

Meubelbeurs Mechelen nagel op de kop

De afgelopen Meubelbeurs Mechelen was één van beste edities in jaren. Het bezoekersaantal lag hoger dan voorgaande edities. Opvallend was dat tal van winkeliers de beurs voor meerdere dagen hebben bezocht en dat niet alleen de aankopers, maar vaak ook de verantwoordelijken op de winkelvloer een kijkje hebben komen nemen. En afgaande op de reactie van de exposanten niet alleen een kijkje genomen, maar effectief de tijd genomen om nieuwe collecties naar waarde te schatten en aan te kopen. Nu is Mechelen traditioneel al een koopbeurs, maar zelfs de grootste pessimisten onder ons waren meer dan positief verbaasd over deze editie. Dit is zeer zeker een bewijs dat de handel zich herneemt en dat de winkelier het vertrouwen van de consument verdient. Tenslotte nog een pluim voor de beursorganisatie die er alles heeft aan gedaan om zowel exposant als bezoeker het naar z'n zin te maken.

BSM : Dit jaar meer verkocht in Mechelen dan vorig jaar

‘Een goede thuismarkt zorgt voor stabiliteit in een bedrijf.’



Gavere – Voor BSM blijft de meubelbeurs Mechelen een positieve return on invest. Omzetsgewijs ligt Mechelen lager dan Brussel, maar Mechelen blijft voor BSM het ideale platform om de thuismarkt optimaal te kunnen bedienen.

BSM noemt Mechelen graag de ‘tweede kans na Brussel’. Dit betekent dat een voorgestelde collectie in Brussel kan geoptimaliseerd worden naar Mechelen toe en dat klanten die in Brussel niet over de nodige tijd beschikken, dit wel hebben in Mechelen. Dankzij deze herhalingsfactor ziet men bij BSM een duidelijke link tussen beide beurzen die ieder op hun manier zeker een voorbeeld zijn van professionaliteit en uitstraling. Mechelen heeft natuurlijk als voordeel dat zij vooral op de thuismarkt spelen en beschikken over het ideale tijdstip. Maar dit betekent absoluut niet dat je als exposant op je lauweren kan rusten, je moet ook in Mechelen uitpakken met de juiste collecties.

De Belgische markt is voor BSM, ondanks de zeer internationale uitstraling, nog heel belangrijk. De thuismarkt biedt een zekerheid en dankzij de betrouwbare klantenkring kan je nieuwe programma's toetsen op hun commercialiteit. Alle rest, dit wil zeggen, internationaal, moet bekeken worden als een bonus. Een goede thuismarkt geeft stabiliteit aan een bedrijf, noem het de fundering van de onderneming. Desondanks merkt BSM toch wel een internationalisering van de smaak van de Europese consument. De continentale programma's kunnen hierdoor beter op elkaar worden afgestemd, wat zorgt voor een optimalisering van het productieproces.

De consument gaat ‘consuminderen’ in plaats van de consumeren.

BSM wil zich van de concurrentie onderscheiden door de consument meer waar te geven voor z'n zuurverdiende centen. Vooral op het gebied van milieu en bewustwording kan er nog veel gedaan worden. FSC normen zijn bij BSM alledaagse begrippen, en ook de consument kan dit wel smaken. Respect voor alles en iedereen, ook leefomgeving en de toekomst van de volgende generaties. Schoolvoorbeeld van deze ondernemingsfilosofie is ongetwijfeld het in Mechelen voorgestelde nieuwe greeploze Zeus programma in eiken. Ondanks de nieuwe opkomst van eiken, blijven ook teak en andere houtsoorten wel degelijk een thema. Maar hier veranderen dan weer de trends, teak mag niet langer meer ruw zijn, maar mooie afgewerkt en behandeld als eiken. Bovendien hecht de consument heel veel belang aan meubelen die onderhoudsvriendelijk zijn. De consument gaat niet langer meer ‘consumeren’, maar ‘consuminderen’, maar wat hij spendeert, moet goed besteed zijn.



Jurgen Decruy : Wij hebben zeer goed verkocht in Mechelen



Young Line is een vaste waarde op de Meubelbeurs Mechelen en dat weet ondertussen iedere Belgische aankoper. Vooral binnen het segment ‘Jong Wonen’ stelde Jurgen Decruy dit jaar tal van nieuwigheden voor. Voor Young Line is Mechelen dan ook het ideale beursplatform op het juiste tijdstip. Na de goede soldenperiode heeft iedere zichzelf respecterende winkelier nood aan nieuwigheden in z'n showroom en deze vindt hij zeker binnen de Young Line collectie. De nieuwigheden waren onder meer tal van nieuwe salontafels in een combinatie van lak en glas vooral in de kleuren wit en zwart. Ook het nieuwe tv meubel YLF base mocht door menig aankoper gesmaakt worden. Voeg hierbij nog twee eetkamerprogramma's in uitvoering lak wit, met bijpassende stoelen,

en je hebt een totaalcollectie die er mag wezen.

