

MEUBELBEURS VAN MECHELEN KREUNT ONDER RECESSIE

DISCOUNTMEUBELEN DOEN HET RELATIEF GOED

Drie sneeuwrijke weekends in de maand januari, sneeuwval op de eerste dag van de beurs en een forse tik in de omzet in de zes weken die de beurs voorafgaan. Meer is er niet nodig om de handel van een beurs weg te houden. De organisatie van de Meubelbeurs leverde nochtans schitterend werk, op alle gebied. De exposanten gaan ieder jaar doordachter te werk; er waren dan ook toffe wetenswaardigheden en nieuwigheden te zien. De tevreden gezichten waren in Mechelen schaarser dan gewoonlijk, maar we hoorden ook positieve geluiden.

MECHELEN - P.L.

De Meubelbeurs van Mechelen ging door van 24 tot 27 februari, in de Nekkerhal. Het is een eeuwenoude discussie of dit momentum nu te laat dan wel precies op tijd is. Sinds lange tijd vangt de beurs aan net na de Krokusvakantie, deze keer zat er een week extra tussen. Maar zelfs als de beurs eerder was begonnen, is de kans klein dat het beter zou zijn gegaan. De grotere distributeurs waren goed aanwezig, maar middelgrote winkels en bedrijven uit Wallonië kwamen in geringe aantallen opdagen. Zeer jammer, want de Meubelbeurs van Mechelen heeft er zelden zo mooi uitgezien.

Al was de algemene teneur na afloop van de beurs ietwat gelaten, de huurders van de grote oppervlakten in Mechelen waren door de band tevreden, met Recor, Mecam group en Bauwens op kop. "Ik hield mijn hart vast toen ik zondag naar hier reed, maar geloof het of niet, wij hebben een goede beurs gedraaid", zegt Marnix Magdelijns van **Recor**. "We hebben goed verkocht op de nieuwe modellen en de nieuwe jeugdkamer." Ook Paul Hustinx van **Rom** was tevreden: "We hebben onze grote klanten gezien, maar we hadden ook iets te vertellen." Hij verwijst hierbij naar een mooie, cognackleurige zitcombinatie.

BRUGKAMERS

Hugo Coppé van **Wiemann** en **Wimex** behoort ook tot de tevreden. "De markt is wat ze is, maar Mechelen blijft voor ons een goede aanvulling op Brussel en Keulen, waar je de klanten niet altijd over de vloer krijgt. We zijn de enige marktspeeler die nog brugkamers maakt en dat loont, want iedere generalist wil er minstens eentje in de toonzaal hebben. In het instapgamma



heeft Wiemann slaapkamers van om en bij de 200 euro. Ik heb klanten die van deze kamertjes 50 tot 60 stuks per maand verkopen. Ronny Hendrickx in Antwerpen is er zo een. Die zaak draait als een tol en bovendien nemen de meeste van de klanten daar nog een kredietlijn om hun aankoop te financieren. Je hebt klanten en producten in alle segmenten van de markt, en die hebben op bepaalde momenten in hun leven een nieuwe kamer nodig. Door de crisis geven ze wat minder uit en dat speelt misschien wel in ons voordeel."



Lyndy

Wiemann

Innovation



TIEN JAAR GARANTIE

Belrom toonde slaap- en eetkamers, maar wilde voornamelijk de aandacht vestigen op de instore marketing die boudweg tien jaar garantie vermeldt. Tom Cloet zorgt voor gedetailleerde productinfo en displays met verschillende houtstalen. De firma experimenteert momenteel met vier stadsboetieks, om zelf bij de klant te gaan leveren, wat in België ongezien en ongehoord is. "De klanten zijn er niet klaar voor, maar wij wel. We vragen daar uiteraard een prijs voor, maar denken dat het ooit een verkoopargument wordt", zegt Tom.

Veelzijdig en gedifferentieerd is het aanbod van **Thor-group**, dat met klassiek/moderne, massieve eetkamers toch wel een sterkhouder is. Thor toonde een bij uitstek romantische eetkamer met een ellipsvormige tafel en een rechtopstaande retour van deze vorm op de vitrinekast. Met 'Pure Senses' heeft Thor een hedendaagse variant van de klassieke woonkamer. 'Pure Senses' richt zich naar de meer moderne medemens, met kasten als losse elementen tegen de wand. De collectie is een succes op de winkelvloer dankzij de vele mogelijkheden en de mooie afwerking. Met 'Junto' zorgt Thor voor massieve instapprogramma's tegen instapprijzen.



In het aanbod zitmeubelen viel **Varam** positief op met het strak gestoffeerd model 'Wave', dat op de winkelvloer 1.300 euro kost en in België wordt vervaardigd. Wave heeft verstelbare kopsteunen en een comfortabel, diep zitvlak. Diep en breed was ook het toverwoord bij **IMS**, dat volgens Wim Herman op maandagavond al 'binnen' was. "Wij hebben een topbeurs gedraaid. In Mechelen kunnen we focussen op de Belgische consument, iets wat we in Brussel omwille van het internationaal karakter veel moeilijker kunnen. En het wegvallen van concurrenten speelt ook in ons voordeel."

Ook Luc Vercruyse van **Bauwens** was een tevreden man. Met een aanbod dat varieert van massief over gefineerd tot goedkope, maar op massief lijkende folie, heeft Bauwens alles in huis om een hoog roterende meubelzaak te bedienen. En die zijn er blijkbaar nog, afgaande op de belangstelling bij Bauwens voor de klassiek/moderne eet- en slaapkamers in 'vijftig tinten grijs' of toch een vijftal.

BSM, dat zowel de eerste als de laatste post is op het Mechelen traject, toonde zijn nichemerken 'B-Seated', 'B-Cosy' en 'B-Summer', maar had vooral succes met de stoelencollectie, waar enkele geraffineerde en stevige modellen tussen zitten.

