

PRESSEMITTEILUNG

Hatten, 16.02.2026

Mit starken Ausstellern und spannendem Programm: Die 40. IAW-Messe freut sich auf ihre Besucher

Bereits zum 40. Mal präsentiert sich die Internationale Aktionswaren- und Importmesse (IAW) als führender Branchentreff für den Handel. Vom 24. bis 26. März 2026 bringt die IAW-Messe in den Kölner Messehallen 300 Aussteller und über 5.000 Besucher zusammen. Die Veranstaltung verspricht lukrative Geschäfte, persönlichen Austausch in familiärer Atmosphäre und ein spannendes Begleitprogramm.

Die 40. IAW-Messe fällt in einen Zeitraum, in dem der deutsche Handelssektor eine Neujustierung erlebt. Die letzten Jahre stellten insbesondere den stationären Handel vor Probleme: Schwindende Kauflaune, finanzielle Ängste der Verbraucher und sinkende Konsumstimmungen ließen den innerstädtischen Handel leiden und Umsätze einbrechen. Während auch der Großhandel mit wirtschaftlichen Unsicherheiten kämpft, setzt der E-Commerce seinen steilen Aufstieg fort und steigert konstant Absatzzahlen und Umsatz. Die IAW-Messe bietet in dieser turbulenten Phase einen etablierten Treffpunkt für die ganze Branche, die Gelegenheit für intensiven Austausch und die Möglichkeit für Neuorientierung und unternehmerischen Aufschwung.

Das Produktsortiment der Jubiläums-Messe überzeugt erneut durch hohe Vielfalt und große Auswahl. Von Gartenartikeln und Spielwaren über Drogerie und Lebensmitteln bis hin zu Elektronikprodukten und E-Commerce präsentieren die Aussteller auf der IAW-Messe eine breite und innovative Produktpalette auf 30.000 qm Ausstellungsfläche.

Mit Vielseitigkeit und Internationalität überzeugen auch die Aussteller auf der 40. IAW-Ausgabe. Bereits seit der ersten Messe ist die OSMA-Werm GmbH auf der IAW vertreten. Das Unternehmen bietet ein saisonales und zeitgeistgesteuertes Sortiment an Körperpflege- und Kosmetikprodukten, Haushalts- und Reinigungsmitteln sowie Kleinpreis- und Saisonartikeln als Markenware oder Eigenmarken.

Mit der Mission, die Welt des B2B-Großhandels zu verändern, stellt WeStocklots auf der 40. IAW-Messe aus. Das niederländische Unternehmen vertreibt eine breite Palette von Overstock-Produkten und kombiniert hochqualitative Ware, einen E-Commerce-Ansatz und familiäre Geschäftsbeziehungen miteinander. „Die IAW ist für uns eine großartige Möglichkeit, mit Kunden in Kontakt zu kommen, über das Geschäft zu sprechen, neue Trends zu entdecken und Ideen auszutauschen“, sagt Geschäftsführer Branco Brouwers.

Neben den bekannten Playern präsentieren sich auch über 40 Erstaussteller auf der IAW, die mit ihren Sortimenten frische Innovationen in die Messehallen bringen. Zu ihnen zählt auch die italienische Giorgino Company. Das Unternehmen positioniert sich als erfahrener Partner in der Textilbranche und vermarktet und produziert sowohl seine eigene Kleidermarke als auch Private Label Produkte für die ganze Familie.



**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 Riege (Marketing/ Medien/ Grafik)
+49 (0) 441 / 92 070 576
riege@iaw-messe.de

Bildmaterial (300 dpi)

www.iaw-messe.de/presse/

PRESSEMITTEILUNG

Hatten, 16.02.2026

Erstmals am Start ist auch der Großhändler XMBO Trading. Das niederländische Unternehmen beliefert seit mehr als 25 Jahren Reseller mit (Marken-)Restposten und Ausverkaufsware mit einem Rabatt zwischen 75 % und 98 %.

Ebenfalls aus unserem Nachbarland und zum ersten Mal bei der IAW ist das auf Kreativität ausgerichtete Unternehmen „Goods by Goedegebuure“. Mit seinem Hintergrund in der Floristikbranche vertreibt das Familienunternehmen künstliche Blumen, Pflanzen und Home Accessoires unter dem Gesichtspunkt einer nachhaltigen Marktentwicklung.

