**MÖBELMESSE BRÜSSEL – 3.-6. Novembre 2024**

**VORSCHAU**

**1. Growing Homes – Die Brüsseler Möbelmesse 2024**

Hatte die Brüsseler Möbelmesse mit der vorherigen Kampagne die Saat für eine bessere Zukunft gelegt, verlegt das aktuelle Kampagnenbild nun den Schwerpunkt darauf, wie wir das künftigen Wachstum in diese Richtung lenken können. Denn in Brüssel kommen Unternehmer natürlich zusammen, um voranzukommen, ihrem Unternehmen zu Wachstum zu verhelfen. Ein Leitgedanke, der im Übrigen auch für die Messe selbst gilt.

Mit dieser Kampagne knüpft die Brüsseler Möbelmesse also an die vorherige an, setzt jedoch andere Akzente. Denn neben dem Thema Wachstum legen wir den Schwerpunkt auch auf die Bedeutung einer warmen häuslichen Atmosphäre. Eine universelle Überzeugung, für die wir uns als Branche gemeinsam stark machen. Ein Gefühl von Gemütlichkeit und Behaglichkeit, das Sie als Besucher auch bei Ihrem Messebesuch in Brüssel verspüren.

Die Brüsseler Möbelmesse, das ist das Zuhause Ihrer Möbelfamilie, wo die Begriffe Tradition, zeitgenössische Realität, Zukunft, Innovation und Traum zusammenfinden, einen Platz erhalten und ein Ganzes bilden. Hier werden die Erfahrungen des vergangenen Jahres ausgetauscht, können wir die Entwicklung bei den Kollegen beobachten und das nötige Wissen erlangen, wie wir selbst das gewünschte Wachstum bewerkstelligen können.

1. **Wachstum**

Wachstum ist ein Prozess. Er geht aus von einem gesunden Umfeld, sorgt für ein solides Fundament, um dann zu erblühen. Es ist ein Prozess, wo Geduld und Rücksichtnahme auf die Umwelt von großer Bedeutung sind.

In den letzten Jahren haben wir intensiv daran gearbeitet, ein solides Fundament zu schaffen, für das heute die Wurzeln stehen, die sich durch das gesamte Kampagnenvideo hindurchschlängeln. Dieses Fundament ist unerlässlich, um unseren Ausstellern und Zuschauern die gewünschte Sicherheit und Kontinuität bieten zu können.

Darauf können wir aufbauen. In diesem Jahr haben wir uns neben der Erweiterung des qualitativ hochstehenden Angebots an Möbeln für den Innenbereich und Schlafzimmerkollektionen darauf konzentriert, das aktuelle Angebot zu stärken und ein breiteres Publikum zu erreichen, indem wir Design, Dekoration, Außenbereich und Beleuchtung hinzunehmen und/oder erweitern. Auch das ist ein Prozess, bei dem Geduld, kleine Schritte und wohlüberlegte Entscheidungen der Schlüssel sind.

Wenn in der Börsenwelt von Wachstum die Rede ist, denkt man meist sofort an die besetzte Fläche. Das ist sicherlich ein Punkt, aber nicht der wichtigste. Die Brüsseler Möbelmesse steht in erster Linie für ein qualitativ hochwertiges und realistisches Angebot in Verbindung mit der Möglichkeit eines angenehmen und effizienten Besuchs. Letztes Jahr war die Möbelmesse zum ersten Mal seit Jahren wieder zu 100 % ausgebucht. Das bedeutete leider auch, dass wir Aussteller wie Bellus im letzten Jahr enttäuschen und sie auf die nächste Edition vertrösten mussten. In diesem Jahr sind sie sehr wohl dabei und stehen in Halle 3. Wir sind überzeugt, dass sie ein Zugewinn sind. Wir sind überzeugt, dass sich die Entscheidung, den Mehrwert über die Anzahl der Aussteller zu stellen, auf lange Sicht auszahlen wird, und wir hoffen, dass unsere derzeitigen Akteure dies auch als eine Investition in ihrem Sinne verstehen werden.

1. **BDI (Belgian Design Island)**

Wie in der Natur sind auch hier Wachstum und Entwicklung eine Frage der Symbiose. Welchen Einfluss haben verschiedene Elemente aufeinander, wenn man sie zusammenbringt?

Mit der Belgian Design Island möchten wir unsere belgischen Designer in den Fokus rücken und damit zugleich auch ein breiteres Publikum auf dem Privat- und Objektmarkt ansprechen. Wir schaffen einen eigenen Hub für Design- und Deko-Objekte, von Möbeln bis zu Beleuchtung, von Textilien bis zu Teppichen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf kreativen Gadgets, die sowohl auf dem Privat- als auch auf dem Objektmarkt den Unterschied machen können

Jung und Alt, Studenten und Unternehmen, etablierte Namen und Start-ups. Sie alle kommen hierher und stehen bereit, Einzelhändler, Hersteller und Innenarchitekten gleichermaßen zu empfangen.

