

# „A KIÁLLÍTÁSOK - ÉLNEK”

**Interpress**  
KIÁLLÍTÁSOK KFT.

**Interpress**  
T R A V E L

Kiállítások, vásárok – külpiaci megjelenés

# Irodánk, az Interpress Kiállítások Kft.

- - kollektív és egyedi, vállalati megbízások alapján, külföldi kiállításokon, kulcsrakész standdal szervez kiállítói részvételt magyar exportorientált vállalatoknak, szövetségeknek, hogy a marketing e speciális tortaszeletén keresztül külpiaci kapcsolatokhoz juttassuk őket,
- - minden év novemberében, regisztrált partnereinknek – társadalmi felelősségvállalásként – megküldjük a következő évben megrendezésre kerülő külföldi kiállítások kivonatos listáját, ágazati bontásban, ezzel is segítve külpiaci marketing tevékenységüket,
- - kiállításszervezői tevékenységi körünkhöz tartozik még a Leipziger Messe, Messe Stuttgart, Messe Schweiz (Basel AG), pozsonyi Incheba, brnoi AMPER és lipcsei GPEC (General Police Equipment) magyarországi vásárlóképviselője,
- - saját utazási irodánk, az Interpress Travel szakmai látogatóknak, konferencia résztvevőknek intéz egyéni, vagy csoportos vásárlátogatásokat, klasszikus utazási irodai szolgáltatások nyújtásával (szállásfoglalás, repülőjegy, utasbiztosítás, vásári belépőjegyek, stb.)

# Miért a kiállítások ?

## Ami bennünket illet:

- az akkori cégvezetés felé állami elvárásként fogalmazódott meg a külpiacra jutás, exportösztönzés az akkor feltörekvő, un. önálló külker joggal rendelkező gyártó vállalatok segítése

- a gazdaság átalakulásával a kis,- és középvállalkozások részére nyújtottunk ilyen irányú segítséget és ezt a jó szokásunkat, elköteleződésünket megőriztük a mai napig

## Mikroszinten:

- koncentráltan, egy helyen, egy időben, rövid időre (3-4 napra) kerülnek megrendezésre, hozzák össze a kereslet-kínálatot (vevő és eladó szemtől-szemben találkozik)

- a vásárok kiváló lehetőséget teremtenek a vállalatok számára, elsősorban a kis,- és középvállalkozásoknak, hogy értékesítsenek, új piacok felé nyissanak, előbbre lépjenek

- lehetővé teszik az újdonságok bemutatását, és nem csupán egy virtuális benyomás alapján. Megfoghatók, körbejárhatók, kipróbálhatók a portékák. Olyan lehetőség ez, amely nem áll máshol a rendelkezésre

## Makroszinten:

- a kiállítás, mint műfaj, a gazdaság egyik motorja, a gazdaság tükre, hisz a szakvásárok, nemzetközi kiállítások fontos szerepet játszanak gazdaság fejlődésében

- ha a vásárok és konferenciák nem tudnak megrendezésre kerülni, az nemcsak a kiállító vállalatokra, hanem az egész gazdaságra nézve is jelentős mértékű negatív következményekkel jár

- fájdalmasan igazolta ezt a tényt a majd három éven át tartó pandémia.

# Miért Németország ?

- a világ 4. legerősebb gazdasága
- Európa egyik leggazdagabb országa és ipari nagyhatalma
- ugyanakkor vásári nagyhatalma is (köszönhetően földrajzi elhelyezkedésének, nagy kereskedelmi székérfőútvonalak találkozásainak a középkorban)
- a világon megrendezésre kerülő

rendezvények száma: kb. 31.000 kiállítás/év/világ - 410 Németországban

vásárterületek száma: 1.360 vásárterület/világ - 70 Németországban

vásárterületek nagysága: 40.000.000 m<sup>2</sup>/világ - 3.000.000 m<sup>2</sup> Németországban

a világ 10 legnagyobb vásárterületéből - 4 Németországban

(UFI)

