



แนวโน้มสินค้าในตลาดเยอรมนี
สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

1 มีนาคม 2564

แนวโน้มสินค้าในตลาดเยอรมนี

งานแสดงสินค้าดิจิทัลออนไลน์ ในเยอรมนี

งานแสดงสินค้า Ispo ที่เป็นงานเกี่ยวกับกีฬาชั้นนำของโลก ได้จัดขึ้นในรูปแบบดิจิทัลออนไลน์ เป็นครั้งแรก แต่รูปแบบการจัดงาน ก็ยังไม่สามารถดึงดูดผู้แสดงสินค้าได้มากเท่ากับช่วงปกติ โดยในช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโควิด มีผู้ร่วมแสดงสินค้าในเมืองมิวนิค มากถึง 2926 ราย แต่เมื่อมีการจัดแบบดิจิทัล ก็มีผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า เพียง 545 ราย เท่านั้น ประธาน Tecnica



Group กลุ่มบริษัทด้านการผลิตสกี และ Snowboards จากประเทศอิตาลี นาย Alberto Zanatta กล่าวว่า “งาน Ispo แบบ Online ดีที่จะใช้พื้นที่มาไว้सानสัมพันธ์ และนำมาเป็นตัวเสริม แต่ก็ไม่สามารถที่จะมาทดแทนการเจอจากกันแบบตัวต่อตัวได้ สินค้าหลายชนิดต้องถูกจับต้อง มองดูจริง ด้วยมือ ด้วยตา ถึงจะดี” โดยวิกฤติโคโรน่า ทำให้ Messe München ได้สร้างงานแสดงสินค้าดิจิทัล แบบเสียไม่ได้ ขึ้นมา 14 งาน “แต่งานดิจิทัล ก็ไม่สามารถมาทดแทนรายได้จากการให้เช่าพื้นที่ได้” ประธาน Messe München นาย Klaus Dittrich กล่าวกับ Handelsblatt และเปรียบช่วงวิกฤติโคโรน่าว่า “เป็นการเบรคฉุกเฉินในระหว่างที่กำลังเร่งเครื่อง” ในช่วงปี 2019 บริษัท Messe München มียอดจำหน่ายรวมกัน สูงเป็นประวัติการณ์ สูงถึง 480 ล้านยูโร “บริษัทสูญเสียยอดจำหน่ายที่วางแผนไว้ ถึง 200 ล้านยูโร” โดยในปีนี้ บริษัทสามารถทำเงินได้เพียง 165 ล้านยูโร เท่านั้น โดยกำไร EBIT ที่รวมค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจ่าย (EBITDA) ของบริษัท ตีลบ 20 ล้านยูโร โดยประมาณ ซึ่งทำให้บริษัทต้องมาหาทางลดค่าใช้จ่ายอื่นลงอีก และวางแผนที่จะปลดพนักงานในมิวนิคลง 170 ตำแหน่ง

ในช่วงสัปดาห์หน้า นอกจาก Messe München แล้ว Kölnmesse ก็ออกมาเตรียมตัวแสดงผลประกอบการ ในปี 2019 Kölnmesse มีผลประกอบการอยู่ที่ 400 ล้านยูโร แต่ในปีที่ผ่านมา ลดลงเหลือ

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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

เพียง 95 ล้านยูโร จากข้อมูลของสมาคมผู้จัดงานแสดงสินค้าเยอรมนี (AUMA - Aussteller- und Messeverband) แจ้งว่า โดยเฉลี่ย การประกอบธุรกิจงานแสดงสินค้า ของผู้จัดงานแสดงสินค้าในเยอรมนีลดลงถึงร้อยละ 70 โดยในปี 2019 กลุ่มผู้จัดงานแสดงสินค้าในเยอรมนี มีผลประกอบการรวมกันสูงเป็นประวัติการณ์ สูงถึง 4 พันล้านยูโร



