



# MUCH BETTER THAN LAST EXHIBITION

## GEÇEN FUARDAN ÇOK DAHA İYİ



Gert-Jan van den Nieuwenhoff

**Gert-Jan van den Nieuwenhoff :** *“In general the crisis effect the whole world economy. It also has its influence on maritime exhibitions. Thinking on the long run makes the companies aware that they are afraid of spending too much money maybe, but it is important to have, for example instead of 100 square meters, to take 60 square meters.”*

**Gert-Jan van den Nieuwenhoff :** *“Kriz genel olarak tüm dünya ekonomisini olumsuz etkiledi. Aynı zamanda denizcilik fuarları üzerinde de olumsuz etkileri söz konusu. Uzun vadeli düşünülmesi belki şirketlerin çok fazla harcama yapmaktan korktuklarını fark etmelerine neden oluyor, ancak örneğin 100 metrekare yerine 60 metrekarelik bir stand kiralamak önemli.”*

**T**he 10<sup>th</sup> Exposhipping Europort Istanbul International Maritime Exhibition brings together international maritime sector in Istanbul Exhibition Centre between the dates of 25-28<sup>th</sup> March 2009.

Compared to the exhibition in 2007, an additional hall, Hall 11 is added to the exhibition

centre meaning that more participation is expected from the shipping sector worldwide. We talked with Mr. Gert-Jan van den Nieuwenhoff, General Manager Business to Business Events, upon the upcoming show.

**It is the second time of Europort Istanbul. Can we have some information on the previous one at first? Did it meet**

**I**0. Exposhipping Europort İstanbul Uluslararası Denizcilik Fuarı, 25-28 Mart 2009 tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde uluslararası denizcilik sektörünü bir araya getirecek. 2007 yılında düzenlenen fuarla karşılaştırıldığında, 11 numaralı yeni bir salon daha fuar merkezine eklendi. Bu, dünya çapında denizcilik sektöründen daha fazla katılım beklendiği anlamına geliyor. AHOY İşletmeler Arası (B2B) Etkinlikler Genel Müdürü Gert-Jan van den Nieuwenhoff ile Europort'u görüştük.

**Europort İstanbul fuarı ikinci kez düzenleniyor. Öncelikle birincisi hakkında biraz bilgi alabilir miyiz? Beklentilerinizi karşılamış mıydı? Bu yılki fuardan ne bekliyorsunuz?**

Dünyada önde gelen birkaç denizcilik fuarı bulunuyor ve Europort bunlardan biri. Uluslararası bir organizasyon olarak fuarı her zaman aynı ülkede düzenleyemiyorsunuz. Potansiyel ziyaretçilerin bulunduğu yerlere de gitmeniz gerekiyor. Bu da dünyada büyük fuarların nerelerde düzenlendiğine, gemi inşa faaliyetlerinin nerelerde gelişmiş olduğuna bakarak potansiyel alanların değerlendirilmesini gerektiriyor.

Birkaç yıl önce Çin ve Doğu Avrupa ile Ortadoğu ve Güney Amerika'da birkaç yer görmüştük. O an ilk adımı Doğu Avrupa ve Ortadoğu'da atarak bu bölgelerde markamızı geliştirecek ortaklar bulmaya karar verdik. Romanya, Türkiye ve Katar'ı ziyaret ettik. Yurtdışı organizasyonlarımızın ilkinin Romanya'da gerçekleştirdik. Bu daha çok bir ticaret heyeti şeklindeydi ve Romanya'ya 40'tan fazla katılımcı getirmemiştik. Türkiye'de çok daha fazla fırsat bu-



### **your expectations? What kind of expectations do you have from the upcoming exhibition?**

*There are some leading maritime shows in the world and Europort is one of them. By being a leading and international show, it is not always possible to run a show in the country of origin but also you need to go to the places where the potential visitors are. That means by looking after the globe where the major shows are organized, where the major manufacture of ships is done, you need to consider the potential areas.*