Als neusje van de zalm presenteerde Young Line ook nog eens een aantal nieuwe relaxen.

Geen wonder dat deze nieuwe programma's konden rekenen op het vertrouwen van de handel en dat Young Line de beurs met een goed gevoel kon afsluiten. Het ‘jong wonen’ segment blijft bij het gros van onze meubelhandelaren een ‘kassa-beest’. Maar de consument stelt ook aan dit marktsegment steeds hogere eisen. Het meubeltje moet er niet enkel en alleen goed uitzien, het moet ook kwalitatief iets te bieden hebben en als het effe kan nog voorzien zijn van een uiterst interessant prijskaartje.



Meubelbeurs Mechelen nagel op de kop

Maxfurn : Wij kijken tevreden terug naar een geslaagde beurs in Mechelen.

Maxfurn bracht in Mechelen vooral programma's naar voren met een juiste verhouding tussen prijssetting en rotatiesnelheid.



Voor Dhr. Decoene, verantwoordelijke voor België, was de voorbije meubelbeurs Mechelen een uiterst positief gegeven in een wankelende markt. Er kan niet ontkend worden dat het bezoekersaantal jaar na jaar achteruit loopt, maar dat is enkel te wijten aan het mindere aantal meubelhandelaren. Wat echter belangrijk is, is het feit dat nagenoeg bijna iedere Belgische meubelhandelaar het evenement bezoekt. Cijfermatig heeft Maxfurn dan ook een zeer goede beurs gehad. Vooral het conceptverhaal Mainstream was erg in trek bij de handel. Dit mobiele zitmeubelprogramma wordt conceptueel op de winkelvloer geplaatst en kan door de consument zeker gesmaakt worden. Ondanks het zeer functionele en mobiele aspect, biedt Mainstream een heel goed zitcomfort en dankzij de legio mogelijkheden wat betreft bekleding, is het programma ook nog eens inpasbaar in iedere interieurstijl. Het motto van Maxfurn is : Breng een flexibele collectie, breng een collectie die steunt op vaste waarden en aangevuld wordt door doordachte experimenten. Wij noemen dit : de vraag van de markt volgen.



Maxfurn is de naam van een samenstelling van meubelactiviteiten ten behoeve de meubelhandel o.a. in Nederland, België en Duitsland. De kernactiviteit bestaat uit het continu ontwikkelen, innoveren, realiseren, vermarkten en distribueren van vlotverkopende meubellijnen en -producten. Excellente kwaliteit, correcte service en een goede nazorg maken een vast deel uit van de marktstrategie.

Het bedrijf is gestart in 1986, aanvankelijk onder de namen Fonkel Meubelmarketing, Sprankel Meubel en Kastèl Meubel. Sinds 2007 wordt er gewerkt onder de naam Maxfurn.

De collecties bestaan uit sofa's, fauteuils, stoelen, huiskamerkasten, tafels en slaapkamermeubelen welke voldoen aan de behoeften van de brede middenklasse consumenten en hun verlangens, waarbij de prijs-kwaliteit verhouding voortdurend centraal staat.

In 2009 is de onderneming tevens gestart met een succesvolle lancering van een tweetal vernieuwende en unieke meubelconcepten. Door het onderscheidend vermogen van deze concepten op 250 tot 300 vierkante meter winkelloppervlak schept Maxfurn een nog betere band en samenwerking met z'n klanten.

