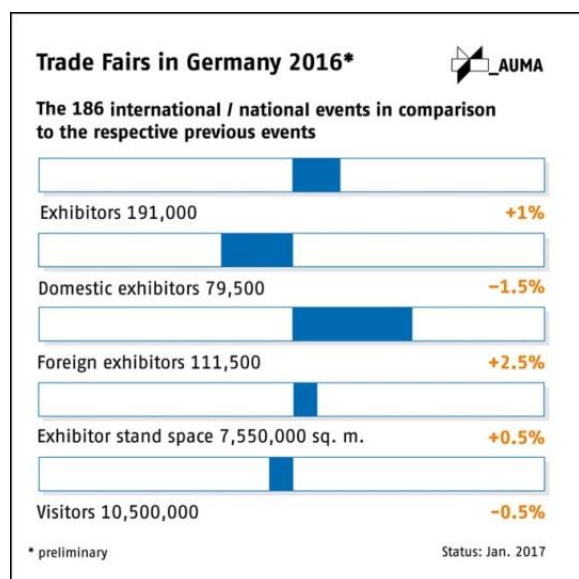


Solidny program targów w Niemczech w 2016 roku zaowocował rekordowymi wynikami. Ostrożny optymizm branży targowej odnośnie 2017 roku.

Informacja prasowa AUMA, 27.01.2017 – Targi międzynarodowe i krajowe w Niemczech odnotowały bardzo dobre wyniki za 2016 rok: w 186 imprezach targowych udział wzięło około 191 000 wystawców, którzy wynajęli powierzchnię stoisk targowych wielkości ponad 7,5 miliona metrów kwadratowych. Tak według AUMA – Stowarzyszenia Niemieckiego Przemysłu Targowego przedstawiają się wstępne wyniki rynku. Najwyższe w przeszłości odnotowane parametry rynku to liczba wystawców niemal 181 000 wystawców oraz rekordowa powierzchnia wynajęta wystawcom wielkości 7,1 miliona metrów kwadratowych, obie odnotowane w 2012 roku. Liczba zwiedzających na targach w 2016 roku wyniosła około 10,5 miliona osób – w przeszłości jedynie w 2001 roku zarejestrowano rekordową ich liczbę 10,7 miliona.

Wykres. Targi w Niemczech w 2016 roku



Wyniki 186 targów międzynarodowych i krajowych w porównaniu z poprzednimi edycjami targów:

- liczba wystawców ogółem 191 000 (+1%)
- liczba wystawców krajowych 79 500 (-1,5%)
- liczba wystawców zagranicznych 111 500 (+2,5%)
- powierzchnia targowa wynajęta 7 550 000 mkw. (+2,5%)
- Liczba zwiedzających ogółem 10 500 000 (-0,5%)

Te wyniki targi w Niemczech zawdzięczają po części mocnemu programowi targów w 2016 roku, w którym nastąpiła kumulacja wiodących targów odbywających się w cyklu co trzy lub cztery lata. Ponadto, poszczególne edycje targów w większości mogą pochwalić się regularnym tempem wzrostu – pomimo silnej konkurencji ze strony innych instrumentów marketingu oraz niepewnej międzynarodowej sytuacji gospodarczej.

Wzrost rynku targowego w 2016 roku był kontynuacją dotychczasowej tendencji: średni wzrost wystawców w porównaniu z poprzednimi edycjami targów wynosił 1%, podczas gdy powierzchnia wynajęta przez wystawców wzrosła średnio o 0,5%. Jedynie liczba zwiedzających na targach nieznacznie spadła o około 0,5% w porównaniu z edycjami poprzednimi. Z targów w Niemczech korzystają w zwiększonym zakresie firmy zagraniczne, które doceniają obecność zwiedzających z wielu państw spoza regionu Europy.

Również przedsiębiorstwa niemieckie czerpią korzyści z udziału w targach w Niemczech: aktualnie 45% swoich budżetów przeznaczonych na komunikację B2B (business-to-business) wykorzystują na uczestnictwo w targach, co

oznacza o 3% środków więcej niż dziesięć lat temu. Tak wynika z przeprowadzonego w listopadzie 2016 r. przez instytut TNS Emnid na zlecenie AUMA, badania na 500 firmach niemieckich korzystających z targów.

