

RYNEK NIEMIECKI W OBLICZU PANDEMII

Aktualizacja na 4 maja 2020

Kancelarz Angela Merkel z szefami rządów poszczególnych landów uzgodnili 15 kwietnia br., że imprezy powyżej 1 tys. uczestników nie powinny się odbywać do 31 sierpnia 2020. Landy dodatkowo mają wypracować własne ustalenia i procedury mając prawo do autonomicznych decyzji, szczególnie, że w zależności od landu sytuacja spowodowana pandemią koronawirusa jest różna. Różna jest też skala ilości osób zarażonych. Dla przykładu kraje związkowe Dolnej Saksonii, Hamburg, Berlin, zdefiniowały duże imprezy i targi jako te z ponad 1 tys. uczestników (*brak tu precyzji czy chodzi o wystawców, zwiedzających łącznie, ale w związku z tym, że ogólnie jest przyjęta nazwa dużych imprez domniemuje się, że łącznie*). Takie imprezy nie mogą się odbywać do 31 sierpnia 2020. Senát w Berlinie z kolei zdecydował, że imprezy z ilością uczestników większą niż 5 tys. osób nie mogą się odbywać do 24 października 2020.

Każdy ośrodek targowy oddzielnie i w ramach pracy w AUMA opracowuje swoje przepisy, zasady odmrożenia targów. W Monachium np. pracują nad poszerzeniem korytarzy w halach. Wysuwany jest argument, że w halach targowych łatwiej niż w innych obiektach utrzymać „social distance”. Zwraca się ponadto uwagę na wietrzenie obiektów, dezynfekcję. Pojawia się też taka narracja, by w pierwszej kolejności odmrażać targi B2B, potem B2C. Mocno wybrzmiewa argument, że targi to impuls dla gospodarki oraz jak dużo strat poniosła ta branża targowa z całym spektrum dostawców usług targowych i okołotargowych, jak hotele, restauracje itd.

Oczywiście wszyscy mówią i przygotowują się do tego, by targi ruszyły od jesieni, ale też jednocześnie wszyscy zdają sobie sprawę, że to spekulacje, bo nikt nie wie, jaka będzie sytuacja. Tak w wywiadzie mówi też Jörn Holtmeier, Prezes Zarządu organizacji AUMA. Prezes AUMA ocenia, że digitalizacja nie zastąpi targów, że firmy mają ogromną potrzebę bezpośrednich spotkań, rozmów i że uważa, że targi będą znowu miały silną pozycję.

Klaus Plaschka, Prezes Zarządu Związku Rzemiosła Targowego (der Gesellschaft für Handwerksmessen GHM) (*taki trochę odpowiednik naszych PUT-ów*) dodatkowo dodaje, że targi po pandemii będą inne, że najważniejsze będzie zdrowie i bezpieczeństwo. GHM opracowuje koncept nowych regulacji w tym zakresie. Podobnie jak u nas, Plaschka podkreśla, że teraz najbardziej brakuje im jasnej polityki rządu, że targi nie są włączone i wyodrębnione jako branża w program odmrożenia gospodarki a taka polityka planowania jest bardzo istotna z punktu widzenia wystawcy, zwiedzającego i dostawcy usług targowych. Targi potrzebują długi horyzont czasowy na przygotowanie. W tym celu niezbędna jest ścisła współpraca rządu z organizacjami targowymi.

Każdy z landów wydał swoje przepisy i regulacje, które można znaleźć na

https://www.auma.de/de/medien/meldungen/corona-virus?fbclid=IwAR2butnh05tNdkTb_IWMXiV6euenNoOBVHtfvnuR1FcslOyN5OlyLpj-Qts

Dla przykładu, w landzie NRW (targi w Duesseldorfie), targi są ujęte w rozporządzeniu obowiązującym od 16 kwietnia do 3 maja 2020 w grupie z wystawami, parkami na wolnym powietrzu. W tej grupie są też placówki takie jak zoo, targi, jarmarki i podobne przedsięwzięcia. Rozporządzenia dla Dolnej Saksonii np. jest ważne do 6 maja br. Większość do 3 maja, więc w maju spodziewane są ewentualne zmiany do tych rozporządzeń, ale nic nie wskazuje na to, by przed 1 września otwarto obiekty targowe.

Inne, wybrane informacje

Targi w Kolonii przygotowują sale konferencyjne do funkcjonowania po koronawirusie, przede wszystkim odstęp.



Targi w Kolonii

W wielu wypowiedziach podkreślane jest, że powrót do targów w Niemczech jest też bardzo powiązany z sytuacją na świecie. Średnio 60% wystawców na targach w Niemczech pochodzi z zagranicy. Stąd też istotne jest działanie z wyprzedzeniem.

W tak zwanym międzyczasie organizatorzy targów przygotowują się do powrotu weryfikując koncepcje targów, narzędzia wykorzystywane przy organizacji targów. Istotne jest też mocne wsparcie dla kampanii, która od roku jest realizowana na niemieckim rynku #MesseErfolg (*sukces targowy*). To kampania realizowana wspólnie przez członków AUMA obok innej pod hasłem #MesseMenschen (*ludzie targów*), w ramach której m.in. prezentowani są pracownicy targowy, z różnych specjalności, ich wypowiedzi i informacje dotyczące ich targów i roli targów dla gospodarki.

Opracowała Agnieszka Strzelczyk-Walczak