

# Meer bezoekers, meer exposanten

*Het is niet aan iedere vakbeurs gegeven om in deze tijden te kunnen spreken van een toename in belangstelling. Maar de Meubelbeurs Brussel kan terecht zeggen dat de editie van 2019 de boeken in kan als een groeibriljant: meer deelnemers en meer bezoekers wisten begin november de weg naar de Brussels Expo te vinden dan vorig jaar. Niettemin is er een schaduwkant aan het succes: de Belgische thuismarkt kampt met een sterk gebrek aan consumentenvertrouwen. Gelukkig waren er meer Belgische (maar ook Nederlandse en Duitse) bezoekers om dit gegeven even te vergeten. Daarnaast signaleert de beursorganisatie een aantal vernieuwende trends in het meubellandschap.*

**D**e klinkende cijfers: bijna 19.000 bezoekers, afkomstig uit 52 landen (waarvan 18 buiten Europa) waarvan 65 procent een andere nationaliteit heeft dan de Belgische. Dit is een beurs met een internationale uitstraling. Dit doet iedereen deugd, zeker nu de thuismarkt aangeeft zo weinig vertrouwen te hebben in de economie. Niettemin is er dus ook groei in het aantal Belgische bezoekers: bijna 2 procent meer dan vorig jaar. Wel waren er minder Britse en Ierse inkopers. Brexit? Wellicht, maar twee geannuleerde vluchten vol inkopers van over de Noordzee lijkt een meer waarschijnlijke reden. Nederlanders rijden vaak naar de Belgische hoofdstad begin november: dit jaar meer dan 2 procent meer dan vorig jaar. De grootste stijger zijn de Duitsers: 27 procent meer dan in 2018, waaronder veel gezaghebbende inkopers van grote groepen.

## **Exposanten**

Het internationale karakter werd ook weerspiegeld in het deelnemersveld: 274 exposanten uit 18 landen. Hieronder 63 bedrijven die voor het eerst in Brussel te zien waren, ook een opmerkelijk feit. Wat betreft de indeling: door het wegvallen van een paar deelnemers kon er geschoven worden en zo stond Meubar/Evan deze keer in Hal 5, waarvan de totale uitstraling een hoog niveau had: kleuren te over in de stand van Rom, een modelhuis van twee verdiepingen bij Mintjens en een enorme ruime, uitnodigende stand van Mecam en al haar merken. Recor vierde het 70 jarig jubileum, Meubar/Evan presenteerde het eigen accessoire merk Balipati (spiegels, kleden, decoratie) en Gerlin koos voor een meer industriële uitstraling van de stand. D.E.Z. had geel als dominante kleur en koos voor het thema herfst als entree. Opvallend is het grote aantal aanbieders (ook in de andere hallen)



*Relaxen bij HE Design.*



*Gezelligheid bij Poletopole.*



*ROM: smaakmaker in Brussel, niet alleen vanwege de champagne.*

die kiezen voor een totaalinrichting: meubelen op een kleed of andere vloer, verlichting en accessoires, tafels en stoelen en kasten bij elkaar geplaatst. Voor Nederlandse exposanten gesneden koek, voor de Belgen nog altijd geen automatisme in de presentatie en dit mag gerust als een innovatie worden gezien.

**Nederland**

Hoewel Eleonora de beurs (voorlopig?) heeft verlaten waren er nog meer dan voldoende rood-wit-blauwe partijen die zich presenteerden in de hallen 8 en 9. Nijwie presenteerde de nieuwste modellen van MySons die dit voorjaar al in ons land te zien waren plus geheel nieuwe modellen. Goede reacties alom; Belgische detaillisten vallen voor de kasten, stoelen en tafels van het bedrijf uit Almelo. Ook Livingfurn trok veel bezoekers met het Brix concept, maar ook met de Livingfurn meubelen. Blijkbaar zijn wij als Nederlanders goed in het verkopen van meubelen met een



*Mecom Groep.*



*De knappe dames van Pieters Zevenbergen borrelen natuurlijk bij Nix Design.*



*Gerard Hoogendijk van DTP Import had het naar zijn zin in Brussel.*



*DEZ: mooie stand, mooie mensen, mooie meubelen.*



*Peter van Winkel van Saunaco voert het woord.*



*PTMD: sterk in de presentatie.*

aansprekende combinatie van rechte lijnen, hout en metaal. Het is een handschrift dat veel Belgen aanspreekt. Ook DTP Import, Nix Design en Kluskens verstaan deze kunst. Richmond Interiors viel op door een compleet kant en klaar hotelconcept (inclusief hemelbed), DTP viel op met populaire retrostoelen in poederkleuren, PTMD levert een eigen variant van de lage kastjes en bijzettafels zijn nog steeds in trek. Net als de kleuren groen, donkerblauw en oker, maar vergis je niet: beige, taupe en varianten met meer of minder grijs er in is nog altijd wat de

meeste mensen kopen. Opvallend is wel de wedergeboorte van textiele stoffering. Leder is uiteraard nog steeds aanwezig als stoffering, maar minder prominent dan voorheen. Hoe dan ook is het stoere, massieve wat betreft vormgeving aan het omslaan naar rank en elegant. Het is een golfbeweging van alle tijden, met als onvoorspelbaar element de mix and match gedachte van veel consumenten: weg met de voorspelbare stijlvastheid, leve het eclectische interieur met alle stijlen door elkaar heen. De leveranciers weten er beter op in te spelen dan dat je zou verwachten. Ook opmerkelijk: hoewel de eengezinswoning met aparte eetkamer nog steeds geldt als de norm van de doelgroep van veel exposanten is er een lichte afname van puur eetkamer meubilair merkbaar. Een