*We saw some spots a couple of years ago which were in China, Eastern Europe, Middle East and South America. That moment we decided to make a first step to the Eastern Europe- Middle East to find some partners to develop our brand name into those areas. We went to Romania, Turkey and Qatar. First of the shows was in Romania and it was only as a trade mission not more than 40 exhibitors were brought to Romania. We saw much more opportunity here in Turkey and 3 years ago I had a contact with NTSR and together with them we decided on existing show Exposhipping to extend and develop it much more in a quicker way than it was done in Turkey. Combined effort with the İMEAK Chamber of Shipping, NTSR and Europort we decided to combine Exposhipping with Europort so that it can be a successful organization in this area.*

*We started two and a half years ago and went up to the first show 5,500 square meters net with a lot of Turkish participants and a group of international exhibitors. After that we did an inquiry for international exhibitors. What we saw came true, they were very excited about the opportunities Turkish market offers them because there was a great number of ships built here. Also there was an enormous demand on special techniques like communication, navigation, propulsion etc. That kind of techniques come merely from Western Europe so we brought*

*İl du ğ un u  
g ö r d ü k ve 3  
y ı l ö n c e*

*NTSR ile temasta bulunduk. Birlikte mevcut fuar olan Exposhipping'in Türkiye'de daha önce yapılandan daha fazla ve daha hızlı bir şekilde genişletilip geliştirilmesine karar verdik. İMEAK Deniz Ticaret Odası, NTSR ve Europort'un ortak çabalarıyla bu bölgede başarılı bir organizasyon olmasını sağlamak için Exposhipping'i Europort ile birleştirme kararı aldık.*

*Çalışmalara 2.5 yıl önce başladık ve ilk fuarı net 5,500 metreka-  
relik bir alan üzerinde birçok Türk katılımcı ve bir grup uluslara-  
rası katılımcıyla gerçekleştirdik. Daha sonra uluslararası katılımcı-  
cılar arasında bir araştırma yaptık. Gördüğümüz şey gerçekleş-  
mişti; katılımcıların tümü Türkiye piyasasının sunduğu fırsatlar  
konusunda son derece heyecanlıydı, zira burada oldukça yüksek  
sayıda gemi inşa ediliyor. Ayrıca iletişim, seyir, tahrik sistemleri  
ve benzeri alanlarında özel tekniklere büyük talep söz konusuydu.  
Bu tür teknikler genelde sadece Batı Avrupa'dan geliyor. Bu yüz-  
den Türkiye'ye bu tip bir teknik getirdik. Fuara birçok ziyaretçi  
davet ettik ve oluşturulan kombinasyon çok başarılı oldu. Batı Av-  
rupalı katılımcılar doğru zamanda doğru yerde bulduklarını  
söylediler, bu şekilde ileriye yönelik olarak katılmaya devam etme-  
yi seçtiler. Uzun vadede bakarsanız, özellikle Tuzla'daki faaliyet-  
ler olmak üzere Türkiye'nin gemi inşa sektöründe çok güçlü bir  
oluşuma sahip olduğunu görürsünüz.*

### **Bu yılki fuara katılım nasıl?**

*Geçen yıla kıyasla çok daha iyi. Fuar 8,000 metrekareye ulaştı.  
Bu yıl Fransa, İngiltere, Danimarka, Kore ve Çin dahil yurt dışın-*





that kind of technique into Turkey- we invited various visitors to our show and that combination was very successful. Western European participants said that this was a right spot to be in this time so they chose to continue to participate for the future. If you look at the long run we see that Turkey; especially with the activities in Tuzla, is a very strong composition in shipbuilding industry.

#### **How is the participation for the upcoming one?**

Much better than last exhibition. We grow up to 8,000 square meters. We saw an increase; there are more participants from abroad, including France, UK, Denmark, Korea and China and this was not happening before. Due to the fact that the first edition was successful, we do the second edition.

#### **How has the financial crisis effected Europort?**

In general the crisis effect the whole world economy. It also has its influence on maritime exhibitions. Thinking on the long run makes the companies aware that they are afraid of spending too much money maybe, but it is important to have, for example instead of 100 square meters, to take 60 square meters. But to be aware of the importance of participation to it, will be good in the long run. There are no companies who said they wouldn't come anymore.

