

Presseinformation 21. September 2018

M.O.W. 2018 vom 16. bis 20. September – Messebilanz

Überraschend anders!

Trotz schwieriger Branchen-Vorzeichen bilanziert die M.O.W. 2018 einen erfreulich erfolgreichen Messeverlauf. Im Messezentrum Bad Salzuflen herrschte positive Aufbruchsstimmung. Über 460 Aussteller aus 36 Nationen hatten die voll belegte 85.000 qm große Ausstellungsfläche mit verkaufsstarken Sortimenten, aber auch mit Mut zur Innovation bespielt. Bis zum Schluss wurde intensiv gearbeitet. Im Vergleich zum Vorjahr erhöhte sich der Besuch leicht, vor allem um internationale Gäste und Einzelkunden. Die Besucher-Qualität stieg erneut. Die Entscheider reisten aus über 60 Nationen an.

Applaus für die Galavorstellung der Industrie: Die Aussteller der M.O.W. 2018 legten in diesem Jahr einen bühnenreifen Auftritt hin, der die Lust des Verbrauchers auf allen Kanälen entfachen sollte – stationär wie online, optisch wie haptisch, preislich wie qualitativ. Für jeden Geschmack war etwas dabei, und auch derjenige, der das Besondere suchte, wurde auf dieser M.O.W. fündig. Mit diesem erfolgreichen Verlauf konnte die Messe erneut ihre Alleinstellung in Konzept, Termin und Ort unter Beweis stellen. Zahlreiche Anfragen und Zusagen für die Teilnahme 2019 bestätigen die Begehrlichkeit dieser Veranstaltung, die in Europa seinesgleichen sucht.

Was die Besucher anging, verzeichnete die M.O.W. 2018 ein leichtes Plus an registrierten Firmen. Seitens der Aussteller wurde der erhöhte Anteil ausländischer Besucher bestätigt, ebenso erfreulicherweise der gestiegene Anteil an Einzelkunden und Spezialisten. Die hohe Besucherqualität wurde ausdrücklich von vielen gelobt. Zu den stärksten Besucher-Nationen zählten die Niederlande, Belgien, Frankreich, Italien, Schweiz, Österreich und Polen.

Der gelungenen Gala der Industrie in den letzten Tagen ging einige Anspannung voraus: Die Möbelbranche hatte in den ersten Monaten des Jahres mit unerwünschten Nebenwirkungen zu kämpfen, die das Geschäft mit Möbeln erschwerten. Als Beispiele seien neben dem extremen Wetter unter anderem viele Feiertage im Mai/Juni genannt, die die Kunden aus den Möbelhäusern ferngehalten haben. Dazu kamen interne Herausforderungen wie die zunehmende Konzentration auf Handelsseite und Übernahmen sowie Insolvenzen auf Industrieseite. Aber die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft konnten auf dieser M.O.W. gestellt werden, allein schon deshalb war diese Messe für alle Beteiligten wichtig.

Die Aussteller der M.O.W. 2018 sind marktgerechte sortimentsorientierte Partner für den Handel mit entsprechenden Kompetenzen und Lieferfähigkeiten, die bis zum Endkunden denken. Neben bekannten Bigplayern und Stammausstellern, die sich überwiegend an Verbände, Großflächen und Online-Händler wenden, zeigten sich neue Firmen, verstärkt auch Nischenanbieter, mit denen Studios, Fachgeschäfte, einzelne Anschluss Häuser und Spezial-Online-Shops ihr Geschäft entwickeln können. Das heißt: die Bandbreite des Angebots der M.O.W. vergrößerte sich nochmals – vom Mengenanbieter bis zum Spezialisten!