Auch unser Konzept des „Das Geschäft von morgen“ wird hier integriert und gestaltet mit das Gesamterlebnis.

1. **Belgian Outdoor**

Es war schon länger unser Wunsch, auch Outdoor-Möbel wieder in unser Angebot aufzunehmen. Wenn man bedenkt, dass viele der erfolgreichsten Outdoor-Marken belgisch sind, müsste das eigentlich ein Must sein. Wie fängt man es denn an, lautet die Frage? Aussteller kommen nur, wenn man das Publikum hat, und das Publikum kommt nur, wenn man das Angebot hat. Hinzu kommt, dass viele von ihnen nicht mehr auf der Suche nach Vertriebsstellen sind.

Also fangen wir es klein an, so wie wir es vor 2 Messen mit der dem Schlaf gewidmeten Halle getan haben. Wir investieren gezielt und wenden uns an die Marken, die in den BENELUX-Staaten und den umliegenden Ländern noch Wachstumspotenzial sehen.

Eigentlich war dies erst für 2025 geplant, aber die große Resonanz auf unser FDI-Konzept in Verbindung mit einer zusätzlichen Fläche, die wir Anfang September noch zur Verfügung hatten, hat uns veranlasst, etwas schneller zu handeln und das Momentum zu nutzen.

Belgian Outdoor wird in Halle 3 zu sehen sein und wird in Zusammenarbeit mit Fedustria realisiert.

1. **Brussels by Night**

Der in den letzten zwei Jahren begonnene Trend entwickelt sich weiter. Wir können jetzt sagen, unsere Anstrengungen im Jahr 2022 habe ihre Wirkung auch langfristig nicht verfehlt. Und das war ja auch das wichtigste Ziel: Brussels by Night wieder zu einem absoluten Must für den BENELUX-Markt und die umliegenden Länder zu machen. Aber auch darüber hinaus wird das Interesse angefacht, denn Viking Beds, Treca, Sleepeezee, Gomarco und Serta sorgen in unserer dem Schlaf gewidmeten Halle für Verstärkung.

1. **Beleuchtung**

Auch das Beleuchtungsangebot gewinnt an Kontinuität und belegt auf der Brüsseler Möbelmesse allmählich immer mehr Platz. Dieses Jahr (wieder) dabei: Expo Trading Holland, Masterlight, Trio Lighting, Lucide, Marckdael, Fantasia und Light Trend.

1. **Inspiration und Effizienz**

In gleich in welcher Epoche wir leben gibt es eine Konstante, die nie ihren Wert verliert: die Zeit.

Deshalb legen wir großen Wert darauf, einen angenehmen und effizienten Messebesuch zu bieten. Die sieben belegten Hallen wurden seinerzeit nicht zufällig ausgewählt. Sie ermöglichen es Ihnen, die gesamte Messe in einem Fluss zu besuchen, ohne kehrt machen zu müssen. Bei einer Fläche von 42.000 m² zählt jeder Schritt.

Wir ermuntern unsere Besucher, ihren Besuch gut zu durchzuplanen. Dies kann mit unsere neuen App oder über die Website geschehen, wo Besucher ihre Favoriten speichern und sich die effizienteste Route anzeigen lassen können.

Auch vor Ort wollen wir die Besucher noch ein letztes Mal gut darüber informieren, was es auf der Messe alles zu sehen gibt. Unsere kostenlose kleine Messezeitung „La Gazette“ informiert Sie kurz und bündig über unsere Neuheiten, und wo sie sich befinden, und enthält auch einen Hallenplan.

1. **Ein Zuhause, das Wärme ausstrahlt**

It’s showtime!

Wir haben dies in unserer Vorschau an den Anfang gesetzt. Denn neben dem Thema Wachstum legt Brüssel auch den Schwerpunkt auf die Bedeutung einer warmen häuslichen Atmosphäre.

Wir wollen unseren Besuchern bei ihre Ankunft auf unserer Messe Vertrautheit, Gastfreundschaft und auch Überraschungen bieten. Deshalb haben wir der Gestaltung der Eingangsbereiche und unserer Ausstellungshallen für ein angenehmes Erlebnis viel Aufwand gewidmet. Keine kahlen, kalten Zonen, sondern immer etwas Neues hinter jeder Ecke. Und glauben Sie uns, dieses Jahr wird es viel Neues zu erleben geben.

Gute Geschäfte machen, wobei das Vergnügen nicht zu kurz kommt, darauf verstehen wir uns. Damit unsere Besucher am Ende unser Haus mit neuen Kollektionen, Inspirationen, frisch geladenen Batterien und schönen Erinnerungen verlassen, die noch lange nachwirken werden.

Tun Sie sich selbst einen Gefallen, und besuchen Sie die Brüsseler Möbelmesse!

Glenn De Maeseneer