

КРАТЪК ИСТОРИЧЕСКИ ПРЕГЛЕД НА ТЪРГОВСКИЯ ПАНАИР ВЪВ ФРАНКФУРТ

Ивелин РАХНЕВ

главен редактор

e-mail: tok.chair@fnts.bg

A BRIEF HISTORICAL REVIEW OF THE FRANKFURT TRADE FAIR

Ivelin RAHNEV

editor in chief

e-mail: tok.chair@fnts.bg

ABSTRACT

Messe Frankfurt (literally "Frankfurt Trade Fair") is the world's largest trade fair, congress and event organiser with its own exhibition grounds. The organisation has 2,500 employees at some 30 locations, generating annual sales of around €661 million. Its services include renting exhibition grounds, trade fair construction and marketing, personnel and food services. Headquartered in Frankfurt am Main, the company is owned by the City of Frankfurt and the State of Hesse. Frankfurt has been known for its trade fairs for over 800 years. In the Middle Ages, merchants and businessmen met at the "Römer", a medieval building in the heart of the city that served as a market place; from 1909 onwards, they met on the grounds of the Festhalle Frankfurt, to the north of Frankfurt Central Station. The first Frankfurt trade fair to be documented in writing dates back to 11 July 1240, when the Frankfurt Autumn Trade Fair was called into being by Emperor Frederick II, who decreed that merchants travelling to the fair were under his protection. Some ninety years later, on 25 April 1330, the Frankfurt Spring Fair also received its privilege from Emperor Louis IV. Moreover, from this time onwards, trade fairs were held in Frankfurt twice a year, in spring and autumn, forming the basic structure for Messe Frankfurt's modern consumer goods fairs.

Въведение

Франкфурт е известен с търговските си панаири от около 800 години. През Средновековието търговците и манифактуристите се срещали в средновековната сграда "Römer" в сърцето на града, която служила на пазара; от 1909 г. насам те се срещат във Festhalle.

Първият търговски панаир във Франкфурт е споменат още от 11 юли 1240 година. Есенният панаир във Франкфурт е създаден от император Фридрих II. Около 90 години по-късно Франкфуртският пролетен панаир също получава привилегия от император Луи IV.

От онзи момент насам търговските панаири се провеждат във Франкфурт два пъти годишно, поставяйки основите на съвременните секторни платформи на Messe Frankfurt.

Историческо развитие

XIV век е разцветът на търговските панаири във Франкфурт през Средновековието, когато те са били разглеждани като "пазар на Германия". Около 40 000 души са пристигали на търговските панаири на града, като броят им надхвърля общото население на "Франкофуртия" "Francofurtia" по това време.

Географското положение на града върху кръстопътя на Европа му дава безценно предимство от много ранни времена. Още през Средновековието местоположението му на най-важния европейски търговски път - от Париж през Франкфурт и от Лайпциг до Нижни-Новгород - означава, че средновековният имперски град е добре разположен в международните търговски пътища, които след векове ще намерят своя съвременен еквивалент в инфраструктурата с висока производителност.



Днес Франкфурт е един от най-важните центрове в света за автомобилен, железопътен и въздушен транспорт, както и за пренос на данни. С появата на епохата "Gründerzeit" в края на 19-ти век, производството и търговията започнаха да търсят търговския панаир на Франкфурт. Основна причина за това е новият вид изложение на промишлени технологии. Първите световни изложения в Лондон (1851) и Париж (1855) предвещават началото на този нов вид национално изложение и търговско представяне на стоки и услуги.

Франкфурт също взема участие в този ускорено развитие: промишлени изложби, готварски изложби, селскостопански изложби и първите автомобилни изложби - да не говорим за изключително важната Международна електротехническа изложба от 1891 г. - всичко това се случи и срещна огромен обществен отзвук. Тези изложения - в съчетание с модерната концепция за представителна извадка - могат да се разглеждат като ранно въплъщение на специализирания панаир, иначе известен като

"Франкфуртския принцип". Дори в тези ранни прояви вече имало ясно разграничение между различните области и сектори, разделения, които биха станали централен фактор в последващото развитие на търговските панаири на Франкфурт.

