



แนวโน้มสินค้าในตลาดเยอรมนี

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

2 พฤศจิกายน 2563

แนวโน้มสินค้าในตลาดเยอรมนี

งานแสดงสินค้า ต้องสู้ศึก COVID

บริษัทชั้นนำด้านการจัดงานแสดงสินค้า เช่น Koelnmesse ได้แสดงให้เห็นว่า จะต่อสู้กับการระบาดของเชื้อไวรัสได้อย่างไร โดยได้สร้างเมืองแม่แบบในการจัดงานแสดงสินค้า ในโกดังสำหรับแสดงสินค้าหมายเลข 9 ในย่าน Deutz เมือง Köln โดยเมืองแม่แบบ มีชื่อว่า #B-SAFE4business-Village ที่ใช้ในการสาธิต



งานแสดงสินค้า โดยสามารถรักษามาตรฐานด้านสุขอนามัย และการรักษาระยะห่างระหว่างบุคคล ในช่วงที่มีการแพร่เชื้อโรคระดับโลก อย่างเช่น Covid19 ได้อย่างไร โดยภายใต้แนวคิด มีการใช้งานระบบ Streaming-Studio, ระบบกล้องสำหรับนับจำนวนคน เครื่องสแกนร่างกายแบบไร้การสัมผัส และ App “eGuard” ที่มีไวยากรณ์ย้ายคลื่นฝูงชน ที่เข้ามาเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า สำหรับ App “eGuard” นี้ บริษัท Samsung ได้พัฒนาระบบการทำงานแบบใหม่ขึ้นมา เพื่อใช้ตรวจสอบจำนวนผู้คน แบบไม่ระบุตัวบุคคล และพฤติกรรมเคลื่อนไหว ของผู้ร่วมงานในพื้นที่จัดงาน และจะได้แจ้งข้อมูลให้กับผู้ร่วมงานทราบ แบบ ณ เวลานั้น (realtime) ซึ่งทำให้ผู้เข้าร่วมงาน สามารถตัดสินใจได้ว่า จะใช้เส้นทางนี้ หรือรอให้จำนวนผู้ใช้บริการในเส้นทาง เบบางลงก่อนได้ เป็นต้น ผู้บริหารบริษัท Koelnmesse นาย Gerald Böse กล่าวว่า “บริษัทได้สร้างพื้นที่ที่สามารถทำให้การประกอบธุรกิจ และการพบปะกันที่ปลอดภัยให้เกิดขึ้นได้อีกครั้ง ขึ้นมา” โดย Koelnmesse ต้องการที่จะให้เห็นว่า บริษัทสามารถที่จะจัดงานแสดงสินค้า อย่างเช่น งาน imm cologne ในเดือนมกราคม ได้ CEO ของ Koelnmesse นาย Oliver Frese กล่าวว่า “ผู้เข้าร่วมงาน จะมีความเป็นปัจเจกบุคคล มากกว่าปกติ อย่างเช่น งาน imm cologne ก็จะเป็นคนจากยุโรป เป็นหลัก” โดยหลังจากที่ COVID บังคับให้ผู้ให้บริการจัดงานแสดงสินค้าเยอรมนี ต้องหยุดการประกอบธุรกิจ นานถึง 6 เดือน ก่อนกลับมาจัดงานได้บ้าง อีกครั้ง

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

ในช่วงเดือนกันยายน ที่ผ่านมา สมาคมผู้จัดงานแสดงสินค้าเยอรมนี (AUMA - Aussteller- und Messeverband) แจ้งว่า โดยรวม มีการจัดมาแล้ว 12 งาน เช่น งาน Caravan Salon ในเมือง Düsseldorf งาน Creativa ที่เน้นด้านความคิดสร้างสรรค์ ในเมือง Dortmund และงาน Cadeaux ในเมือง Leipzig ที่โดยรวมแล้ว มีผู้เข้า



