

M.O.W. 2016: Frequenzbringer für JuWo, Mitnahme, SB

Dienstag, 26.07.2016

„Die Vertriebsformate JuWo, Mitnahme und SB sind quasi mit der M.O.W. groß geworden“, heißt es in einer Pressemeldung der Messe. In diesem Herbst geben demnach namhafte Aussteller vom Start-up bis zum Big-Player die Trends für die kommende Saison vor. Neben langjährigen, bekannten Partnern unterstrichen renommierte Rückkehrer und Neuaussteller die hohe Bedeutung der M.O.W. für dieses umsatzstarke Segment. Die M.O.W. lebe Möbel ebenso wie ihre Aussteller. Die Spezialisten für JuWo, Mitnahme und SB hätten eine ganz besondere Verbindung zu „ihrer“ Messe. Sie seien gemeinsam gewachsen, heute bilde das schnelllebige Segment einen wichtigen Schwerpunkt auf der Messe und im Markt. Eine Stärke, durch die sich die M.O.W. insbesondere als die Messe für die Mitte des Marktes und Europas Nummer 1 im Herbst auszeichne, so die Mitteilung weiter. Diese Bedeutung unterstreiche die große Zahl namhafter Neuaussteller und Rückkehrer wie Actona, ArteM, Hammel, Kilroy, LM Landmöbel, Ruco, Home Group, Cotta, Istikbal oder Skyport. Das Potenzial der Newcomer für JuWo, Mitnahme und SB werde auf der M.O.W. 2016 ergänzt durch langjährige Adressen wie Hela, MCA, Sit, New Look, Germania, FMD, Reality, Finori, Benformato, Domo, Steinpol, Verholt, Restyl, 3S Frankenmöbel, Sun Garden, Demeyere, Innovation, Wolf Möbel, Tenzo, HMW, Maja, Trendteam/Inter-Furn, Prima, Unico, Mäusbacher und Nowy Styl. Damit decke die M.O.W. vom 18. bis 22. September alle Sortimentsbereiche, alle Stile und alle Vertriebsformen ab und damit die gesamte Bandbreite des Möbelkonsums. Einkaufsverbände, Filialisten, SB/Discounter, JuWo-Häuser, Versender, Bau- und Heimwerkermärkte, Food- und Nonfood-Vermarkter sowie Onliner erwarteten in Bad Salzuflen zahlreiche Neuheiten, inspirierende Präsentationen, verkaufsstarke Konzepte, praktische Vermarktungshilfen, freundliche Gastlichkeit und gute Gespräche. „Ebenso wie ihre konventionellen Kollegen wissen die Einkäufer für Junges Wohnen, Mitnahme und SB auch den einzigartigen Service der M.O.W. zu schätzen, der ihnen kostenfrei Eintritt, Katalog, Parken sowie Essen und Trinken verschafft“, so die Mitteilung. Zudem kämen Besucher in den Genuss eines modernisierten Ambientes: Allein fast 9.000 qm Dauerausstellung seien komplett neu gestaltet.

[zum Seitenanfang](#)