Едно нещо беше много ясно след първите големи изложби: за такива гигантски изложби - да не говорим за нарастващия брой на мащабни културни събития като Deutsches Sängerfest (Германски песен) или Deutsches Turnfest (Германски фестивал на гимнастиката) - градът спешно се нуждаеше от повече и по-големи сгради. Изходът от тази реализация е добре известен, изграждането на Фестхале, което бележи създаването на една от най-големите изложбени зали в Европа. Тя е крайъгълният камък на Ausstellungs- und Festhallen-Gesellschaft mbH, компанията, основана през 1907 г., която сега е известна като Messe Frankfurt GmbH.

Ново начало и "Франкфуртски принцип"

Когато кметът Колб обявява на 25 август 1946 г., че Франкфурт отново ще бъде "търговски панаир", това е така, защото смята, че възстановяването на търговския панаир ще изпрати положителен сигнал и ще помогне за възстановяването на целия град. Търговският панаир във Франкфурт, който се проведе от 3 до 8 октомври 1948 г., продължи традицията на международните панаири във Франкфурт, проведени между 1919 и 1929 г., като домакин на 1771 пионерски изложители, от които 46 бяха извън Германия. Общо 32 различни индустрии представят своите стоки - от текстил до машини за храни, напитки и тютюн, на площ от над 60 000 квадратни метра изложбени парцели във временни леки конструкции, палатки или просто на открито. Повече от 300 000 посетители са имали възможност да получат цялостен поглед върху пълната гама продукти, предлагани в трите западни зони на трудова заетост. Икономическото и психологическото въздействие на първото есенно търговско изложение е било огромно, както по отношение на поощряването на външната търговия, така и за възстановяването и разширяването на изложбените площи.



Друг начин, по който Международният панаир във Франкфурт помогна за оформянето на съвременния Messe Frankfurt, бил, че нарастващото разнообразие на предлаганите изделия скоро създаде тенденция към по-голяма специализация на търговски панаири. Тенденцията е започнала през 1959 г. от Interstoff, търговски панаир за облекло, с първия ISH (санитария и отопление), последван от него през 1960 година.

През 1971 г. Интериорният и битов текстил получават собствен търговски панаир, Heimtextil, а отмяната на IAA през същата година доведе до развитието на Automechanika за автомобилни цехове и доставчици в рамките на няколко кратки седмици.

Musikmesse стартира през 1980 г. и Международният пролетен панаир е реорганизиран в независимите търговски панаири Premiere и Ambiente през 1990 година.



През 1996 г. Premiere е разделен на Paperworld, Beautyworld и Christmasworld, докато есенният панаир е прекръстен на Тенденцията.

През 2011 г. Creativeworld получи своя собствена марка за събития и разширена търговска концепция и сега се провежда редовно заедно с Paperworld и Christmasworld.

Това е процес, който продължава и днес.

Високопроизводителен център за глобален маркетинг

Търговските панаири във Франкфурт продължават да се развиват и към съществуващите изложения се добавят нови. В същото време, гамата от услуги, предлагани от Messe Frankfurt, непрекъснато се разширява чрез цифровите съоръжения, осигурявайки съществена добавена стойност за клиентите. Оживеният пазар за стоки от средновековния свят се пре-

връща в център с високи показатели за глобална търговия.

Водещите световни панаири за потребителски стоки, текстил, автомобилна технология, архитектура и технологии намират своя дом във Франкфурт на Майн.

Messe Frankfurt изнася успешни марки като Ambiente, Heimtextil, Automechanika, Light + Building и ISH по целия свят, създавайки глобален маркетингов инструмент със същите високи стандарти за качество по-специално за МСП.



