M.O.W. 2019

Gute Bilanz der Jubiläumsveranstaltung

Montag, 23.09.2019

In Ostwestfalen gab diesmal gleich doppelten Anlass zur Freude, so die Messe Ostwestfalen in ihrer Bilanz: 50 Jahre Messezentrum Bad Salzuflen und 35 Jahre M.O.W. „Die Jubiläumsveranstaltung unterstrich einmal mehr die Wichtigkeit und Bedeutung der Messe für die Mitte des Marktes. Alle Vertriebsformen Europas, die sich mit dem Möbelkonsum beschäftigen, waren im Messezentrum Bad Salzuflen vor Ort, um sich verkaufsstarke Ware und frische Vermarktungsideen abzuholen“, so der Messeveranstalter in seiner Mitteilung weiter.

Innovation und Inspiration habe es im Messezentrum Bad Salzuflen jede Menge gegeben: Möbel für jedes Budget, Sofas mit Multifunktion, Schlafzimmer komplett, Diele, Küche und Bad, Speisen, Einzelmöbel, Appartement- und Singlelösungen, nachhaltiges Massivholz, kindgerechte Babyzimmer, professionelle Home Offices und Fachsortimente. „Die M.O.W. hat ihren Wesenskern einmal mehr bestätigt: Die Konzentration auf die Mitte des Marktes. Diese Alleinstellung beschert Europas größter Möbelfest im Herbst internationale Relevanz und Zugkraft“, unterstreicht der Veranstalter.

Nicht nur, dass sich mehr als 90 Prozent der Aussteller in Deutschland exklusiv nur auf der M.O.W. in Bad Salzuflen präsentieren, auch die Bandbreite des Angebots über alle Wohnbereiche zeigt sich auf der M.O.W. immer wieder äußerst umfangreich. 2019 war zudem das Präsentationsniveau außerordentlich hoch, die Messestände waren konzeptionell sowie thematisch durchdacht und oft perfekt ausdekoriert. Viele Flächengestaltungen ließen sich eins zu eins auf den stationären Handel übertragen. Der Aufwand der Industrie wurde laut Messe Ostwestfalen vom Handel belohnt – mit direkter Order und konkreten Aufgaben fürs Nachmessegeschäft. Die Stimmung in den Hallen wirkte gelöst, an allen fünf Messetagen wurde intensiv gearbeitet. Vielfach gelobt wurde von der Industrie auch die große Bandbreite der Kontakte, die hohe Besucher-Qualität und die neuen internationalen Besucheradressen. Wichtige Lieferanten nahmen den Erfolg dieser Messe zum Anlass, sich direkt den Standplatz für 2020 zu sichern. Kundenseitig fand die angenehme Atmosphäre, das breite Angebotsspektrum und das umfassende Servicepaket der M.O.W. besonderen Anklang ebenso wie die sehr gelungene Messeparty.

Stabiler Besuch aus 59 Nationen

Der Besuch sei im Vergleich zum Vorjahr stabil gewesen und mit fast 35% Auslandsanteil noch etwas internationaler ausgefallen. Registriert wurden Fachbesucher aus 59 Nationen. Wie auch in 2018 zählten demnach die Niederlande, Belgien, Österreich, Italien, Polen und Frankreich zu den stärksten Nationen. Ein hoher Besucher-Anstieg sei aus Russland und der Türkei zu verzeichnen gewesen. Erstmals seien auch Besucher aus Ecuador sowie aus diversen afrikanischen und arabischen Staaten begrüßt worden. Dienstag und Mittwoch waren die besucherstärksten Tage. In den Verhandlungen sei der Preis wie gewohnt „heiß“ geblieben, Konzepte hätten jedoch in diesem Jahr stark nachgezogen, gepaart mit wichtigen Themen wie Qualität, Liefertreue, Exklusivitäten und Digitalisierung.

Leichtes Plus mit 482 Ausstellern aus 37 Ländern

Freie Plätze aufgrund von Ausfällen auf Industrieseite habe die M.O.W. für neue Lieferanten und spannende Anbieter nutzen können, welche die Beschaffungslisten zukünftig bereichern könnten. Insgesamt präsentierten sich auf der M.O.W. 482 Aussteller aus 37 Ländern. Im Vergleich: 2018 zählte die M.O.W. 462 Aussteller aus 36 Nationen. Damit verzeichnete die M.O.W. im zweiten Jahr hintereinander einen leichten Aussteller-Zuwachs. 44% der aktuellen Aussteller stammten aus Deutschland, Der Internationalitätsgrad lag mit 56 Prozent damit auf einem konstanten Niveau (Vorjahr 58%).

Im Fokus der Aussteller, die die speziellen Anforderungen der Online-Vermarktung beherrschten, hätten die reinen Online Player aber auch die stationären Händler gestanden, die online zulegten. Zudem habe sich das Angebot der M.O.W. noch stärker auf den Bedarf der Anschluss Häuser und Spezialisten ausgerichtet. Verbände und Großkunden seien gewichtige Adressaten für Sortimente, Aktions- und Werbeware geblieben. „So wurde jeder auf der M.O.W. fündig, ob Einkaufsverband, Filialist, konventioneller Möbelhändler, Studio, SB/Discounter, Junges Wohnen-Haus, Versender, Bau- und Heimwerkermarkt, Food- und Nonfood-Vermarkter oder Onliner“, so die Messe.

Als die wichtigsten Trends hat der Veranstalter folgende Aspekte ausgemacht:

Möbel für jeden Geldbeutel, Flexibilität & Multifunktion, Eiche bleibe vorne, Nussbaum sei gefragt, Appenzeller Fichte, dunkle und exotische Hölzer als neue Optiken, Marmor sei zurück, Single- und Apartmentlösungen, Tiny House, recycelte Materialien, Nachhaltigkeit, heimische Hölzer, Neuinterpretationen fürs Landhaus, infrarot-durchlässige Medienmöbel, feminine Glamour-Akzente mit Messing und Kupfer, haptische Textilien, Blautöne, Bodenfreiheit für Polstermöbel, kleinere Sofas, wohnliche Dielen nach Maß, Badmöbel für den Hauswirtschaftsraum, Solitäre, Schlafzimmer komplett, optimierte Eckschränke, Glas und Lack in matt und glänzend, Betten in Luxushöhe, komfortable LED Bedientechnik, Flächenkonzepte für den stationären Handel sowie optimal verpackte Ware für E-Commerce und Versandhandel

Die nächste M.O.W. findet vom 20. bis 24. September 2020 statt.

Gute Bilanz der Jubiläumsveranstaltung