

PRESSEMITTEILUNG

Hatten, 05.09.2025

Zwei Hallen, unzählige Chancen: Die 39. IAW-Messe schließt mit guten Deals und positivem Fazit

Dort, wo grenzenlose Produktvielfalt auf attraktive Konditionen trifft, wird aus einer Messe echter Mehrwert: Die 39. Internationale Aktionswaren- und Importmesse (IAW) positionierte sich vom 02. bis 04. September 2025 erneut als starker Taktgeber im globalen Handel. In den Kölner Messehallen trafen 4.730 Fachbesucher aus rund 70 Nationen auf 260 Aussteller aus 23 Ländern und prägten auf 30.000 m² Ausstellungsfläche eine Messe voller Austausch, Wissensvermittlung und guter Deals.

Projektleiterin Kerstin Manke zieht nach drei ereignisreichen Messetagen ein positives Fazit: „Die IAW-Messe hat wieder einmal gezeigt, dass es trotz einer schwierigen Marktlage möglich ist, gute Geschäfte abzuschließen und durch gegenseitigen Austausch zu profitieren. Wir sind durchaus zufrieden und optimistisch, die gute Situation bei der Ausgabe Nr. 40 im März 2026 ausbauen zu können.“

Für die Aussteller ist die IAW-Messe stets das Tor zu neuen Geschäftspartnern und gut gefüllten Auftragsbüchern. „Die Messe war erneut sehr erfolgreich. Wir sind seit über zehn Jahren hier und haben viele neue Händler, aber auch viele Bestandskunden getroffen. Wir haben jedes Jahr steigende Verkaufszahlen“, berichtet Michael Rowland, Senior International Account Manager bei Pricecheck Brand Partners BV. Justus von Siebert, Direktor Sales & HR der L&K Brand Trading GmbH, teilt diese Einschätzung: „Die IAW lief für uns super. Wir hatten viel zu tun und waren komplett in Gespräche eingebunden.“ Er erzählt von guten Verkäufen und einer bemerkenswerten Internationalität der Besucher.

Das positive Feedback der Aussteller ist unter dem Gesichtspunkt der Kaufzurückhaltung im weltweiten Handel keineswegs selbstverständlich. „Man merkt leider einen nicht-positiven Trend. Die ganze Lieferkette funktioniert, aber der Verbraucher muss auch die Kauflaune haben“, berichtet Lukasz Sagan, Directing Manager der Bahama Warenvertriebs GmbH. Aussteller sehen die IAW in diesen Zeiten als wichtige Plattform für die Beziehungspflege zu ihren Geschäftspartnern und für den Austausch vor Ort. „Es gibt nur wenige Messen in der Branche. Die IAW ist wie eine große Familie, die diese Branche auch bedient. Es ist der Place to B, man muss sich hier einfach zeigen“, sagt Lukasz Sagan und betont den wertvollen, internationalen Besuchermix von kleinen Einzelhändlern bis hin zu Großkunden bekannter Handelsketten. Einen Appell an die gegenseitige Verantwortung richtet Markus Schier, Inhaber von Rappelkiste Spielwaren: „Du musst als Aussteller einen Beitrag leisten, dass Besucher kommen. Du musst Dankbarkeit zeigen, dass die Leute in Köln sind. Die IAW ist sehr tragend, weil sie so international ist.“



**Nordwestdeutsche Messegesellschaft
Bremen-Hannover mbH**
Heidplackenweg 9
26209 Hatten, GERMANY

www.iaw-messe.de

Pressekontakt

Kerstin Manke (Projektleitung)
+49 (0) 57 21 / 9 93 08 98
manke@iaw-messe.de

Kira Voigt (Marketing/ Medien/ Grafik)
+49 (0) 441 / 92 070 576
kvoigt@iaw-messe.de

Bildmaterial (300 dpi)

www.iaw-messe.de/presse

PRESSEMITTEILUNG

Hatten, 05.09.2025

Frischen Wind brachten 48 Newcomer auf die Messe, die als Erstausteller die globale Anziehungskraft der IAW-Messe für sich nutzen konnten. Die Erstausteller betonen den wichtigen Kontakt zu neuen Kunden und die Vielfalt, die die Messe prägt: „Auf der IAW ist es die Diversität. Es gibt unterschiedliche Produkte – von Kaffee über Schokolade bis zu Gartenartikeln – zu guten Preisen“, berichtet Alexandra Toth, Assistant Manager der Simon Handels GmbH. Auch Erstausteller Whatnot Europe Ltd., der B2C-Händlern eine Livestreaming-Plattform für Onlineverkäufe bietet, ist positiv gestimmt: „Wir sind sehr begeistert vom vielen Traffic. Die IAW ist DIE Messe in Europa, um neue Verkäufer und Käufer zu treffen“, fasst Joohee Kim, Category Manager bei Whatnot, die Messetage zusammen.

Eine attraktive Ergänzung der Handelsangebote war die 21. Ausgabe der E-Commerce Arena, organisiert von RESTPOSTEN.de und MiToU GmbH. Das zweitägige Programm lieferte E-Commerce-Händlern durch Speakerbeiträge und Diskussionsrunden wichtigen Input über Tipps, Tricks und Trends des Onlinehandels, dessen Umsatz und Beliebtheit konstant ansteigen. Künstliche Intelligenz als inhaltlicher Treiber des Programms wurde ergänzt um Themen wie Google Ads, Produktfotografie, Recht und Steuern, betont Mitorganisator und Moderator Michael Frontzek, Geschäftsführer der MiToU GmbH. „Die E-Commerce Arena vermittelt viel praktisches Wissen. Der Content sind Best Practice Beispiele. Hier kann man dazu in den Austausch kommen“. Die Arena soll Händlern ermöglichen, ihre Onlinepräsenz bestmöglich aufzubauen und zu skalieren.

Von lukrativen Aufträgen über wertvolle Vorträge bis hin zu vielversprechenden Kontakten verteidigte die 39. IAW-Messe ihren Ruf als bewährte Drehscheibe in der internationalen Handelswelt. Die 40. Jubiläumsausgabe der IAW findet vom 24. bis 26. März 2026 statt und verspricht erneut ein breites Produktspektrum, Topkonditionen und viele neue Kontakte.



**Nordwestdeutsche Messegesellschaft
Bremen-Hannover mbH**
Heidplackenweg 9
26209 Hatten, GERMANY

www.iaw-messe.de

Pressekontakt

Kerstin Manke (Projektleitung)
+49 (0) 57 21 / 9 93 08 98
manke@iaw-messe.de

Kira Voigt (Marketing/ Medien/ Grafik)
+49 (0) 441 / 92 070 576
k.voigt@iaw-messe.de

Bildmaterial (300 dpi)

www.iaw-messe.de/presse