Днес Messe Frankfurt е "нервният център" на града, термин, който се отнася до положителното му социално-икономическо въздействие. Търговските панаири винаги пораждат допълнителни приходи за Франкфурт и околния регион - било то за хотели или ресторанти, фирми за строителство на щандове или таксите. Това означава, че Messe Frankfurt пряко допринася за запазване на работните места в региона Рейн-Майн. Това е видно от настоящото проучване на положителното социално-икономическо въздействие, проведено от независимия институт Ifo за икономически изследвания в Мюнхенския университет. Messe Frankfurt генерира покупателна способност от 3,6 милиарда евро извън изложбените площи на компанията. Неговият търговски панаир е отговорен за около 18 500 работни места във Франкфурт и общо около 33 260 работни места в Германия като цяло. Това прави компанията двигател на трудовия пазар за Франкфурт, Хесен и цялата Федерална република Германия.

Messe Frankfurt: хронология на богатата история

Вече 775 години, Messe Frankfurt се доказва твърдо с международния си успех и нарастващото портфолио от 132 (и повече) търговски панаири в над 40 локации на пет континента, 29 дъщерни дружества и около 2300 служители. Но как точно са стигнали до тази точка? И къде започна всичко? Нека да разгледаме някои от важните години в историята на Messe Frankfurt.

1150 - Провежда се първият документиран търговски панаир във Франкфурт.

1240 - Първият високо официален есенен търговски панаир във Франкфурт е одобрен и узаконен в писмо от император Фридрих II на 11 юли.

1330 - Франкфуртският пролетен панаир получава привилегията си от император Луи IV на 25 април. След това търговските панаири се провеждат два пъти годишно - пролет и есен.

1851 и 1855 г. - Първите световни изложби в Лондон и Париж започват съответно започването на новия вид изложение за промишлени технологии.

1907 - Изграждането на Festhalle бележи създаването на една от най-големите изложбени зали в Европа. Това е крайгълният камък на Ausstellungs- und Messegesellschaft mbH, компанията, основана в момента, известна като Messe Frankfurt GmbH.

1919 - Панаир на вноса, открит на 1 октомври, след края на Първата световна война. Със своите над 3000 изложители на обща изложбена площ от 16 500 квадратни метра, събитието представлява също така и търговски успех.

1920 г. - Принципът "Франкфурт" бе първото системно приложение на пролетния панаир във Франкфурт и стана важна основа за успеха на международните панаири във Франкфурт. Дружеството също е преименувано на Messeund-Ausstellungs-Gesellschaft mbH.

1945 г. - 95% от изложбените площи са унищожени.

1946 г. - На 25 август кметът Колб обявява, че "Франкфурт отново ще бъде търговски панаир". Смята се, че реконструкцията на търговския панаир ще подпомогне възраждането на целия град.

1948 г. - Търговският панаир във Франкфурт, проведен от 3-8 октомври, се провежда по традицията на международните панаири във Франкфурт от 1919 до 1929 г. и 1771 изложители (46 от чужбина), изиграват ролята на пионери на първото събитие.

1959 - Премиерата на Interstoff, търговски панаир за облекло, прави първия ISH през 1960 година.



1971 - Интериорният и битовият текстил получават собствена търговска изложба с Heimtextil, а отмяната на IAA през същата година довежда за няколко седмици до развитие на Automechanika за автомобилни работилници и доставчици.

1980 - старта Musikmesse

Старт на международното развитие

1987 - Компанията провежда първия си търговски панаир извън Германия, Interstoff Asia, в Хонг Конг.

1990 - В Токио е създадено първото чуждестранно дъщерно дружество на компанията.

1990 - Международният пролетен панаир е реорганизиран в търговските панаири Premiere и Ambiente.

1991 - Messe Frankfurt Северна Америка е създаден със седалище в Атланта, Джорджия.

1998 - Messe Frankfurt Северна Америка се премества в новия си дом в Парквуд. Открита е Първата изложба за отпадъци и рециклиране в Канада.

