

Pressekonferenz am 19. September 2023

Es gilt das gesprochene Wort

Herzlich Willkommen zur M.O.W. 2023

Gut, dass Sie da sind. Denn sonst würden Sie eine der spannendsten M.O.W. verpassen!

Alle Händlerinnen und Händler, die noch nicht den Weg ins Messezentrum Bad Salzuflen gefunden haben, laden wir ein: Kommen Sie und besuchen Sie die Messe. Es lohnt sich, für Ihr Geschäft!

Warum? Weil hier die Entscheidungen für das umsatzrelevante Volumengeschäft fallen, mit **Konzentration auf die konsumige Mitte**, mit vielen Sonderthemen, die spezielle Marktsegmente ansprechen und lukrative Vermarktungen ermöglichen, und mit klarer Marktorientierung. Dieses Konzept ist einzigartig in der Messelandschaft für Möbel.

Weil Sie hier **leistungsstarke Partner** für den Möbelkonsum treffen, die über die Größe, Kompetenz und Lieferfähigkeit verfügen, um die Mengennachfrage des Handels zuverlässig zu bedienen, und **Spezialisten** für das Exklusive und Besondere. Wir machen Messe für den Markt und für den Erfolg der Marktpartner. Bei der Auswahl der Aussteller setzen wir bewusst auf Europa – und damit auf **effiziente Beschaffung** und kurze Wege. Aber wir haben auch die wichtigen Big Player aus Asien dabei. Unsere Aussteller präsentieren sich zu 90 Prozent in Deutschland exklusiv auf der M.O.W..

Weil Sie hier das passende Angebot in der notwendigen Breite und Tiefe finden, um **alle Vertriebskanäle für Möbel**, stationär und online, optimal zu bedienen. Bei uns steht das Geschäft im Mittelpunkt. Das Fachstudio ebenso wie der Marktplatz, der stationäre Händler ebenso wie der Online-Shop, der Einkaufsverband ebenso wie der reine Internet-Player, der Baumarkt ebenso wie der Lebensmitteldiscounter. Unsere Besucher kommen aus allen Vertriebskanälen des Möbelhandels und international aus über 60 Nationen. Auf der M.O.W. wird jeder fündig, der Möbel verkauft.

Weil hier alle Warengruppen von Diele bis Bad vertreten sind und Sie hier am besten die **Produkte und Innovationen**, Trends und Veränderungen für Ihre Sortimente ableiten können – die Basis für Ihren Geschäftserfolg im kommenden Jahr. Hier ordern Sie auch Frequenzbringer und Werbeware, um den Umsatz kurzfristig und/oder gezielt mit Aktionen anzukurbeln.

Weil Sie hier **Präsentationskonzepte, Marketingpakete und Vermarktungsideen** kennen lernen, die Sie für Ihr eigenes Geschäft umsetzen können. Mit dem Ziel, die Frequenz im Geschäft, den Traffic im Online-Shop und damit Ihren Umsatz und Erfolg zu steigern.

Weil der September der richtige **Messetermin** ist. Im **Herbst** fallen die Entscheidungen für das kommende Jahr.

Weil **Ostwestfalen** zu dieser Zeit der Hotspot für Möbel ist. Neben der M.O.W., der Möbelmeile und der Küchenmeile präsentieren sich zeitgleich immer mehr Premiumanbieter, u.a. auf den Interior Days in Ostwestfalen. Dies unterstreicht die Bedeutung der Möbelregion und insbesondere der M.O.W. als zentrale Drehscheibe.

Weil Sie sich nirgendwo sonst so schnell einen **Marktüberblick und Orientierung** verschaffen, die Stimmung Ihrer Branche spüren, Erfahrungen teilen, Herausforderungen angehen und Kontakte knüpfen können wie auf einer reinen B2B-Messe. Auf der M.O.W. treffen sich hochkarätige Profis unter sich. Begegnung, **Kommunikation und Netzwerken** auf höchstem Niveau sind mindestens so wichtig wie die Ware.

Weil Sie hier auf der 360GradPlaza auch die passenden **Dienstleister** für Business Development und eCommerce finden. Die 17 Experten treten gebündelt mit maßgeschneiderten Lösungen für die Möbelbranche an.

Und weil wir persönlichen **Service** für Sie großschreiben, ist vom Eintritt bis zum Catering alles kostenlos.

Wir freuen uns sehr, dass wir der Möbelbranche mit der M.O.W. auch in diesem Jahr wieder die Plattform für die Mitte des Marktes bieten können, die sie braucht, um den Erfolg des nächsten Jahres vorzubereiten.

Maximilian Richter mit **Zahlen & Fakten**:

Die M.O.W. 2023 ist exzellent besetzt: Wir konnten einige namhafte Unternehmen als Neuaussteller gewinnen, zahlreiche Unternehmen zurückgewinnen und unsere Stammaussteller halten. Damit haben wir die Qualität des Angebots noch einmal gesteigert.

Insgesamt zählt die M.O.W. 2023 **524 Aussteller aus 40 Nationen**, die hier im Messezentrum Bad Salzuflen auf 85.000 qm ihre Produkte und Innovationen für den Möbelkonsum präsentieren. Zum Vergleich: Auf der M.O.W. 2022 stellten 510 Unternehmen aus 41 Nationen aus.

Der Internationalitätsgrad liegt in diesem Jahr bei 60 Prozent. Mit 70 Unternehmen führt Polen die internationale Ausstellerriege an.

