

Möbelmeile

Neue Kampagne schärft den B2B-Fokus der Möbelmeile

Donnerstag, 07.07.2022

Die Möbelmeile schärft ihr Profil mit einer neuen Werbekampagne für die Messesaison 2022. Die aus 13 renommierten Einrichtungsmarken bestehende Marketinggemeinschaft hat die Pandemie genutzt, um sowohl über das Messewesen an sich als auch über den Kern der Möbelmeile nachzudenken und hat daraus Schlüsse für die künftige Strategie gezogen. Ziel ist es, auch über den Messezeitraum hinaus auszustrahlen, was die Unternehmen der Möbelmeile auszeichnet, um bestehende und neue Zielgruppen für den Besuch der Showrooms zu begeistern – und das nicht nur an den Messetagen, denn für Schulungen, Besprechungen und Besuche sind die Ausstellungszentren das ganze Jahr geöffnet.

„Bei der Möbelmeile handelt sich um einen einzigartigen Messeverbund in Europa. Von großen Volumenlieferanten wie der 3C-Gruppe bis zum Hochwert-Bereich wie Sudbrock können die Unternehmen als Gemeinschaft ganz unterschiedliche Bedürfnisse der Einkäufer aus dem Einrichtungssegment decken. Wir wollen kontinuierlich Impulse aussenden, um zu zeigen, dass die Möbelmeile eine offene Branchen-Plattform ist. Dafür haben wir einen Dreiklang gefunden, der ausdrückt, wofür die Möbelmeile steht: Mensch – Business – Tradition“, erklärt Möbelmeile-Geschäftsführer Michael Laukötter.

Die Menschen. Familiär – unternehmerisch – echt: Sie stehen für ein über die Jahre gewachsenes Vertrauen zwischen den Entscheidern des Handels und den Unternehmern und Unternehmerinnen der Möbelmeile.

Das Business. Wegweisend – ideenreich – wertschöpfend: Die Möbelmeile ist eine klare Business-Veranstaltung. Die 13 Unternehmen gehören zu den besten Industriebetrieben Deutschlands im Einrichtungssegment mit marktreifen Lösungen in Bezug auf das Sortiment und die Vermarktung.

Die Tradition. Gewachsen – gestanden – nachhaltig: Die Möbelmeile ist in Ostwestfalen verwurzelt und bildet ein Kompetenz-Cluster mit viel Erfahrung und Expertise – und mit einem gemeinsamen Anspruch an Qualität und Zuverlässigkeit. In diesem Jahr feiern mit Sudbrock und Thielemeyer zudem gleich zwei Unternehmen ihre hundertjährigen Jubiläen.

Mit den vielseitigen Themen und Ansätzen, die in dem Dreiklang aus „Mensch – Business – Tradition“ stecken, sollen auch Erstbesucher und Wiederkehrer aktiviert werden, um neue Vertriebswege über die traditionellen Branchenstrukturen hinaus zu erschließen: „Wir möchten die Türen der Möbelmeile für alle öffnen, die in dieser wunderbaren Branche arbeiten, Ideen entwickeln und Geschäfte betreiben. Designer, Agenturen, Inneneinrichter, Planer, Bauherren, Hoteliers, Blogger, Influencer, Journalisten, Concept Stores, Office-Betreiber und viele weitere Besucherinnen und Besucher sind herzlich willkommen, die Möbelmeile zu entdecken“, sagt Laukötter.

Neue Kampagne schärft den B2B-Fokus der Möbelmeile

Links

- [Unter folgendem Link kann der Messe-Guide postalisch bestellt werden](#)
- [Die Möbelmeile ist auch auf dem Business-Portal LinkedIn mit einem Account vertreten.](#)