



Rheda-Wiedenbrück, den 18. April 2024

Pressemitteilung

MÖBELMEILE FRÜHJAHR entwickelt Zugkraft für den Möbelhandel

Als kleinere Komplementärveranstaltung lockte die erstmalig organisierte MÖBELMEILE FRÜHJAHR mit akzentuierten Neuheiten, Lizenzthemen, Launch-Aktionen und Top-Seller-Präsentationen nach Ostwestfalen. Vor allem aber bot die entspannte Atmosphäre des Premierenevents gute Möglichkeiten, um intensive Gespräche über die Möbelvermarktung in den kommenden Monaten zu führen und der Konjunktur somit frische Impulse zu geben – und das gleich vierzehnfach!

Die enge Beziehung zwischen den 14 Partnern der MÖBELMEILE und dem deutschsprachigen Einrichtungshandel wurde durch die Premiere der MÖBELMEILE FRÜHJAHR weiter gefestigt. Insgesamt wurden in den neun Showrooms 150 Handelsunternehmen und Filialisten registriert, außerdem sechs Einkaufsverbände. Darüber hinaus zahlreich vor Ort: Pressevertreterinnen und -vertreter, Dienstleister und Zulieferer. Dafür gab es mindestens 14 gute Gründe.

Musterring trumpfte mit einem Marken-Refresh groß auf und legte im Wohnen und Schlafen noch einmal nach. Die 3C-Gruppe zeigte die Notwendigkeit auf, die Customer Journey auch digital immer weiter zu optimieren. Bei RMW erzählen „Comfort Close“ und „Deepline“ immer neue Einrichtungsgeschichten und Thielemeyer nutzte den Auftritt, um neue Verarbeitungslösungen und Holzarten zu testen. Loddenkemper und Femira zeigten ihre neuen Leonardo-Lizenzmodelle und bei Venjakob konnte sich der Handel davon überzeugen, welche Kollektionen seit dem Herbst erfolgreich angelaufen sind. Mobitec überzeugte mit den Erfolgsmodellen aus Köln. Bei Sudbrock nutzten viele die Gelegenheit, um die Kollektionen im Hinblick auf WK Wohnen abzustimmen und bei Lonsberg schlugen weitere Handelspartner auf, um den Hersteller von hochwertigen Matratzen kennenzulernen.

„Es ist ein sehr ordentliches Ergebnis für ein Premieren-Event und die Partner haben die Gelegenheit genutzt, um die Weichen für den Herbst zu stellen. Es war sehr positiv zu erleben, wie konstruktiv an vielen Stellen zusammengearbeitet wurde, um das richtige Finetuning im Sortiment und im Marketing zu erreichen“, beobachtet Michael Laukötter, MÖBELMEILE-Geschäftsführer.

Die MÖBELMEILE-Partner werden bei der nächsten Mitgliederversammlung ein gemeinsames Fazit ziehen und dann entscheiden, ob es auch 2025 eine Frühjahrsausgabe geben wird. Sicher ist, dass die Messelandschaft aktuell in Bewegung ist und die MÖBELMEILE mit diesem Auftritt ihre Position als Zentrum des deutschsprachigen Einrichtungs-Business untermauert hat.