

Möbelmeile überzeugte Aussteller und Publikum

Artikel vom **13. Oktober 2026**

Möbel

Die Möbelmeile-Herbstmesse zeigte, wie viel Bewegung in Möbel- und Einrichtungskonzepten steckt. Fachbesucher nutzten die Showrooms für den Austausch über marktfertige Lösungen und Prototypen. Zum Tag der offenen Tür kamen dann mehr als 3000 Endverbraucher in die Schauräume.



Bild: Möbelmeile.

Unter dem Claim »Wir machen Mut und Möbel« präsentierten die 14 Partner der Möbelmeile während der Messetage vom 20. bis 24. September 2026 ein breites Spektrum an Einrichtungsideen. Zu sehen waren unter anderem Entwürfe mit wohnlichem Küchencharakter, organische Formen, Ton-in-Ton-Kombinationen, alpine Schindeloptiken, farbstarke Inszenierungen, Klassiker im neuen Kontext sowie Anleihen an die 80er-Jahre. Die Messe richtete sich zunächst an Fachbesucher aus Handel,

Branche und Verbänden. Zum Abschluss öffneten die Showrooms am 27. September auch für Endverbraucher.

Räume für Austausch

Die Partnerunternehmen verstehen ihre Ausstellungen nicht nur als Präsentationsflächen. Sie nutzen sie auch, um mit Handelspartnern über marktfertige Lösungen, Prototypen und neue Ansätze zu sprechen. Viele der vorgestellten Programme sollen in den kommenden Wochen in den Handel kommen. Andere Ideen wurden bewusst in einem frühen Stadium gezeigt, um Rückmeldungen einzuholen und gemeinsam 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«, so Michael Laukötter, Geschäftsführer der Messegemeinschaft. Auch die neu formierten Interior Days und die beteiligten Unternehmen in der Region machten sichtbar, wie unterschiedlich Markenidentitäten im Möbelumfeld auftreten können.

Prototypen, neue Formen und modulare Konzepte

Als Beispiel für den Innovationscharakter der Messe nennt der Veranstalter »Panama50«, gestaltet von Designer Michael Hilgers für einen der Partnerbetriebe. Das Korpusprogramm greift ein Garderobensystem aus dem Jahr 1977 auf und interpretiert es neu. Charakteristisch sind halbrunde Verbindungselemente zum Festschrauben, die im Text als »Panama-Kanäle« bezeichnet werden. Von der früheren Lösung bleibt hauptsächlich die Rundung erhalten, der übrige Ansatz wurde neu entwickelt.



Neuvorstellung im Sudbrock-Showroom: das modulare Möbelsystem
»Panama« (Bild: Möbelmeile).

Auch darüber hinaus zeigten die Ausstellungen verschiedene Wege, wie Möbel neu gedacht werden können: über Farben, Formen, Materialkombinationen, modulare Konzepte, zusätzliche Funktionen und Inszenierungen.

Mehr als 3000 Besucher am offenen Sonntag

Am Sonntag, dem 27. September, nutzten mehr als 3000 Personen den Tag der offenen Tür. Schon vor dem offiziellen Start um 10 Uhr bildeten sich vor einigen Showrooms kleine Schlangen. Viele Besucher waren mit dem Fahrrad unterwegs und machten aus dem Rundgang eine eigene Tour durch mehrere Ausstellungen. Dort wurde geschaut, ausprobiert, diskutiert, fotografiert und Inspiration für die eigenen vier Wände gesammelt. Nach den Fachgesprächen der Messetage brachte der offene Sonntag direktes Feedback der Endverbraucher. Für die Veranstalter schlug der Tag eine Brücke zwischen den Ideen der Hersteller, dem Handel und den Menschen, für die Möbel letztlich gemacht werden. Die Showrooms bleiben Fachbesuchern auch außerhalb der Herbstmesse zugänglich und dienen das ganze Jahr über als Ort für Abstimmung und Zusammenarbeit. Ergänzend soll ein Frühjahrsformat zusätzlichen Anlass für persönlichen Austausch zwischen Industrie, Handel und Verbänden schaffen.

Hersteller aus dieser Kategorie