Gefolgt von Dänemark mit 28 Vertretern, Frankreich und die Niederlande mit jeweils 25 Firmen, Italien mit 23 Unternehmen und die Türkei mit 20 Ausstellern. Die Franzosen präsentieren in diesem Jahr gemeinsam unter dem Label „my furniture is french“ ihr Einrichtungsverständnis von Handwerkskunst und Mut in der Halle 12. Auch die ukrainische Industrie ist mit einem Gemeinschaftsstand vertreten.

Mit dieser Bandbreite – vom trendigen Label bis zum internationalen Big Player für alle Warengruppen und vom Preiseinstieg bis zur gehobenen Mitte – ist die M.O.W. die einzige zentrale, absatz- und umsatzorientierte Plattform für den europäischen Möbelmarkt.

Neuheiten gibt es in allen Sortimentsbereichen, besonders umfangreich bei Polster, Schlafen und Massivholz. Die Aussteller zeigen ein facettenreiches Repertoire vom ausgefallenen Einzelstück bis zum konfigurierbaren Systemprogramm, von der versandfertigen Paketware bis zur raumgreifenden Wohnlandschaft, vom Kompletprogramm bis zum Accessoire. Nach dem Ende der Materialknappheit steht der Branche wieder Vielfalt für die Produktpflege zur Verfügung. Die Lieferzeiten haben sich weitgehend normalisiert. Die Preisentwicklung bleibt jedoch in Teilen angespannt. Lieferkettenverantwortung, Energiekosten, Digitalisierung, Logistik und E-Commerce beeinflussen die Produktentwicklung. Viele Innovationen sind von Nachhaltigkeitsaspekten getrieben.

Die Trends im Einzelnen im separaten Trendbericht.

Maximilian Richter:

Inwieweit der Handel diese Trends und Entwicklungen aufgreifen und umsetzen kann und wird, wird die nahe Zukunft zeigen. Die Kauflaune der Konsumentinnen und Konsumenten wurde zuletzt durch Inflation, Heizungsgesetz und steigende Energiekosten gedämpft. Damit ist die aktuelle Kaufzurückhaltung politisch bedingt. Ausgehend von den Umsatzzuwächsen der Möbelbranche während der Pandemie ist ein Nachfragerückgang natürlich schmerzlich. Nach dem Wegfall der Corona-Beschränkungen wurde, wenn überhaupt, vor allem der Sommerurlaub vorgezogen, andere größere Anschaffungen wurden verschoben. Für Herbst/Winter erhoffen wir uns eine Belebung der Konsumneigung zugunsten von Möbeln. Insbesondere zählen wir darauf, dass die Baukonjunktur wieder anspringt, so dass sich die Folgen des stockenden Neubaus weniger stark auf die Möbelbranche auswirken.

Bernd Schäfermeier:

Wir blicken optimistisch in die Zukunft. Wohnen ist wichtig, denn es erfüllt existenzielle menschliche Bedürfnisse wie Sicherheit, Beständigkeit, Vertrautheit, Geborgenheit, Individualität und Unabhängigkeit. Die eigenen

vier Wände als Rückzugs- und Arbeitsort und als Treffpunkt für Freunde und Familie sind ein wesentlicher Bestandteil unseres Daseins. Möbel verschönern, verändern und erleichtern unser Leben.

Ware allein reicht jedoch nicht aus, um den Konsum zu aktivieren. Es braucht das emotionale und inspirierende Produkterlebnis im stationären Handel, die persönliche Beratung vor Ort, das bequeme Online-Shopping mit allem, was zu einer glücklichen Customer Journey gehört.

Mehr dazu von Maximilian Richter:

Neben Möbeln rücken wir mit der **360GradPlaza** in Halle 12 spezialisierte Dienstleister für die Möbelbranche mit speziellen Lösungen für Vertrieb, Digitalisierung und Warenwirtschaft in den Mittelpunkt. Wir freuen uns, dass sich diese Plattform bereits im dritten Jahr als fester Bestandteil der M.O.W. etabliert hat. Hier wird zum Beispiel diskutiert, „wie man durchgängig digitale Prozesse auch in der Beschaffung ermöglicht“, es gibt Know-how zu „Digital-Commerce-Lösungen“, „B2B- und B2C-Abverkaufsförderung durch Shoppable Videos und Live-Shopping-Content“ bis hin zur Klärung der Frage, „wie man mit effizienter Logistik, kundenorientierten Lösungen und Reparaturkompetenz die Kundenzufriedenheit maximiert und kostenintensive Retouren vermeidet“.

In der Speakers Corner auf der 360GradPlaza können Sie sich heute noch bis 18 Uhr in kurzen, informativen Vorträgen über aktuelle Geschäftsentwicklungen und unterstützende Lösungen informieren.

Vielen Dank Max für diesen Einblick in die 360GradPlaza. Zur Möbelpräsentation auf der M.O.W. gab es bereits positive Rückmeldungen von Händlern, Verbänden und Einkäufern, die die Stimmigkeit und Qualität der Präsentation, den anspruchsvollen Standbau, das ganzheitliche Einrichtungserlebnis und die ansprechenden Wohnbilder lobten. Die M.O.W. ist die Inspirations- und Entscheidungsplattform für die Mitte des Marktes.

Machen Sie sich am besten selbst ein Bild davon.

Ihnen vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit! Wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen und wünschen Ihnen im Anschluss einen inspirierenden Messerundgang. Für Fragen und Fotos stehen wir gerne zur Verfügung.

Weitere Informationen: www.mow.de

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