## Messeplatz Deutschland 2023

Ausstellungskapazitäten\*  
brutto in m<sup>2</sup>



Stadt	Halle	Freigelände	Stadt	Halle	Freigelände
Hannover	392.453	58.000	Bad Salzungen	78.000	
Frankfurt/M.	372.073	64.368	Dortmund	63.000	80.000
Köln	285.000	100.000	Karlsruhe	60.000	105.000
Düsseldorf	262.727	43.000	Augsburg	54.550	10.000
München	200.000	414.000	Bremen	39.000	100.000
Berlin ExpoCenter City mit CityCube	190.000	157.000	Offenburg	29.408	37.877
Nürnberg	180.000	50.000	Erfurt	24.120	21.600
Stuttgart	119.800	40.000	Freiburg	21.500	80.000
Leipzig	111.300	70.000	Offenbach	20.100	
Essen	110.000	20.000	Wiesbaden	10.000	
Friedrichshafen	87.500	35.500	Husum	4.800	70.000
Hamburg	86.465	10.000	Idar-Oberstein	4.450	900

© AUMA

\* Messegelände mit mindestens einer Veranstaltung der AUMA-Kategorien international oder national / Stand: März 2023

# Miért pont egy szakvásár a legjobb módja a nemzetközi piacra lépésnek

## - kiállítóként ?

1. új célcsoporttal első kapcsolatfelvétel
2. meglevő ügyfelekkel kapcsolat ápolása
3. a vállalat ismertségének a fokozása
4. termék, innováció bemutatása előben
5. új üzleti lehetőség(ek) kiépítése
6. szakmai tapasztalatcsere

(Ifo Institut)

- mert aki nincs ott, azt nem ismerik
- költséghatékony
- rengeteget lehet tanulni belőle
- bizalomépítés a cég / termék iránt
- látogatók és más kiállítók (konkurencia) nemcsak feltérképezése, de regisztrálása
- (Interpress)

# Kiknek érdemes kiállítani ?

- van motivációjuk
- rendelkeznek piacképes termékkel
- hisznek magukban
- hisznek a portékájukban
- van szabad kapacitásuk
- növekedni szeretnének
- export irányú gondolkodásuknak köszönhetően
- növekvő piaci lehetőségeket teremtenek
- új ügyfeleket, új igényeket vonzanak be
- ösztönözve ezáltal az innovációt, hogy terméküket hatékonyan, magas minőségben, adott határidőre állítsák elő

# Hogyan csináljuk jól ? Mire figyelünk az elején ?

## Előkészítés:

- válasszunk körültekintően kiállítást
- nagyon speciális, vagy inkább általánosabb legyen ?
- puhatoljuk ki, konkurenciánk hol vesz részt
- mielőtt kiállítunk, utazzunk ki mint látogató

## Döntés után:

- legalább 1 év kell a felkészülésre
- tudjuk, mennyi pénzt kell rászánni (költség megoszlás: standhely (beton) bérlet 40%, vásári szolgáltatások 5 %, standépítés 40%, utazás, szállás, napidíj 10%, marketing 5%)
- éljünk a kedvezményes standhely-árral
- ha megvan a kiállítási koncepció
- kell egy jó csapat, aki nemzetközi közegben is képes hatékony együttműködésre



# Hibák és tévhitek, gyakori problémák

- csodaszer (eladatlan raktárkészlet)
- azonnal megtérül az инвестиция
- nem tekintik hosszútávú befektetésnek
- nincs folyamatosság
- drága
- ej, ráérünk arra még
- marketing és forrás hiány
- kapacitás,-munkaerő,-likviditás hiány
- megfelelő támogatás hiánya (NKA, HEPA)
- nyelvi akadályok

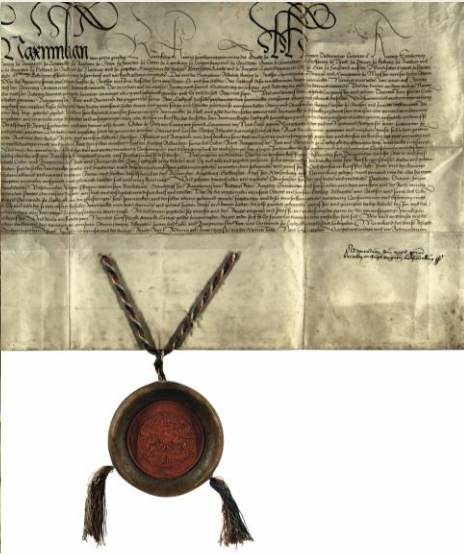
# Miért pont egy szakvásár a legjobb módja a nemzetközi piacra lépésnek

- látogatóként ?

