

M.O.W.

Erfolgreiche Zwischenbilanz

Dienstag, 21.09.2021

Die Veranstalter ziehen eine positive Zwischenbilanz zur M.O.W. 2021.

„Als eine der wenigen Messen hat die M.O.W. im letzten Jahr stattgefunden. Jetzt findet sie als eine der ersten Branchenveranstaltung nach den Lockdowns wieder real statt! Die M.O.W. setzt damit unterbrechungsfrei fort, was sie der Branche seit 37 Jahren bietet: die zentrale, absatz- und umsatzorientierte Plattform für den europäischen Möbelmarkt. Wir sind überzeugt, auch diesmal ein relaxtes Umfeld geschaffen zu haben, in dem nicht nur die neuen Möbel und Fachsortimente eine Bühne finden, sondern auch die Branche den Raum hat, die drängenden Fragen unserer Zeit entspannt zu erörtern. Über den Austausch, die Begegnung und den Kontakt mit Ihnen und der Branche freuen wir uns sehr“, erklärten Bernd Schäfermeier, Andreas Reibchen und Maximilian Richter auf der heutigen Pressekonferenz in Bad Salzuflen.

Das gesamte Team der Messe Ostwestfalen habe tolle Arbeit geleistet, um diese Veranstaltung zu ermöglichen. Um den Gesundheitsschutz vor Ort sicherzustellen, wurden große Anstrengungen unternommen und gemeinsam mit den Behörden ein umfangreiches Hygienekonzept erarbeitet. Besonders stolz und dankbar sind die Veranstalter für die Unterstützung aus der Industrie. Zudem konnten spannende Neuaussteller gewonnen werden, die die gesamte Angebotsbandbreite bereichern.

Über 400 Aussteller präsentieren auf der M.O.W. ihre Produkte und Konzepte für die Mitte des Marktes: Ware für Werbung und Aktion, aber auch fürs Sortiment, über alle Warengruppen und differenziert nach Vertriebsformaten. Viele Aussteller stellen besondere Innovationen und Neuheiten vor, die auf der M.O.W. begreifbar sind. Nachhaltiges ist dabei, viel Technik, ein bisschen Glamour, vermehrt Hochwertiges zum Trading-Up und etwas Extravaganz. Manche Firmen haben sogar komplette Sortimente neu im Programm.

„Der bisherige Verlauf zeigt: Messe ist wichtig fürs Geschäft. Sehen, treffen, sprechen – die persönliche Begegnung ist nicht zu ersetzen. Die M.O.W. 2021 ist besonders wichtig, weil bei uns in Bad Salzuflen alle Einrichtungsbereiche und alle Vertriebslinien on- und offline zusammentreffen. Die M.O.W. ist der Beschaffungsmarkt für die Mitte des Marktes: Einkäufer treffen hier auf ein serienreifes Angebot, gut verkäuflich und zielgruppenorientiert“, bilanzieren Bernd Schäfermeier, Andreas Reibchen und Maximilian Richter.

Jan Kurth merkte an, dass die Messe eine gute Blaupause für die nächsten Monate sei und zeige, dass Messe auch in diesen Zeiten funktioniert. Er verwies auch auf Probleme mit Rohstoffbeschaffung und Lieferzeiten, zudem gebe es Kapazitätsengpässe wegen fehlender Arbeitskräfte.

360-Grad-Plaza

In Zusammenarbeit mit Julia Greven, Markenberatung philla BrandXitement, und Dirk Schroeder, smart2digital, wurde die neue 360-Grad-Plaza entwickelt – ein stationär-digitales Hybridformat, das den Austausch mit Dienstleistern und Spezialisten aus der Absatz-, Waren- und Digitalwirtschaft fördert. Auf der Messe platziert sich das Forum in Halle 12, virtuell wirkt sie darüber hinaus 365 Tage im Jahr. Präsentiert werden innovative Tools für den digitalen Möbelvertrieb, Shopsysteme, E-Commerce,

Logistik- und Servicelösungen, ERP und Datenmanagement, Omnichannel-Marketing und Brand Management, Prozesssteuerung und Personalvermittlung. Die 360-Grad-Plaza ist laut Veranstalter ein wichtiger weiterer Schritt zum Mehrwert und Vorteil aller M.O.W. Teilnehmer.

Auch in den angestammten Warenbereichen ist die M.O.W. 2021 prominent besetzt: angefangen von Wohnen, Polster, Speisen, Schlafen, Küche, Bad, Diele, Büro, Baby, Kind und Jugend bis hin zu Klein- und Einzeilmöbeln sowie Fachsortimenten. Die gesamte Bandbreite ist vertreten, vom Big Player fürs Volumengeschäft über kleine Label bis zum Spezialisten für die Nische. Alle Aussteller präsentieren sich parallel zu ihrem Messestand auf der M.O.W. mit einem digitalen Auftritt auf der M.O.W. Website – in Wort, Bild und/oder Film, hinterlegt mit den persönlichen Ansprechpartnern und den relevanten Warengruppen. Die Einträge bleiben bis zur nächsten Messe online, so dass sich die Besucher jederzeit auf www.mow.de ein Bild über die Kompetenzen von Lieferanten machen können.

M.O.W. in Zahlen & Fakten

Nahezu die gesamte Fläche der 85.000 qm Ausstellung im Messezentrum Bad Salzuflen ist belegt. Alle 17 Hallen sind geöffnet. Die M.O.W. 2021 zählt genau 405 Aussteller aus 30 Nationen. Rund die Hälfte der Aussteller kommt aus Deutschland, gut die andere Hälfte kommt aus dem Ausland (Vergleich 2020: 159 Unternehmen aus Deutschland, 170 Unternehmen aus dem Ausland). Folgende Länder sind in diesem Jahr am stärksten vertreten: Polen, Niederlande, Dänemark, Italien und die Türkei. Wegen der anhaltenden Pandemie ist Europa in diesem Jahr zahlreicher präsent, Asien vergleichsweise wenig.

Dass das Messezentrum Bad Salzuflen in Corona-Zeiten eine vorteilhafte Kombination aus viel Fläche, einzelnen Hallenbereichen, diversen Ein- und Ausgängen und einem weitläufigen Außengelände bietet, habe sich bereits 2020 bewiesen und bewähre sich genauso 2021, so die Veranstalter .

Weitere Informationen: www.mow.de

Erfolgreiche Zwischenbilanz

Links

- [M.O.W.](http://www.mow.de)