SPEELS EN JEUGDIG

In het discountsegment viel **Lyndy** zeer positief op. De firma toonde hoogglans elementen van het Italiaanse **LC Mobili**, in zeven kleurrijke tinten en negen verschillende elementen. Helder, eenvoudig, prettig en goedkoop. Dit is samengevat het aanbod van LC Mobili. Bij buurman **Induflex** was een even speels als jeugdig aanbod te zien. Met name het programma 'Papallone' voor 3- tot 9-jarigen is een hit bij de meubeldistributeurs. Later komt er nog wat voor tieners, maar met 'Papallone'

schiet de Spaanse firma een schot in de roos. Induflex beoogt 25 tot 30 dealers, maar de grote klanten hebben de collectie al opgenomen.

Recor toonde een nieuwe relax, met hoge rug en een super zitcomfort, in twee varianten die niet erg van elkaar verschillen. **Belform** had een goed doordacht aanbouwprogramma mee, verkrijgbaar met een viertal verschillende poten. Belform zette de mogelijkheden overzichtelijk neer en dit zorgde voor goede handel. De gamma's die afhankelijk van de poot en het onderstel luisteren naar de namen 'Expo', 'Exea' en 'Loop', zijn verkrijgbaar in stof, Samoa leder en splitleder. Hierdoor zijn de prijzen zeer toegankelijk. Met de slaapkamer 'Amazon' toonde Recor groep nog een robuust ogende, functionele jeugdkamer tegen een vriendelijke prijs.

Commercieel en goed vormgegeven is de koopwaar van **Young Line Furniture**. Deze firma heeft de wind in de rug en pakte uit met veel wit hoogglans en led. Naast kleinmeubelen gaat Young Line tegenwoordig voor volwaardige eet- en slaapkamers tegen een kleine prijs. In hetzelfde prijsgunstig segment en met het oog op de studerende tiener, situeren zich de meubelen van **Explore**, een zusterbedrijf van **MDR**. Explore voert een moderne jeugdkamercollectie in met frisse kleuraccenten en combineert functionaliteit met een goede keuze aan mogelijkheden.

KL Möbel is een nieuwe naam in het portfolio van **Top Class Furniture** en staat voor goed vormgegeven salontafels, eveneens in een prijsvriendelijk marktsegment. KL is Duits, de look is eerder middenklasse dan discount.

De **Mecam groep** draaide een bevredigende beurs, de marktomstandigheden in acht genomen. Dat kwam ook hier door nadrukkelijke nieuwigheden, zoals de combinatie 'Meli' bij **Neo-Style**. 'Meli' beschikt over een hoge rug en een liftsysteem om senioren makkelijk te laten in- en uitstappen. Ook het nicheproduct 'Edra' doet het goed bij de Mecam groep en is – vooral in Nederland – een succes. 'Edra' staat voor drie kubistische fauteuils: small, medium en large. Bij **Up2date** waren er enkele nieuwe romantische en klassieke bedden in leder, en was er een fijn vormgegeven kuipaloon met bijhorende fauteuils in de prijsklasse waar het bedrijf voor gekend is.

Inzake merkproducten stalen **Revor**, **Styldecor** en **Velda** de show en maakte ook **Jaritex** een zeer goede beurt. Deze gestructureerde groepen nemen steeds meer marktaandeel op de Belgische markt dankzij een goede positionering van de producten en een uitstekende beheersing van het productietraject.

In het middensegment was er nog **Max Divani**, met beweegbare lederen salons en ingebouwde tools zoals i-pad-faciliteiten. **LAS** toonde mooie, vast gestoffeerde banken in een goede prijs/kwaliteitsverhouding, **Matex** zorgde voor goedkope stoffen salons. **Nicoletti** situeert zich in het betere middensegment met knap vormgege-



ven, trendy zitmeubilair dat neigt naar merkdesign en hier en daar voorzien is van een relaxfunctie, zonder dat dit afbreuk doet aan de vormgeving.

Rom

De meubelbeurs was tot in de puntjes verzorgd, maar kon zich dit keer als vindplaats van aanvullende meubelen na de solden niet waarmaken. Voorzitter **Carl Cammers**: "De zwakke soldenmaand heeft voor een geringer aantal bezoekers gezorgd. En de sneeuwval in Wallonië heeft de handelaars zondag maar ook op maandag in hun winkel gehouden. Gelet op deze omstandigheden ben ik al bij al een tevreden man. Mechelen heeft het gros van de handelaars gezien en bevestigt zich daarmee als tweede Belgische beurs." •

Studio 100 in de Nekkerhal

Wanneer je exposanten vraagt naar hun intenties om volgend jaar terug te komen naar Mechelen, dan zijn die grotendeels positief. Maar het is voorlopig nog een vraagteken waar de beurs zal plaatsvinden. Het productiehuis Studio 100 heeft voor het jaar 2014 de Nekkerhal afgehuurd om er een megaproductie neer te zetten over het begin van de eerste wereldoorlog. Dit moet de horeca in Mechelen volgend jaar een boost geven. Of er nog ruimte zal zijn om een meubelbeurs te organiseren, zal afhangen van de te voeren onderhandelingen. Indien positief zal het een meubelbeurs worden op twee derden van de gebruikelijke oppervlakte. Indien negatief, dan heeft organisator Nadine Janssens een 'plan B'. "Ik zie de onderhandelingen positief tegemoet", zegt ze. "Ingeval de beurs niet kan doorgaan in de Nekkerhal, dan hebben we alvast een valabel alternatief. De Meubelbeurs Mechelen zal volgend jaar doorgaan zoals ieder jaar. Details volgen snel."