1. újdonságok, innovációk feltérképezése
2. általános piaci információszerzés
3. szakmai tapasztalatcsere
4. üzleti kapcsolatok ápolása
5. termékinformáció szerzés
6. szemléletmód formálása  
(Ifo Institut)

- beszállítói partnerkeresés
- beszerzési lehetőségek bővítése
- vásárlás, beruházás előkészítése
- kiállítók (konkurencia)feltérképezése, regisztrálása
- költséghatékony
- (Interpress)

# 855 éve garantált a piaci & vásári siker!



A vásárváros  
születése

Az évenkénti  
piacból áru piac  
lesz

Átalakuló  
vásárok

Vásárok  
mint hibrid  
platformok

1165 körül  
**MESSE 1.0**

középkor  
**MESSE 2.0**

1895  
**MESSE 3.0**

2020-tól  
**MESSE 4.0**



# A vásárterület



- 111.300 m<sup>2</sup> fedett terület
- 5 csarnok, egyenként 20.500 m<sup>2</sup>
- Glashalle: 19.000 m<sup>2</sup>, 4.500 fő befogadására alkalmas
- Congress Center Leipzig (CCL): 23 terem
- Szabadterület: 70.000 m<sup>2</sup>
- Parkolás: 12.490 látogató, 2.029 kiállító, 660 tehergépjármű

# Szakkiállítások - Lipcsében:

Mobilitás,  
Gépipar

Egészségügy

Építőipar,  
Energia,  
Környezetvédelem

Könyv,  
Oktatás,  
Média

Lifestyle,  
Közétkeztetés

Szabadidő,  
Lakáskultúra,  
Sport



# Szakkiállítások - más helyszínen (exportált kiállítások)

Mobilitás,  
Gépipar



Kozmetika,  
Egészségügy



Építőipar,  
Energia,  
Környezetvédelem







## Overview of the Trade Fair Grounds

<b>L-Bank Forum (Hall 1)</b>	26,800 m <sup>2</sup>
<b>Cerazit Halle (Hall 3)</b>	10,500 m <sup>2</sup>
<b>Mahle Halle (Hall 4)</b>	10,500 m <sup>2</sup>
<b>Hall 5</b>	10,500 m <sup>2</sup>
<b>Oskar Lapp Halle (Hall 6)</b>	10,500 m <sup>2</sup>
<b>Hall 7</b>	10,500 m <sup>2</sup>
<b>Alfred Kärcher Halle (Hall 8)</b>	10,500 m <sup>2</sup>
<b>Hall 9</b>	10,500 m <sup>2</sup>
<b>Paul Horn Halle (Hall 10)</b>	14,600 m <sup>2</sup>

### ICS International Congresscenter Stuttgart

- 33 adaptable rooms from 11 to 392 m<sup>2</sup>
- Congress hall C1 2,669 m<sup>2</sup>
- Multipurpose hall C2 4,933 m<sup>2</sup>

<b>Entrance East</b>	<b>15,000 m<sup>2</sup></b>
• Atrium	1,015 m <sup>2</sup>
• VIP-Lounge	421 m <sup>2</sup>
• Press center	399 m <sup>2</sup>

<b>Entrance West</b>	<b>1,440 m<sup>2</sup></b>
----------------------	----------------------------

<b>Conference West</b>	
• 4 adaptable conference rooms	627 m <sup>2</sup>

<b>Messepiazza</b>	<b>9,250 m<sup>2</sup></b>
<b>Outdoor area</b>	<b>35,756 m<sup>2</sup></b>