2000 - Първият Techtextil Северна Америка.

2006 - Първи Texworld САЩ.

2010 - Първият Apparelsourcing USA, Първо изложение за доставчици на домашен текстил

2012 - Първото изложение Texprocess Americas.

2013 - Денис Смит се присъединява към Messe Frankfurt Северна Америка като нов президент

2015 - Първа Аутомеханика в Чикаго

2016 - Първа ИНА ПААС Automechanika в Mexico City, Texworld USA празнува своята 10-та годишнина.

История на Messe Frankfurt на театралната сцена

На фестивала от 28 до 30 септември 2018, отбелязващ официалното откриване на реконструирания Altstadt в стария град на Франкфурт - Messe Frankfurt допринася за постановки под формата на нова театрална постановка, която се изпълнява от независимата театрална труппа "Dramatische Bühne". В забавната продукция Йохан Волфганг фон Гьоте води публиката през 800-годишната история на града и търговския панаир. Пиесата "История на търговския панаир във Франкфурт - един забавен поглед назад в над 800 години" е написана от Торстен Моравец, ръководител на "Dramatische Bühne", за да може ансамбълът да участва в кметството "Römer" като част от фестивала през септември 2018. В приятно анекдотичен стил, пиесата проследява историята на Messe Frankfurt от търговски панаир с имперски привилегии до сегашния ѝ статут на водеща международна търговска панаирна група. "С тази пиеса Messe Frankfurt не само допринася за празненствата в Altstadt, но и за културата във Франкфурт и региона като цяло", казва Волфганг Мартин, президент и главен изпълнителен директор на Messe Frankfurt.

Пиесата трае 30 минути, а входът до единадесетте изпълнения е безплатен. Достъпът до

мазето на кметството минава през страничния вход на Schwanenhalle. Тази сутерен - и другите места в близост до кметството - са били първите търговски панаири във Франкфурт.

Така както още през Средновековието, така и сега търговци и манифактуристи от различни страни се събират два пъти годишно в кметството и околните улици. В началото на 17-ти век до една четвърт от тях идват извън Германия. Днес три четвърти от изложителите и около половината от посетителите идват от чужбина. Това генерира ценен бизнес за голямо разнообразие от промишлени сектори като хотели, ресторанти и други услуги - както в региона, така и в останалата част на Германия. Всяка година събитията в Messe Frankfurt създават 33 336 работни места в Германия и генерират огромна покупателна способност от 3,6 милиарда евро, половината от които могат да се отдадат на Франкфурт.

В заключение: основна информация за Messe Frankfurt

Messe Frankfurt е най-големият търговски панаир в света, организатор на конгреси и събития със собствени изложбени площи. С над 2400 служители на 30 места компанията генерира годишни продажби от около 669 милиона евро. Благодарение на широкообхватните си връзки със съответните сектори и своята международна мрежа за продажби, Групата се грижи ефективно за бизнес интересите на своите клиенти.



Цялостната гама от услуги - както на място, така и онлайн гарантира, че клиентите по света се радват на постоянно високо качество и гъвкавост при планирането, организирането и провеждането на техните събития. Широкият спектър от услуги включва отдаване под наем на изложбени площи, строителство на търговски панаири и маркетинг, персонал и услуги за хранене.

Със седалище във Франкфурт на Майн, компанията е собственост на град Франкфурт (60 процента) и на провинция Хесен (40 процента).

Ползвани литературни източници:

- [1] <https://www.messefrankfurt.com/frankfurt/en/company/history.html>
- [2] <https://blog.us.messefrankfurt.com/2016/06/30/messe-frankfurt-a-timeline-of-its-rich-history/>
- [3] <https://www.messefrankfurt.com/frankfurt/en/press/press-releases/2018/messe-frankfurt-theaterbuehne.html>
- [4] https://en.wikipedia.org/wiki/Messe_Frankfurt