года. Срок поистине исторический. Начинала она в совершенно ином обществе – Советском Союзе в условиях «железного занавеса» и плановой социалистической экономики. Ситуация более чем специфическая, но и в этих условиях она добивалась успехов, продвигая интересы западногерманских производителей.

В новые рыночные времена присутствие Messe Duesseldorf в России резко усилилось. Компания действовала постепенно, целенаправленно, шаг за шагом. При этом всегда придерживалась международных стандартов ведения бизнеса, не вступая в открытую конфронтацию с местными коллегами. Ключевые шаги в этом направлении – сотрудничество с лучшими выставочными компаниями России, создание уникальных выставочных брендов и участие в инвестировании строительства павильона № 7 в «Экспоцентре».

Сегодня «Мессе Дюссельдорф Москва» по праву считается одним из ведущих игроков нашего выставочного рынка, некоторые проекты компании являются крупнейшими отраслевыми выставками России. В первую очередь речь идет о CPM – Collection Premiere Moscow, главным российском смотре модной индустрии и fashion-бизнеса.

Закономерно, что с декабря 2010 года компания является действительным членом Российского Союза выставок и ярмарок.

На 2013 год «Мессе Дюссельдорф Москва» запланировала шесть крупных специализированных выставок, организуемых самостоятельно или в кооперации с российскими партнерами.

Компания **Frankfurt Messe** работает в России с начала 1990-х годов. В течение первых десяти лет она постоянно расширяла круг своей деятельности и укрепляла позиции на рынке. Самый известный проект – Auto+Automechanika в Санкт-Петербурге (с 2012 года – Automechanika. St. Petersburg).

Не менее значимы ее текстильные выставки Heimtextil Russia и Techtextil Russia, а также – крупнейшая выставка светотехнической отрасли на постсоветском пространстве «Interlight Moscow powered by Light+Building».

В своей деятельности «Мессе Франкфурт РУС» не отказывается вступать в открытую конкуренцию с некоторыми из российских коллег. Так, начав в свое время проводить свои текстильные выставки в рамках Федеральной оптовой ярмарки «Текстильлегпром» на ВВЦ, впоследствии компания на протяжении многих лет организует их на другой площадке, но в те же сроки, что «Текстильлегпром».

Не стала исключением и нынешняя осень: 39-я Федеральная оптовая ярмарка товаров и оборудования текстильной и легкой промышленности «Текстильлегпром-2012» прошла на ВВЦ с 25 по 28 сентября, Heimtextil Russia – с 26 по 28 сентября в «Крокус Экспо».

С 2012 года компания «Мессе Франкфурт РУС» является действительным членом РСВА.

На 2013 год она запланировала проведение в России 11 мероприятий различной тематики и масштаба.

Говоря об отношении к немецким выставочным компаниям и их представительством в России, нельзя не отметить их высокую репутацию, доверие бизнес-сообщества и уважение коллег. После двадцати лет работы это дорогого стоит. А значит, потенциал сотрудничества не исчерпан, впереди – новые планы и проекты.

Александр Беляновский