ร่วมงานทั้งสิ้นกว่า 180,000 คน สำหรับผู้บริหาร AUMA นาย Jörn Holtmeier แล้ว สิ่งที่เกิดขึ้นมา จัดว่าเป็นสัญญาณที่ดีในการวางแผนการงานแสดงสินค้าในปีนี้ โดยผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า และผู้เยือนงานๆ ต่างก็เฝ้ารอการเริ่มต้นใหม่ ที่สามารถเข้าร่วมชมได้จริง เพื่อที่จะสามารถผลักดันให้การประกอบธุรกิจกลับมาดำเนินด้วยดี อีกครั้ง นาย Holtmeier กล่าวต่อว่า “เส้นทางที่จะกลับไปสู่ช่วงเวลาปกติ ยังหวาไกลนัก แต่ก็ยังดี ที่สามารถกลับมาเริ่มก้าวไปข้างหน้า ได้อีกครั้งแล้ว” โดยตั้งแต่ช่วงเดือนตุลาคม จนถึงช่วงสิ้นปี มีการวางแผนที่จะจัดงานแสดงสินค้าในท้องถิ่น กว่า 20 งาน อย่างงาน Infa ในเมือง Hannover หรืองาน Consumenta ในเมือง Nürnberg เป็นต้น ในทางกลับกัน งานแสดงสินค้านานาชาติขนาดใหญ่ ในเวลานี้ แทบจะไม่มีเลย เพราะผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า และผู้เข้าร่วมชมงาน ถูกจัดให้เข้าไปอยู่ในพื้นที่เสมือนจริงแทน หรือถูกเลื่อนออกไป อย่างงาน Frankfurter Buchmesse ที่เพิ่งจัดไป ในรูปแบบงานดิจิทัลเต็มรูปแบบ หรืองาน Expo Real ที่เป็นงานด้านอสังหาริมทรัพย์ ที่วางแผนว่า จะจัดงานในรูปแบบไฮบริด ในเมืองมิวนิค ก็ถูกยกเลิกการจัดงานแบบกระทันหัน ก่อนการจัดงาน 2 วัน หลังจากที่เมืองมิวนิค ถูกประกาศให้เป็นพื้นที่เสี่ยง ทำให้ผู้เข้าร่วมงานจำนวนมาก ขอยกเลิกการเข้าร่วมงาน ผู้บริหารบริษัท Messe München นาย Klaus Dittrich ไม่มีทางเลือกอื่น ที่จะต้องประกาศยกเลิกการจัดงาน โดยกล่าวว่า “จากการประเมินสถานการณ์ในปัจจุบัน งาน Expo Real Hybrid Summit ก็ไม่น่าจะเป็นพื้นที่ ที่เหมาะสมเพียงพอ สำหรับการพบปะระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์” ล่าสุด ผู้จัดงานแสดงสินค้า Messe Frankfurt ก็ได้ออกมาแจ้งว่า จะไม่มีการจัดงานแสดงสินค้าแบบกายภาพ หรือที่มีผู้เข้าร่วมงานแบบแสดงตัวตน จนถึงสิ้นไตรมาสแรกปี 2021 ซึ่งการตัดสินใจ ซึ่งจะกระทบกับงานอย่างงาน Ambiente งาน Heimtextil งาน ISH และงาน Paperworld ซึ่งถูกเลื่อนการจัดออกไป หรือกลายมาเป็นการจัดงานแบบดิจิทัลแทน โดย Messe Frankfurt ให้เหตุผลกับการตัดสินใจว่า “การที่ภาครัฐขยายมาตรการต่างๆ ออกไปอีกครั้ง รวมไปถึงการจัดการตัดสินใจด้านการเดินทางของพนักงานในบริษัทของผู้ประกอบการต่างๆ รวมไปถึงการพัฒนาตัวของการแพร่เชื้อ ในปัจจุบัน ทำให้เกิดความไม่แน่นอนกับผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าน่ามากขึ้น” ซึ่งการตัดสินใจของ Messe Frankfurt ต่างกับ Koelnmesse ที่รู้สึกว่าการที่สัญญาณที่ส่งออกมาของ Frankfurt ไม่ได้ช่วยให้บรรยากาศในการประกอบธุรกิจงานแสดงสินค้าในเยอรมนี ดีขึ้นเลย ผู้บริหารบริษัท Koelnmesse นาย Böse กล่าวว่า “ช่วงเวลาที่ผ่านมา Frankfurt

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



ออกมาแสดงการตัดสินใจ ก็น่าแปลกใจ เพราะสถานการณ์ด้านธุรกิจงานแสดงสินค้าในเยอรมนี ในเวลานี้ กำลังปรับตัวดีขึ้นเรื่อยๆ” แต่แน่นอนจำนวนผู้ติดเชื้อโคโรนาที่เพิ่มขึ้นในเยอรมนี ส่งผลให้มีกฎระเบียบข้อจำกัดด้านการเดินทางเพิ่มมากขึ้น และสร้างความไม่แน่ใจให้กับผู้ร่วมงานแสดงสินค้า มากขึ้น ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจงานแสดงสินค้า และผู้ก่อตั้งบริษัทให้คำปรึกษาด้าน

งานแสดงสินค้า JWC นาย Jochen Witt เห็นว่า ธุรกิจดังกล่าว ในเยอรมนี น่าจะยังไม่กระเตื้องขึ้นมากนัก และยาวไปจนถึงช่วงปีหน้าเลย ก็ได้ “กฎระเบียบด้านการเดินทาง ความไม่เต็มใจของผู้ประกอบการที่จะส่งพนักงานให้เดินทาง และความคิดที่ว่า ไม่ใช่ทุกงานแสดงสินค้า มีความจำเป็นต้องการประกอบธุรกิจ ทำให้มีการเริ่มใช้งานระบบดิจิทัลมากขึ้น จนทำให้ปริมาณผู้เข้าเยี่ยมชมงาน และผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า ลดลงโดยอัตโนมัติ” เหตุผลข้างต้น ที่ทำให้ บริษัท Coca Cola เยอรมนี ตัดสินใจเป็นครั้งแรก ในประวัติของบริษัท ที่จะไม่เข้าร่วมงานแสดงสินค้าใดๆ จนถึงช่วงไตรมาสแรกปี 2021 ซึ่งกระทบกับงานอย่าง Internorga ในเมือง Hamburg และงาน BioFach ในเมือง Nürnberg โดยผู้บริหารของ Coca-Cola Europa นาย Jörn Eßlinger ตำแหน่ง Head of Communication Activations, Partnerships & Asset Management กล่าวว่า “ไม่ใช่เรื่องง่ายกับการตัดสินใจในครั้งนี้ เพราะการเข้าร่วมงานระดับภูมิภาค และระดับนานาชาติเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการรักษา และขยายความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมไปถึงการนำเสนอสินค้า บรรลุภัณฑ์ และบริการใหม่ๆ ให้กับลูกค้าอีกด้วย”

จาก Handelsblatt 2 พฤศจิกายน 2563

Office of Commercial Affairs - Royal Thai Embassy
Petzowerstr. 1, 14109 Berlin, Germany
email - thaicom.berlin@t-online.de

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด