

Presseinformation zur Pressekonferenz am 18. September 2018

Es gilt das gesprochene Wort

Applaus für diese Galavorstellung der Industrie!

Wir begrüßen Sie herzlich zur M.O.W. 2018.

Über 460 Aussteller aus 36 Nationen haben ihr gesamtes Können aufgefahren und die 85.000 qm Ausstellungsfläche im Messezentrum Bad Salzuflen in ein gigantisches Möbelland verwandelt, das Lust aufs Wohnen macht.

Tausende Möbel – Sofas & Sessel, Couchtische, Wohn-Kombinationen, TV Lösungen, Vitrinen, Tische, Stühle & Bänke, Betten, Schränke, Kommoden, Küchen, Bäder, Dielen, Büros, Baby-, Kind- & Jugendzimmer – all dies finden professionelle Möbeleinkäufer auf der M.O.W. Dazu jede Menge schmückende Accessoires und viele verkaufsfördernde Marketingideen sowie hilfreiche Platzierungsvorschläge. Die Industrie legt in diesem Jahr einen bühnenreifen Auftritt hin, der die Lust des Verbrauchers auf allen Kanälen anfacht: stationär wie online, optisch wie haptisch, preislich wie qualitativ. Für jeden Geschmack ist etwas dabei, und auch derjenige, der das Besondere sucht, wird auf dieser M.O.W. fündig.

Der gelungenen Gala in diesen Tagen ging einige Anspannung voraus: Die Möbelbranche hatte in den ersten acht Monaten des Jahres mit unerwünschten Nebenwirkungen zu kämpfen, die das Geschäft mit Möbeln erschwert haben. Als Beispiel sei neben dem extremen Wetter der Dieselskandal genannt – es wurden noch nie so viele Zulassungen auf einmal verzeichnet, das hat den Verbraucher Geld gekostet. Neben dem Jahrhundertssommer haben auch die vielen Feiertage im Mai/Juni die Kunden aus dem Möbelhäusern ferngehalten. Online konnten die Geschäfte nicht entsprechend kompensiert werden. Dazu kommt eine gewisse Markt-Sättigung. Es braucht nicht zwingend ein neues Sofa, und wenn etwas anderes mehr Sexappeal hat als Rabatt- und Rotstiftwerbung – eine Kreuzfahrt zum Beispiel – dann gibt der Kunde lieber dafür Geld aus. Da zeigt sich leider ein Imageproblem unserer Branche. Der Wunsch nach Möbeln besteht, wird aktuell aber nicht entsprechend emotional abgeholt.

Neue Impulse kann die Branche also gut gebrauchen. Dafür ist die M.O.W. da! Wir können den Markt zwar nicht verändern, wohl aber mit marktgerechten sortimentsorientierten Partnern mit entsprechenden Kompetenzen und Lieferfähigkeiten aufwarten, die bis zum Endkunden denken. In diesem Jahr präsentieren wir deshalb eine ganz neue

Ausstellerstruktur: Wir haben Verkäufe und Insolvenzen auf Industrieseite – wie CS Schmal oder Wössner – „verarbeitet“, um neue Unternehmen zu gewinnen. Neben bekannten Bigplayern und Stammasstellern, die sich überwiegend an Verbände, Großflächen und Online-Händler wenden, werden Sie neue Firmen finden, 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. vergrößert sich nochmals – vom Mengenanbieter bis zum Spezialisten!

Zu den Zahlen & Fakten:

Die 85.000 qm Ausstellungsflächen im Messezentrum Bad Salzuflen sind voll belegt. 2018 zählt die M.O.W. 462 Aussteller aus 36 Nationen. Zum Vergleich 2017 kamen 416 Aussteller aus 35 Nationen. Dies entspricht einem Ausstellerzuwachs von 10% und einem Internationalitätsgrad von 58%, im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von 4%. 193 Unternehmen kommen aus Deutschland, 269 Firmen reisen aus dem Ausland an. Mit 11 Prozent führt Polen die Ausstellerstatistik an, gefolgt von den Niederlanden (6%), Bosnien und Herzegowina (5%) und Italien (4%). Frankreich und China teilen sich den Platz mit Dänemark (3%). Die Türkei reiht sich hinter Estland und Österreich ein, gefolgt von Belgien. Was die Besucher angeht: Die finalen Zahlen werden nach Messeschluss verkündet.

Darauf haben wir uns in diesem Jahr inhaltlich konzentriert:

Wir haben das gesamte Thema Schlafen forciert – im Juli der stärkste Sortimentsbereich im Handel laut moebel.de. Darüber hinaus haben wir die Schwerpunktthemen Wohnen, Polster, Speisen, Diele sowie Massivholz, Bad, Büro und Baby/Kind/Jugend ausgebaut. Neue Sortimentsbausteine wie Wohn-Accessoires, Bilder, Teppiche, Leuchten und zerlegte/Single-Küchen aufgenommen und die Kernkompetenzen Konventionelles Einrichten und Mitnahme/Junges Wohnen/SB gestärkt. Dazu gibt es exklusive Konzepte, verkaufsfördernde POS Vorschläge, gute Vermarktungsideen, begleitende Marketingmaßnahmen und neue Markenkonzepte (wie Welle & Steiff oder Puris & Prinzessin von Hohenzollern). Außerdem freuen wir uns, dass wir in diesem Jahr große Gemeinschaftsstände aus Frankreich, Bosnien und Herzegowina sowie dem Kosovo zu Gast haben.

Wir zeigen Geschmacks-Vielfalt! Nicht umsonst ist die M.O.W. Sprachrohr für die Mitte des Marktes. Denn die Masse ist nicht nur Design und Premium. Mehr zu den **Trends zwischen Mainstream und Individuum** (siehe Trendbericht).

Die Frage bleibt, wie der Handel diese enorme Vielfalt 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. Und die aktuellen Marktveränderungen auf Handelsseite sind umfangreich und fast schon brutal. Die Verlagerung ins Online-Geschäft (ca. 14% der Möbelkäufer kaufen online.) Die Expansion via Zukauf von XXXLutz, die Fusion von VME und Union, der Zugang KHG Höffner, Krieger, Kraft und Finke... Die neuen Konstellationen werden die Handelslandschaft deutlich verändern.

Auch die aktuellen Entwicklungen auf Industrieseite wie die Übernahme von Sinkro und Steinpol durch Cotta oder der Kauf von Loddenkemper und Femira durch Wiemann sorgen für Gesprächsstoff.

Die Weichen für die Zukunft können auf dieser M.O.W. gestellt werden, allein schon deshalb ist diese Messe für alle Beteiligte wichtig. Bei der Industrie herrscht Aufbruchsstimmung; wie sich die Angebote im Handel umsetzen lassen, wird sich in den nächsten Monaten zeigen.

Neben Möbeln für den Mainstream steht der Austausch auf Augenhöhe im Fokus. Jeder Inhaber und Einkäufer, der in Sachen Möbel etwas bewegen will, hat noch bis Donnerstag die Chance zum M.O.W. Besuch! Das angenehme Umfeld im Messezentrum Bad Salzuflen macht das Arbeiten zum Genuss: freier Eintritt, frei Parken, kostenloser Katalog und Shuttle-Service zwischen den Hallen, gratis W-Lan sowie kostenfrei Essen und Trinken in den Messe-Restaurants – das nennen wir Service!

Den geselligen Austausch fördert die alljährliche Party am Messe-Dienstag, die 2018 unter dem Motto „Racing“ steht. Und zu der Sie heute Abend natürlich alle herzlich eingeladen sind!

Für **Fragen und Fotos** stehen wir gerne zur Verfügung.
Wir bedanken uns für Ihre Aufmerksamkeit und wünschen Ihnen einen guten Messerundgang!

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.**