

Pressekonferenz am 24. September 2024

Trends der M.O.W. 2024

## **Stärken stärken – spannender Mix aus Neuem und Bewährtem**

**Optimierung** ist derzeit das Leitmotiv von Industrie und Handel. Die Hersteller stärken ihre Stärken, **ergänzen Bestseller** und **vereinfachen den Verkauf** durch eine übersichtliche Auswahl an Typen und Optionen, die dennoch eine Vielzahl von Kombinationen zulassen. **Modulprogramme** sind ein großes Thema bei Polstermöbeln, Kastenmöbeln und Küchen. Module lassen sich nicht nur individuell in Farbe und/oder Material bestimmen, sondern sind als einzelne Einheiten auch einfacher zu handhaben, was Verpackung, ggf. Versand und Lieferung bis zum Endkunden betrifft.

### **Diversifikation für mehr Markt**

Darüber hinaus ist auf der M.O.W. 2024 ein deutlicher Trend zur Sortimentserweiterung erkennbar: Immer mehr Hersteller ergänzen ihr Angebot um weitere Warengruppen. So bieten einige Unternehmen aus dem Wohn- und Essbereich jetzt auch Polstermöbel und vor allem Schlafzimmer an. Die Übertragung erfolgreicher Produktlinien aus dem Wohnbereich auf Bad und Diele gehört vielfach bereits zum Portfolio. Damit offerieren die Lieferanten den Einkäufern ein noch breiteres Spektrum an Einrichtungsmöglichkeiten aus einer Hand. Außerdem sind Updates von Lizenzmarken sowie zukunftsweisende Kooperationen mit Lifestyle-Marken, Künstlern und Modedesignern zu beobachten.

### **Revival für Klarheit**

Der Wunsch der Verbraucher nach einem sicheren und behaglichen Zuhause ist ungebrochen. Es dient als Schutzschild gegen die Unwägbarkeiten der Außenwelt und bietet ein Refugium der Ruhe und Geborgenheit. Klare Linien, weiche Rundungen und organische Formen prägen die aktuellen Stilrichtungen, die mit Anklängen an Art Déco, japanischen Minimalismus und skandinavische Gemütlichkeit eine besondere Eleganz und Wärme ausstrahlen. Modernes Landhaus bleibt. Gold spricht spezielle Zielgruppen im Möbelkonsum an.

### **Farben und Muster: Harmonisch, aber nicht unbunt**

Die neuen Farbpaletten reichen von hellen Tönen wie **Cashmere** und dunklen Tönen, die Gegensätze darstellen, über sanftes Ziegelrot und Kupfer bis hin zu warmen, erdigen Tönen sowie Grün- und Blautönen. Entspannungsorte wie Schlafzimmer werden beruhigend und besonders

taktil gestaltet. **Ton-in-Ton** liegt im Trend. Daneben gibt es vor allem im Polstermöbelbereich einige farbliche Highlights wie ein kräftiges Kobaltblau oder ein leuchtendes Gelb. Auffallend sind die vielen stimmigen Präsentationen und Wohnbilder, bei denen Wand, Boden und Deko mit den ausgestellten Möbeln eine farblich perfekte Einheit bilden.

### **Dekore und Oberflächen: Warm und authentisch**

Reproduktionen werden immer perfekter und sind vom Original kaum noch zu unterscheiden. Spitzenreiter beim Holz bleibt die Eiche. War sie in den letzten Jahren gerne rustikal, zeigt sie sich jetzt im Dekor ausdrucksstark, aber zunehmend dezenter und eleganter. Gerillte, geschroppte, geklinkerte und dreidimensionale Akzente bleiben ebenso im Trend wie Glasfronten. Furnier wird als nachhaltige Alternative zu Massivholz angeboten.

### **Ergonomie und Multifunktionalität für Wohnen und Arbeiten**

Die Verschmelzung von Wohn- und Arbeitsbereichen ist ein anhaltender Trend. Ergonomische Möbel, die im Home Office und im Wohnbereich eingesetzt werden können, sind gefragt. Bequeme Stühle, höhenverstellbare Schreibtische und multifunktionale Möbel, die sich an unterschiedliche Nutzungen anpassen lassen, stehen im Mittelpunkt.

### **Logistik: E-Commerce beeinflusst Design**

Je nach Vertriebsweg des Möbels bestimmt die Frage, wie das Produkt zum Endkunden kommt, das Design. Zerlegbarkeit, Gewicht, Größe und Montagefreundlichkeit sind für den Versand- und Onlinehandel entscheidend und werden bereits bei der Produktentwicklung der Hersteller berücksichtigt. Auch im serviceorientierten Möbelhandel, der die Lieferung und Montage beim Endkunden übernimmt, kommt „Einfachheit“ gut an.

### **KI: Neue Chancen für die Möbelbranche**

Von der Produktentwicklung über das Möbeldesign bis hin zu Katalogen, Online-Shops und Wohnraumplanung – Künstliche Intelligenz bietet Potenziale für die gesamte Wertschöpfungskette der Möbelbranche. Sie ermöglicht realistische 3D-Produktvisualisierungen von Möbeln und Einrichtungsgegenständen, revolutioniert mit Computer Generated Imaging (CGI) das Marketing, indem es fotorealistische Bildwelten erzeugt, die von Fotos kaum zu unterscheiden sind und visualisiert mit Augmented Reality (AR) Einrichtungsgegenstände in digitalen Räumen, was das Einkaufserlebnis noch zielgerichteter und individueller macht.

### **Weitere Informationen: [www.mow.de](http://www.mow.de)**

Pressekontakt: Kaja Möller, Fon 040/36905290, Fax 040/36905291,  
[kaja.moeller@waw-gruppe.de](mailto:kaja.moeller@waw-gruppe.de). Oder direkt bei der Messe Ostwestfalen,  
Fon 05222/9250-31, Fax 9250-35, [www.mow.de](http://www.mow.de).