



Rheda-Wiedenbrück, den 28. September 2026

Pressemitteilung

„Wir machen Mut und Möbel“: MÖBELMEILE begeistert Profis und Publikum

Einrichten kann so schön sein: kuschelige Entschleunigung, „Tokio Hotel“, alpines Schindel-Design, Küchen mit Wohncharakter, Bühnenstars mit viel Farbe, organische Schönheiten, Ton-in-Ton-Kombis, niederländische Klassiker, 80er-Jahre-Revivals, Goldene Schnitte - all das zeigten die 14 Marken entlang der MÖBELMEILE. Und noch vieles, vieles, vieles mehr.

Damit wurden die Partnerunternehmen dem diesjährigen Claim „Wir machen Mut und Möbel“ mehr als gerecht. 3C Candy, 3C Carina, 3C Candy Sleep, Musterring, WK Wohnen, set one by Musterring, Rietberger Möbelwerke, Sudbrock, Thielemeyer, Mobitec, Bert Plantagie, LaVida, Venjakob und Lonsberg zeigten während der Messetage, wie viel Vielfalt, Eigenständigkeit und Lust auf Neues in der Möbelbranche stecken.

Und das kam an: zunächst bei den Fachbesuchern während der Messewoche und zum Abschluss auch bei mehr als 3.000 Endverbrauchern, die am Sonntag beim Tag der offenen Tür die Showrooms besuchten. So entfaltete der Claim „Wir machen Mut und Möbel“ gleich in zwei Richtungen seine Wirkung - B2B und B2C.

Showrooms als Möglichkeitsräume

Die Qualität der Fachbesucher war exzellent: Die wichtigsten Entscheider, führenden Handelshäuser und alle Verbände waren auf der MÖBELMEILE und in der gesamten Region unterwegs. Wer die MÖBELMEILE und darüber hinaus die neu formierten Interior Days und die beteiligten Unternehmen besuchte, konnte eine beeindruckende Leistungsschau der ostwestfälischen Möbelkultur erleben und vor allem die ganz unterschiedlichen Marken-Identitäten der Unternehmen unmittelbar kennenlernen.

Denn die MÖBELMEILE-Partner verstehen ihre Messe nicht allein als Präsentationsplattform, sondern immer auch als Möglichkeitsräume. Neben marktfertigen Lösungen, die in den kommenden Wochen in den Handel einlaufen, werden bewusst Prototypen und neue Ideen gezeigt, um sie gemeinsam mit den Handelspartnern zu diskutieren, zu überprüfen und weiterzuentwickeln.

„Der Dialog ist ein entscheidender Faktor, um die Attraktivität unserer Branche zu erhalten. Nirgendwo kann man mehr ‚Content‘ – sprich Geschichten, Ideen und Identitäten – einsammeln als hier in Ostwestfalen. Und genau diese Inhalte braucht es heute mehr denn je, um im Tagesgeschäft motiviert zu bleiben und mit Begeisterung von den Produkten, den Ideen und den Unternehmen dahinter zu erzählen“, sagt Michael Laukötter, Geschäftsführer der MÖBELMEILE.

PANAMA50 als beispielhaftes Programm

Symptomatisch dafür stand in diesem Jahr beispielsweise das Programm PANAMA50, das Designer Michael Hilgers für Sudbrock innerhalb weniger Monate gestaltet hat. Spielerisch, modular und mit einem Augenzwinkern interpretiert das Korpusprogramm einen Klassiker völlig neu – mit halbrunden Verbindungselementen zum Festschrauben, den sogenannten „Panama-Kanälen“. Lediglich die charakteristische Rundung erinnert noch an das ursprüngliche Garderobensystem von 1977 – alles andere ist neu.

„Der Funke ist bei der Zusammenarbeit sofort überggesprungen und es ging alles ganz leicht. Das sieht man dem Programm auch an. Umso schöner wäre

es, wenn nun auch viele Designliebhaber da draußen das Modell bald im Handel zu sehen bekommen“, sagt Inhaberin Theres Sudbrock.

PANAMA50 war dabei nur eines von vielen Beispielen, die während der Messetage den Innovationscharakter der MÖBELMEILE sichtbar machten. Neue Farben und Formen, ungewöhnliche Materialkombinationen, modulare Konzepte, neue Funktionen und überraschende Inszenierungen zeigten immer wieder: Mut kann ganz unterschiedlich aussehen.

Und dann kamen die MÖBELMEILE-Touristen

Wie unmittelbar Möbel und Einrichtung Menschen begeistern können, zeigte sich schließlich am Sonntag, den 27. September, beim Tag der offenen Tür. Bei herrlichem Spätsommerwetter nutzten mehr als 3.000 Besucher die Gelegenheit, einen Blick in die Showrooms zu werfen. Schon vor dem offiziellen Start um 10 Uhr bildeten sich vor einigen Türen kleine Schlangen.

Viele waren mit dem Fahrrad unterwegs und machten aus dem Tag ihre ganz persönliche MÖBELMEILE-Tour. So blieb es häufig nicht bei einem Showroom: Es wurde geschaut, ausprobiert, diskutiert, fotografiert und Inspiration für die eigenen vier Wände gesammelt. Auch kulinarisch kümmerten sich die MÖBELMEILE-Mitglieder um ihre Gäste – ein besonders beliebter Anlaufpunkt war dabei der Eiswagen bei Musterring.

Nachdem in den Tagen zuvor die Profis aus Handel und Branche ihre Eindrücke geteilt hatten, gab es nun das ganz ungefilterte Feedback der Endverbraucher. Bei der 3C Gruppe brachte es eine Besucherin beim Betreten der Ausstellung besonders emotional auf den Punkt: „Ach, ist das schön.“

Mut, der bei den Menschen ankommt

Der Tag der offenen Tür machte damit noch einmal auf eine andere Art sichtbar, was die gesamte Messewoche geprägt hatte: Möbel und Einrichten haben für die Menschen eine hohe Relevanz. Für die MÖBELMEILE war der Tag der offenen Tür deshalb weit mehr als ein Publikumsabschluss. Er schlug die Brücke zwischen den Ideen der Hersteller, dem Handel und den Menschen, für die Möbel am Ende gemacht werden.

„Wenn mehrere Tausend Menschen an einem Sonntag durch unsere Showrooms gehen, Möbel ausprobieren und sich sichtbar für Einrichtung begeistern, ist das für uns und unsere Partner eine wunderbare Bestätigung. Genau dafür machen wir das: Wir wollen Lust auf Möbel und Lust aufs Einrichten machen“, so Michael Laukötter.

Eine Messewoche, die in jeder Hinsicht Mut gemacht hat.

Über die MÖBELMEILE

Die MÖBELMEILE-Showrooms stehen Fachbesuchern das ganze Jahr über offen. Sie haben sich in den vergangenen Jahren zunehmend zu einem dauerhaften Ort der Abstimmung und Zusammenarbeit mit Handelskunden und Verbänden entwickelt. Nach wie vor bildet die Herbstmesse den Höhepunkt des MÖBELMEILE-Jahres. Mit der MÖBELMEILE FRÜHJAHR ergänzt die Gemeinschaft ihr Angebot und schafft auch in der ersten Jahreshälfte einen Anlass für den persönlichen Austausch zwischen Industrie, Handel und Verbänden.