Veldeman Bedding heel tevreden over Meubelbeurs Mechelen

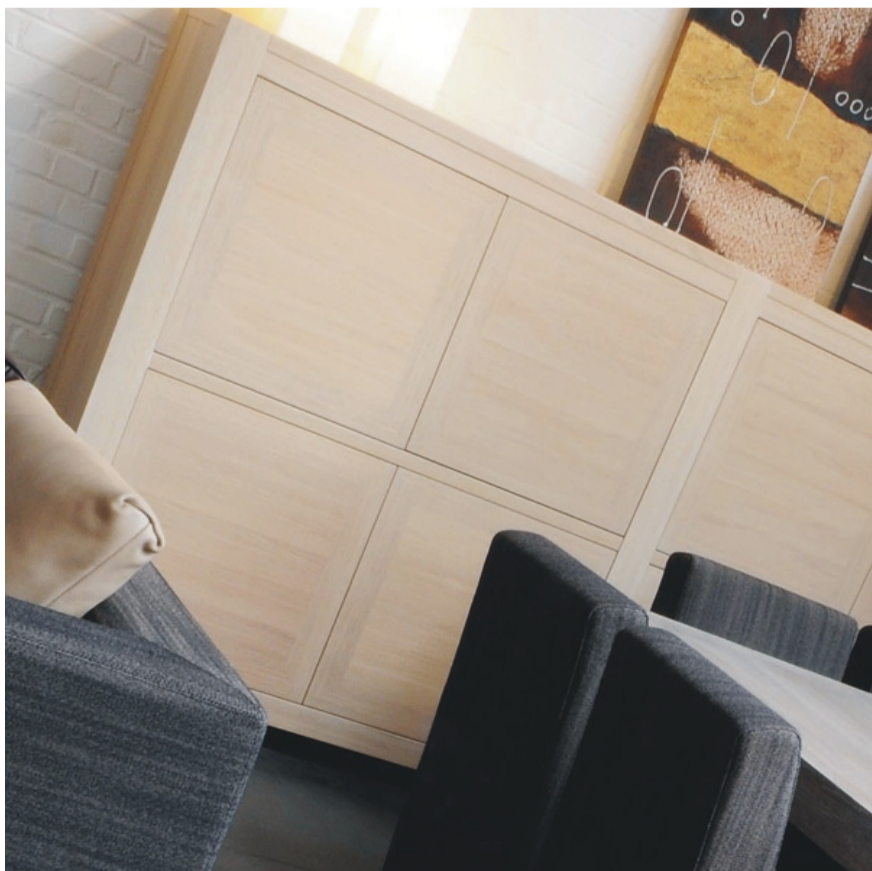
Veldeman Bedding is een gevestigde waarde op de Mechelse Meubelbeurs. Het is altijd leuk om te zien dat het enthousiasme van het sales team elk jaar weer groot is. Ook dit jaar niks dan positieve reacties. De organisatie van de beurs wordt elk jaar beter en beter. De aangename sfeer die er heerst, maakte het in de Velda-stand nog gezelliger dan het er altijd al is. Samen met de grote opkomst en kooplustige klanten, resulteerde dit in een zeer geslaagde beurs.

Ook voor de jubileumeditie van volgend jaar zal Veldeman Bedding ongetwijfeld weer van de partij zijn.

De programma's die Veldeman bracht waren een perfecte weerspiegeling van wat een consument vandaag de dag zoekt in een hedendaagse slaapomgeving. Naast Vintage werd in Mechele ook de nodige aandacht gegeven aan het basisprogramma. Dit programma omvat twee standaard hoofdborden, een recht afgewerkt en een trendy gebogen hoofdbord, met standaard kleuren en dito afwerking. Hierdoor krijgt de winkelier de mogelijkheid om met een minimale showroom-inplanting een maximum aan mogelijkheden te tonen. Een no-nonsens collectie die perfect aan de wensen van de klant voldoet.



Yoli's Design als vreemde eend in de bijt



Kort en bondig :
Wim Sleurs, agent Yoli's :

“De Meubelbeurs van Mechelen is voor ons als vrij positief ervaren.”

“Koen De Waele nam Yoli's Design over in april 2009. Koen besliste onmiddellijk om de puntjes op de spreekwoordelijke i te zetten en ging 'met de botte bijl door het assortiment'. Met als resultaat een aantal mooie kwalitatief hoogstaande designprogramma's. Productiematig werd alles gecentraliseerd te Kuurne. Yoli's Design is klaar om de verwachtingen van een steeds groter wordend marktsegment in te vullen.

Wij waren in Mechelen inderdaad misschien de vreemde eend, mét een vrij prijzelijke collectie, maar al bij al hebben wij vanuit de handel heel goede respons mogen ontvangen. Een bewijs temeer dat ook de handelaren op zoek zijn naar hoogwaardig meubilair.”

Mechelen is een mooi evenement

'Mooi' is een woord met vele betekenissen, maar voor de afgelopen Meubelbeurs Mechelen mag je het woord gerust in z'n letterlijke betekenis "aangenaam om zien" plaatsen. Reeds bij het binnenkomen kon je een rustige serene sfeer proeven.

Mooie standen gecombineerd met een serene aankleding van de beursshal resulteerde in een evenement klaar voor de jubileumeditie van volgend jaar.

De vaste waarden waren zoals steeds het restaurant en annex koffieruimte. Boze tongen beweren wel eens dat het restaurant niet echt nodig is op een meubelbeurs, maar vaak hoor je tijdens de middag toch wel winkeliers tijdens de lunch praten over wat ze hebben gezien. Het restaurant is wat mij betreft een ideale plaats om als winkelier rustig na te denken over de mogelijkheden om je showroom opnieuw in te vullen. In Mechelen gebeurt dan ook niets overhaast met als gevolg doordachte aankopen en een relevante meeromzet per vierkante meter showroom. En daar doen we het toch voor nietwaar.

Ik denk dat samen met mij heel de Belgische meubelmarkt nu al uitkijkt naar de jubileum-editie van volgend jaar. De beursorganisatie zal stevig uit de hoek moeten komen om de editie 2010 te overtreffen, maar ik ben er zeker van dat er volgend jaar vuurwerk zal zijn in Mechelen.