Die IAW zeichnet sich nicht nur durch Produktvielfalt aus, sondern auch durch ein spannendes E-Commerce Programm. Die E-Commerce Arena als fester Bestandteil jeder IAW-Messe vereint als Herzstück des E-Commerce quarters führende Akteure des Onlinehandels und versorgt ihre Besucher mit Fachbeiträgen, Praxistipps und Talks. Ein Alleinstellungsmerkmal der E-Commerce Arena ist die Vielfalt der Themen: „Wir achten darauf, dass wir alle relevanten Leute raussuchen, die ein spannendes Thema haben und zur E-Commerce Arena passen“, sagt Michael Frontzek, Mitbegründer der MiToU GmbH und aktuell mit MI-Commerce in neuer Mission unterwegs. Für Besucher bietet sich die Möglichkeit, in den drei Messetagen attraktive Deals abzuschließen und die Produkte mit dem frischen Know-How aus der E-Commerce Arena erfolgreich zu vermarkten.

Der Unternehmer und LinkedIn-Experte Daniele Marino bereichert die E-Commerce Arena mit einem Vortrag unter dem vielversprechenden Titel „LinkedIn-Profil zur Akquise-Maschine: So gewinnst du 10 Kundenanfragen im Monat.“ In einer Marktentwicklung, in der Ads teurer werden, die KI Menschen ersetzbarer macht und Produkte leichter denn je kopiert werden können, ist es umso wertvoller, sein Gesicht, seine Story und seine Meinung zu platzieren. „Wer auf LinkedIn auftaucht, baut Reichweite auf, wird zur Autorität in seiner Branche und gewinnt Vertrauen, bevor überhaupt ein Gespräch stattfindet“, sagt Daniele Marino. Er fügt hinzu: „Die Zuhörer verstehen, wie sie Reichweite aufbauen, sich als Autorität positionieren und aus Fremden Fans machen und aus Fans zahlende Kunden. Ich teile zum ersten Mal mein LinkedIn Akquise System.“

Auch Ingrid Lommer bringt einen hohen Mehrwert für die Zuhörer der E-Commerce Arena mit. Sie ist Co-Gründerin von Marketplace Universe, einer Informations- und Vernetzungsplattform für das europäische Marktplatz-Business. „In der E-Commerce Arena erkläre ich den Zuschauern in einem sehr zahlenstarken Vortrag, warum der Absatz-Kanal Online-Marktplatz für ihr Geschäft in Deutschland, vor allem aber international, so wichtig ist und welche Plattformen für ihre Kategorie in welchem europäischen Land am relevantesten sind.“ Den Mehrwert für Besucher sieht Ingrid Lommer in der Hands-on-Mentalität der E-Commerce Arena, dank der Händler einen unmittelbaren Mehrwert für ihr tägliches Online-Geschäft mitnehmen können.



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 Riege (Marketing/ Medien/ Grafik)
+49 (0) 441 / 92 070 576
riege@iaw-messe.de

Bildmaterial (300 dpi)

www.iaw-messe.de/presse/

PRESSEMITTEILUNG

Hatten, 16.02.2026

Umgeben ist das Bühnenprogramm vom E-Commerce quarter, in dem sich führende Akteure des Onlinehandels präsentieren. Mit einer vielseitigen Software präsentiert sich beispielsweise 4SELLERS auf der 40. IAW-Messe. 4SELLERS ist eine ERP-Lösung mit tiefen B2B-Funktionen, integrierten Commerce-Modulen und Copilot-gestützter Automatisierung. „Wir liefern schnellere Abläufe, geringere Kosten und echte Skalierbarkeit – alles aus einer Hand“, sagt Chris Jakob, Head of Sales & Marketing.

Das E-Commerce quarter, exklusive Messeangebote und weitere Highlights können Besucher vom 24. bis 26. März in den Hallen 6 und 9 der koelnmesse erleben – erstmals mit Öffnungszeit bis 15 Uhr am letzten Messetag und einer neuen Hallenaufteilung für die bessere Orientierung. Das Ausstellerverzeichnis mit Firmenprofilen und einer Auswahl von Messeangeboten ist bereits online, in Kürze folgt auch das Programm für die E-Commerce Arena. Fachbesucher registrieren sich kostenlos über die Webseite www.iaw-messe.de.



**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 Riege (Marketing/ Medien/ Grafik)
+49 (0) 441 / 92 070 576
riege@iaw-messe.de

Bildmaterial (300 dpi)

www.iaw-messe.de/presse/