Dla 159 targów i wystaw zaplanowanych w 2017 roku, AUMA ponownie przewiduje stabilizację parametrów statystycznych, a nawet lekki ich wzrost w zakresie liczby wystawców i liczby zwiedzających.

Także inne badanie AUMA z udziałem niemieckich organizatorów targów, zrealizowane w grudniu 2016 roku, sugeruje optymistyczny trend rozwoju branży targowej w Niemczech. Wyniki badania potwierdzają, że znacząca większość niemieckich firm targowych planuje w 2017 roku zwiększenie inwestycji, a także wzrost liczby zatrudnionych w tych firmach.

Kontakt prasowy: Harald Kötter, tel. +49 30 24000-140, Fax -340; e-mail: h.koetter@auma.de

Fragmenty wypowiedzi Andreeasa Gruchowa (członek zarządu Deutsche Messe AG) - Prezydenta UFI 2017



Andreas Gruchow

„Najważniejszymi zagadnieniami dla branży, także dla UFI, będą oczywiście globalizacja i cyfryzacja. Oba tematy oznaczają zarówno nowe możliwości jak i wyzwania stojące przed naszą branżą. Globalizacja stwarza dla naszej branży możliwości dynamicznego rozwoju nowych rynków w tempie o jakim w Europie możemy jedynie pomarzyć. Jednakże podstawą rozwoju targów międzynarodowych jest wolny handel na świecie. W tym kontekście, trend, który aktualnie obserwujemy w niektórych krajach, polegający na bardziej protekcyjnej polityce handlu, nie jest korzystny. Rosnące zagrożenie terroryzmem ma także negatywny wpływ na udział części wystawców w targach za granicą.

Jeśli chodzi o cyfryzację, przemysł targowy ma nową konkurencję w postaci platform sprzedaży online, które także zbliżają do siebie dostawców i klientów. Ale cyfryzacja w sposób naturalny przynosi także korzyści branży targowej. Coraz silniejsze znaczenie ma kojarzenie partnerów biznesowych, które czyni targi coraz bardziej udanymi dla wystawców i zwiedzających. Wciąż ogromną rolę w biznesie odgrywa zaufanie. Zaufanie rodzi się w osobistych kontaktach, dla których tworzymy warunki poprzez organizację naszych targów. Mocno wierzę, że jeśli uda nam się połączyć tę zaletę z korzyściami jakie daje zastosowanie narzędzi cyfrowych, targi zachowają swoją kluczową pozycję w marketingu mix również w erze cyfrowej.

Jest jeszcze jedno zagadnienie, o którym chcę wspomnieć, a mianowicie zatrudnienie: nasza atrakcyjność jako pracodawców, a co za tym idzie aktywność w zakresie pozyskiwania wykwalifikowanych specjalistów dla naszej branży, będą coraz ważniejszymi tematami w nadchodzących latach. UFI także jest świadome tego problemu.”

„Moje doświadczenia ze współpracy i członkostwa w UFI mogę podsumować jednym zdaniem: „Im więcej dajesz, tym więcej zyskujesz.”

Możliwość nawiązywania kontaktów, a więc networking podczas wydarzeń organizowanych przez UFI, badania, analizy, grupy robocze i typu think tank – to wszystko bardzo wzbogaciło mnie w ostatnich latach. Zawsze dawało mi wiele inspiracji do codziennej pracy i pomysłów na to jak przyspieszyć rozwój całej branży, a także Deutsche Messe, firmy, w której pracuję.

Dlatego ustanowiłem sobie jeden główny cel – w bliskiej współpracy z naszym dyrektorem zarządzającym UFI, Kai'em Hattendorf'em chciałbym zachęcić większą liczbę naszych członków do zaangażowania się w naszą pracę. Mocno wierzę, że korzyść z tego będzie miała zarówno UFI jak i każda firma członkowska. Warunki i możliwości dla większego zaangażowania ambitnych profesjonalistów targowych z całego świata w 2017 roku są wysoce sprzyjające.

Tematem o wielkim znaczeniu w 2017 roku będzie „glokalizacja”. Chcemy sprowadzić dyskusje na globalne tematy branżowe do debat na poziomie lokalnym i dialogów w ramach naszych oddziałów regionalnych, komitetów oraz wydarzeń organizowanych na poszczególnych kontynentach.”