#### **Maybe it is also important to show that you are surviving...**

It is not surviving. It is growing and increasing. Due to the financial crisis, companies just look for the money they are going to spend. Actually there is no suffering but calculating.

The inhabitants are growing and people need to consume. That means the transport of the goods and at the end transportation means there is need for ships. Demand on ships and vessels-inland shipping is inevitable. In the long run, I see a healthy maritime economy here in this area.

#### **What kind of other exhibitions does AHoy do?**

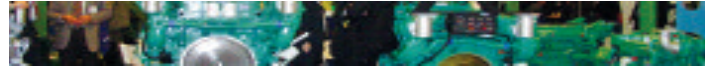
Ahoy is an organization based in Rotterdam which has one of the world's largest ports. That means there is a lot of heavy industry-that means our exhibitions which are very successful merely comes from heavy industry. We are working in some more areas like infrastructure, agricultural activities, petro-chemical, construction, maintenance, recreation, leisure and entertainment.

We are very glad to work with Turkish partner here in Istanbul. The economy is surprising in richness. We see very willing atmosphere where people are very ambitious. I would like to bring more exhibitions to Turkey; and I am thinking of an agriculture exhibition soon. ☒



**Demand on ships and shipping is inevitable. In the long run, I see a healthy maritime economy here in this area.**

**Gemilere talep olması kaçınılmaz. Uzun vadede bu bölgede sağlıklı bir denizcilik ekonomisi olacağını görüyorum.**



dan gelen daha fazla katılımcı var. İlk fuarın başarılı olması nedeniyle ikincisini düzenliyoruz.

#### **Mali kriz Europort'u nasıl etkiledi?**

Kriz genel olarak tüm dünya ekonomisini olumsuz etkiledi. Aynı zamanda denizcilik fuarları üzerinde de olumsuz etkileri söz konusu. Uzun vadeli düşünülmesi belki şirketlerin çok fazla harcama yapmaktan korktuklarını fark etmelerine neden oluyor, ancak örneğin 100 metrekare yerine 60 metrekarelik bir stand kiralamak önemli. Katılımın öneminin kavranması halinde bu uzun vadede büyük fayda sağlayacaktır. Artık gelmeyeceğini söyleyen hiçbir şirket yok.

#### **Belki de krizde ayakta kaldığınızı göstermek için de önemli...**

Bu ayakta kalma değildir. Daha ziyade büyüme ve gelişmedir. Mali kriz nedeniyle şirketler yalnızca harcamalarını paraya bakıyor. Aslında sıkıntı yok, hesap kaygısı var.

Nüfus artıyor ve insanlar tüketme ihtiyacı duyuyor. Bu da malların taşınmasının gerekmesi anlamına gelir ve taşımacılık da gemilere ihtiyaç var demektir. Gemilere talep olması kaçınılmaz. Uzun vadede bu bölgede sağlıklı bir denizcilik ekonomisi olacağını görüyorum.

#### **AHOY başka ne tip fuarlar düzenliyor?**

AHOY, dünyanın en büyük limanlarından birinin bulunduğu Rotterdam merkezli bir kuruluştur. Bu da bölgede birçok ağır sanayi kuruluşunun bulunması anlamına gelir ve çok başarılı olan fuarlarımızın ağır sanayi kaynaklı olması demek. Altyapı, tarım, petrokimya, inşaat, bakım, eğlence, dinlenme sektörleri gibi diğer alanlar üzerinde de çalışıyoruz.

İstanbul'daki Türk ortağımızla çalışmaktan memnunuz. Ekonomi, zenginliği açısından son derece şaşırtıcı. İnsanların çok hırslı olduğu istekli bir atmosfer görüyoruz. Türkiye'ye daha fazla fuar getirmek istiyorum ve yakın bir zamanda tarım ağırlıklı bir fuar düzenliyorum. ☒