# Hall 6 Brussels by Night

De meeste Nederlandse fabrikanten laten het dan misschien afweten, Brussels by Night is voor de beddenfabrikanten nog altijd interessant. Nederlandse exposanten dit jaar waren Boxspring Design en Cartel Bedding, die samen een stand deelde en veel nieuws brachten. Mahaton, die eigenlijk geen jaar overslaat en altijd een goede beurs draait. En dan was er nieuwkomer Caresse van Maarten van der Linden, die ook NORMA weer nieuw leven in heeft geblazen. En niet zonder succes. Norma blijkt voor veel beddenspecialisten nog



altijd een interessante partij ondanks het verleden. En nu de productie in Europa plaatsvindt is er nog meer vertrouwen. Ook de Belgische fabrikanten waren uiteraard aanwezig met genoeg noviteiten. Kortom, Brussels by Night is dan kleiner dan voorheen, maar niet minder interessant gebleken.



voorzichtige vorm van multifunctionele meubelen steekt hier en daar de kop op, maar de stedelijke single in een tiny appartement mag dan misschien door de trendwatchers van de Meubelbeurs zijn gesignaleerd, het merendeel van het aanbod gaat nog steeds uit van gezinnen in grote woningen buiten de steden.

### Trends

Over trends gesproken, Siegrid Demythenaere (de vaste trendwatcher van de Meubelbeurs) onderscheidt dit jaar drie typen consumenten met ieder eigen wensen voor

meubelen. De Essentialist zoekt naar harmonie en wil bewuster leven en handelen. Dat wat niet nuttig of echt mooi is moet het huis uit en de band met de natuur, ook als stedeling is belangrijk. Liever materialen kweken dan produceren in fabrieken. Biodiversiteit herstellen, producten hergebruiken en teruggeven aan de natuur in plaats van alleen maar nemen. Een gruwel in de ogen van veel fabrikanten die alleen maar gericht zijn op nieuw, nieuwer, nieuwst met een beperkte levensduur, maar ook bij hen moet het roer om. De bijpassende kleuren in deze trend off white, kaki groen, taupe, aardebruin en grijs-



*Dennis Visscher: volle bak bij Nijwie en Le Chair*



*Receptie 70 jaar Recor: Philippe Corthouts van Recor in gesprek met Lieven van den Heede.*



*Brothers in Arms: Fedor Lange en Ronald Hannessen van Mecam.*



*Lex Tiggele jr. van Richmond poseert voor zijn nieuwe hotelkamer. Goed jasje, Lex!*

**Export als redding van de Belgische meubelindustrie**

Tegelijk met de Meubelbeurs presenteert Fedustria, de Belgische federatie waar de meubelindustrie onder valt, haar jaarcijfers over 2018 en de eerste helft van dit jaar. De branche bestaat uit 787 bedrijven met in totaal 10.488 medewerkers en behaalde een omzet van 2,1 miljard euro in 2018. De export neemt 57 procent van de productie in beslag en dat is maar goed ook, want de binnenlandse consumptie staat onder druk door een laag consumentenvertrouwen. De omzet van het eerste halfjaar van 2019 was 1.050 miljoen euro een daling van 3,5 procent in vergelijking met de eerste zes maanden van 2018. De productiecapaciteit werd voor 80 procent gebruikt. De export steeg met 7,1 procent in de eerste zes maanden. Frankrijk, Duitsland en Nederland blijven de belangrijkste export markten. Filip de Jaeger van Fedustria: “De Belgische markt daalde met 3.5 procent in de eerste zes maanden van 2019. Nieuwe meubelen moeten concurreren met andere uitgaven in de huishoudens, zoals internetabonnementen, telecommunicatie, gas en elektriciteit. Mensen doen liever langer met bestaand meubilair, kopen tweedehands in kringloop of vintage winkels en zoeken goedkopere alternatieven online. Wij moeten als industrie een antwoord vinden op deze uitdagingen.”



Lieven van den Heeden en Filip de Jaeger



VIPtafelte met o.a Ronald Verdult en Niels Beverwijk van Casba op stand RV Design.



Unic Design.



Vipack.



Topinkoper gespot.

blauw. De Spiritualist zoekt naar betekenissen van het leven in mythologie, spiritualisme en mystiek. Escapisme in een fantasiewereld om te ontsnappen aan een wereld vol (ecologische) dreiging en geweld. Spirituele gezondheid met een luxe tintje, veel fluweel, tafzijde en gemarmerde oppervlakken. De kleuren voor deze trend zijn warm en diep: bloedrood, paars, parelmoerachtig blauw metaalkleuren en de kleuren van edelstenen. De derde trend is die van De Energist: zonder

schuldgevoel vrolijk en zelfverzekerd door het leven springen, gesteund door constant contact met gelijkgestemden. Social media en hyper verbonden zijn tellen zwaar mee. Recyclen, uiteraard, maar dan speels en creatief in plaats van serieus en somber. Het regenboogspectrum in felle kleuren hoort hier bij. Iriserende effecten. Gesmolten en versnipperde mixen van kleuren. Eens kijken of we deze trends volgend jaar terugzien op de beursstands.