Key to Markets

Messe Stuttgart

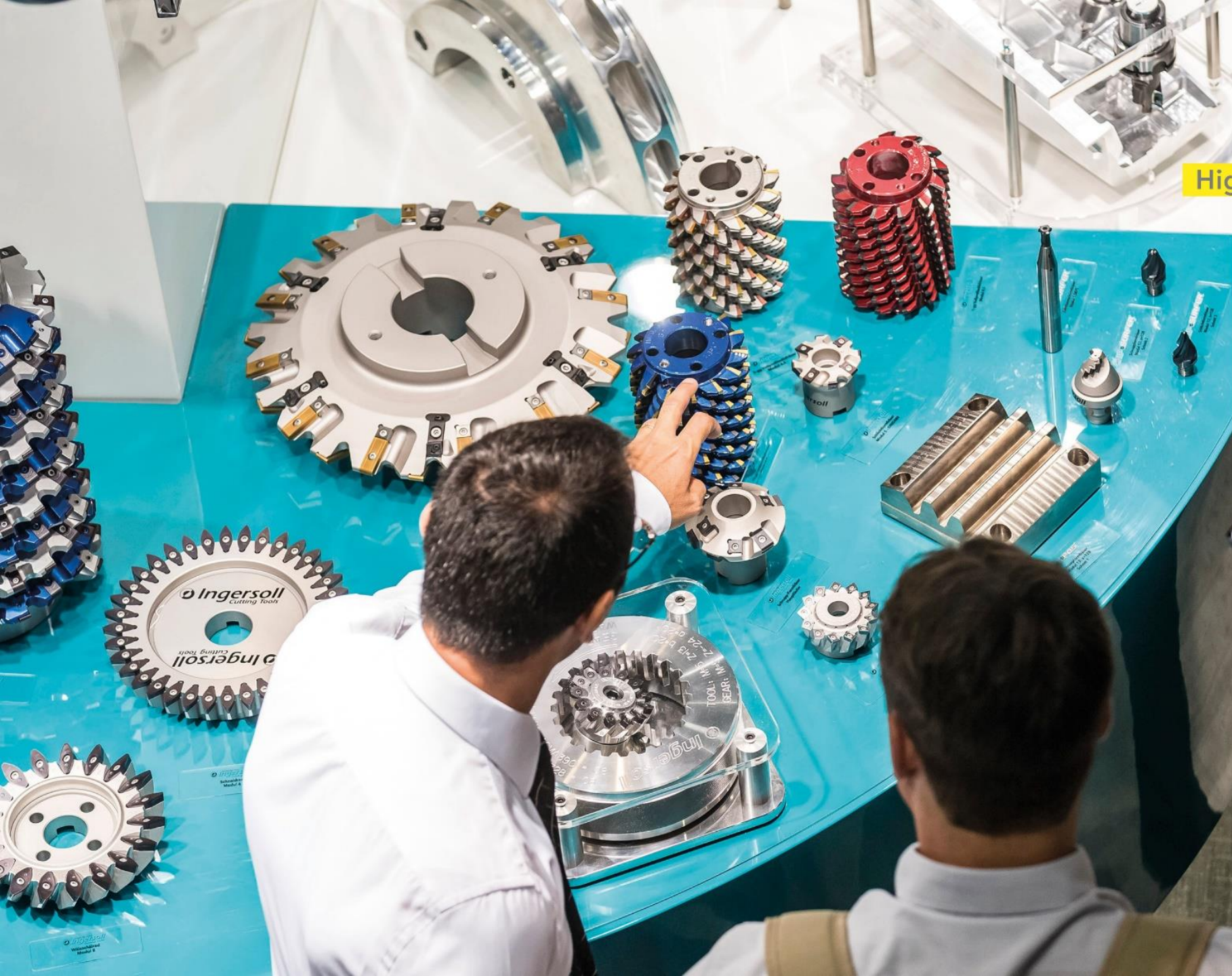


## Highlights of public exhibitions



Welcome to Messe Stuttgart





Key to Markets

Messe Stuttgart



## Highlights of Trade Shows



Welcome to Messe Stuttgart





Key to Markets

Messe Stuttgart



## Highlights of Guest Events

**Blechexpo**



THE **BAT**TERY SHOW  
EUROPE

**UNITI expo**



**FASTENER FAIR  
STUTTGART**



**Control**



**LogiMAT**



**parts2  
clean**



**Bondexpo Motek**



**ARCHITECT  
@WORK**



**DACH+HOLZ  
International**



Welcome to Messe Stuttgart

TALÁLKOZZUNK EGY KIÁLLÍTÁSUNKON !

**Interpress**  
KIÁLLÍTÁSOK KFT.



**Interpress**  
T R A V E L

Seifert Ibolya / +36 30 932 1657 / seifert@interpress.hu  
[www.interpress.hu](http://www.interpress.hu)