แต่ในเวลานี้ ผู้จัดงานแสดงสินค้าส่วนใหญ่ ต้องรอเงินสนับสนุนหลายร้อยล้านยูโร จากผู้ถือหุ้นซึ่งส่วนใหญ่ ก็เป็นเมือง หรือรัฐที่ผู้จัดงานแสดงสินค้าตั้งอยู่ จึงจะสามารถระดมงบประมาณให้รอดไปได้ โดยในอดีต กลุ่มผู้จัดงานแสดงสินค้า คู่แข่งกับการประสบความสำเร็จ “แต่วิกฤติโคโรนา จะทำให้รูปแบบการประกอบธุรกิจงานแสดงสินค้า เปลี่ยนแปลงไปอย่างถาวร” โดย นาย Dittrich เชื่อมั่นว่า “ธุรกิจหลักที่ทำเงินให้ในอดีต อย่างการให้เช่าพื้นที่แสดงสินค้า จะไม่ได้เป็นสิ่งที่ดำเนินไปได้โดยอัตโนมัติแบบไม่ต้องทำอะไร เหมือนในอดีต อีกต่อไป” ธุรกิจงานแสดงสินค้า กำลังอยู่ในช่วงที่เรียกว่าเป็นจุดเปลี่ยนด้านวัฒนธรรมที่สำคัญ โดยนาย Dittrich ได้เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงเหมือนกับ โทรศัพท์ ที่ในอดีตมีไว้สำหรับการสนทนา เท่านั้น “ซึ่งงานแสดงสินค้า ก็ต้องปรับตัวให้เหมือนกับ Smartphone ที่มีฟังก์ชันใหม่ๆ เข้ามาเสริมเพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้า ได้ต่อไป” โดยการสร้าง Platform ดิจิตอล หรือการจัด Events เป็นอะไรที่มากกว่าการให้เช่าพื้นที่แสดงสินค้า เช่น งาน Ispo ที่ได้ใช้เวลากว่า 10 ปี ที่ผ่านมา พัฒนา Platform ให้สามารถใช้งานได้ทั้งปี สำหรับธุรกิจอุปกรณ์กีฬาขึ้น “แต่โดยเฉลี่ยแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจจัดงานแสดงสินค้า ไม่ได้มีข้อเสนอด้านดิจิตอลให้กับลูกค้ามากนัก” ผู้บริหาร Messe Nürnberg นาย Peter Ottmann ออกมารับความจริง และกล่าวต่อว่า “วิกฤติโคโรนา ที่ทำให้เห็นปัญหาอย่างจริงจัง” โดยงาน Events ดิจิตอล ที่หลายฝ่ายได้ตั้งความหวังไว้ ก็ไม่สามารถทำให้ประสบความสำเร็จดังที่ตั้งใจไว้ “งานแสดงสินค้าดิจิตอล เป็นเพียงส่วนหนึ่งของรายได้ ของงานแสดงสินค้าแบบปกติ เท่านั้น” ผู้บริหาร Messe Düsseldorf นาย Wolfram Diener ระบุให้ทราบ นอกจากนั้น ผู้ร่วมแสดงสินค้า ก็ไม่ได้รู้สึกอะไรเป็นพิเศษกับรูปแบบการจัดงานดังกล่าว “ในเวลานี้ เริ่มสัมผัสได้ถึงความเปราะบางในการใช้งานการพบปะกัน ในแบบดิจิตอลเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ” ผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทให้คำปรึกษา Exhibition Doctors นาย Udo Traeger กล่าวว่า ผู้ประกอบธุรกิจงานแสดงสินค้าจำนวนมาก รวมไปถึงผู้บริหาร Messe Hannover นาย Jochen Köckler เห็นว่า รูปแบบการจัดงานแสดงสินค้าแบบ Hybrid น่าจะเป็นรูปแบบงานแสดงสินค้าในอนาคต โดยในปี 2020 บริษัท ก็ขาดทุน มากกว่าทำกำไร อีกทั้งเริ่มมีการตั้งคำถามว่า งานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ในประเทศเยอรมนี จะสามารถกลับไปยืนอยู่ในช่วงเวลาที่สวยงามดังเดิม ได้หรือไม่ “บริษัทจำนวนมาก ต้องประหยัดกำลังทรัพย์ และบริษัทอีกจำนวนมาก ก็ล้มละลายลงไป ซึ่งก็จะเป็นสิ่งที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า แน่แน่นอน” นาย Dittrich กล่าว

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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



อีกทั้ง การแพร่ระบาดของเชื้อโคโรน่า จะทำให้พฤติกรรมการเดินทางเปลี่ยนไป “คงจะมีการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจและไปงานแสดงสินค้ารอบโลกได้ลดลง”

จาก Handelsblatt 1 มีนาคม 2564

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 จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใด ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำ ข้อมูลไปใช้
ไม่ว่าโดยทางใด