Viele Aussteller überraschten mit Mut und Innovationskraft. Im Fokus standen dabei die Sortimentsbereiche Schlafen, Wohnen, Polster, Speisen, Diele sowie Massivholz, Bad, Büro und Baby/Kind/Jugend. Dazu kamen neue Sortimentsbausteine wie Wohn-Accessoires, Bilder, Teppiche, Leuchten und zerlegte/Single-Küchen. Darüber hinaus wurden die Kernkompetenzen Konventionelles Einrichten und Mitnahme/Junges Wohnen/SB gestärkt. Begleitend gab es exklusive Konzepte, verkaufsfördernde POS Vorschläge, gute Vermarktungsideen, unterstützende Marketingmaßnahmen und neue Markenkonzepete.

10 Prozent mehr Aussteller

Insgesamt zählte die M.O.W. 2018 462 Aussteller aus 36 Nationen. Zum Vergleich: 2017 kamen 416 Aussteller aus 35 Nationen. Dies entsprach einem Ausstellerzuwachs von 10% und einem Internationalitätsgrad von 58%, im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von 4%. 193 Unternehmen kamen aus Deutschland, 269 Firmen reisten aus dem Ausland an. Mit 11 Prozent führte Polen die Ausstellerstatistik an, gefolgt von den Niederlanden (6%), Bosnien und Herzegowina (5%) und Italien (4%). Frankreich und China teilten sich den Platz mit Dänemark (3%). Die Türkei reihte sich hinter Estland und Österreich ein, gefolgt von Belgien. Gebündelte Stärke zeigten Frankreich, Bosnien und Herzegowina sowie Kosovo, die mit Gemeinschaftsständen auftraten.

Die Trends in Kürze – Individualität für den Mainstream

Flexible Möbel für alle Einsatzfelder +++ individuell planbar und veränderbar nach Bedarf +++ Systemprogramme für höchstmögliche Individualität +++ Eiche führt bei den Hölzern +++ Grau gibt in vielen Facetten den Ton an +++ Lack matt +++ Beton und Metall (Optiken) für die Fronten +++ Massivholz +++ Altholz +++ Materialkombinationen +++ Schwarze Metallprofile und Griffe +++ Wohnen, Speisen, Schlafen und Baden im Industrie-Stil +++ Möbel auf Kufen oder schlanken Beinen +++ Retro-Anklänge in Nussbaum +++ Polstermöbel werden zierlicher und organischer +++ samtige Stoffe und griffige Qualitäten +++ überwiegend Unis +++ Grautöne dominieren auch bei Sofas und Sesseln +++ Grün- und Blautöne, Senfgelb und Brombeer als Farbtupfer +++ Relax- und Stauraum-Funktionen immer unsichtbarer integriert +++ Bequeme Sessel und Bänke für den Essplatz +++ Esstische mit Auszug +++ Stumme

Diener, Frisierspiegel und Tresore fürs Schlafzimmer +++ Supertiefe
Kleiderschränke +++ Boxspringbetten mit verstellbarem Becken-
Schulterbereich +++ Diele wird wohnlich und planbar im 5-cm-Raster +++
Wärme-Teppich +++ Lichtsteuerung via App und Alexa +++ Mehr
Wertigkeit in der Beschlagtechnik von SB bis konventionell +++ u.v.m.

Die M.O.W. zeigte Geschmacks-Vielfalt für die Mitte des Marktes!
Die Frage bleibt, wie der Handel diese vielfältigen Angebote umsetzt.
Schließlich sind nicht die Hersteller die handelnden Unternehmen, es sind
Europas Einkaufsverbände, Filialisten, Spezialisten, konventionelle
Möbelhändler, Studios, SB/Discounter, Junges Wohnen-Häuser,
Versender, Bau- und Heimwerkermärkte, Food- und Nonfood-Vermarkter
und Onliner. Aus diesem breiten Spektrum von Handelsunternehmen
besuchten über 5.000 Firmen die M.O.W. 2018.

Jetzt vormerken: M.O.W. 2019 vom 15. bis 19. September.

Weitere Informationen: www.mow.de

**Pressekontakt: Kaja Möller, Fon 05231/616629-0, Fax 616629-20,
kaja.moeller@waw-gruppe.de. Oder direkt bei der Messe Ostwestfalen,
Fon 05222/9250-31, Fax 9250-35, www.mow.de.**