

PRESSEMITTEILUNG

Hatten, 27.03.2026

Der Handel in Bewegung: 40. IAW-Messe schließt mit positivem Fazit

Wenn innovative Aussteller ein buntes Produktsortiment präsentieren und aus Gesprächen Geschäfte werden, treffen sich die Akteure des Welthandels auf der Internationalen Aktionswaren- und Importmesse (IAW). Vom 24. bis 26. März 2026 fand die 40. Ausgabe der IAW-Messe in den Kölner Messehallen statt. Umrahmt von einem hochkarätigen Programm trafen rund 4.900 Fachbesucher mit 280 Ausstellern aus 25 Ländern zusammen, um neue Warensortimente zu begutachten, attraktive Deals zu verhandeln und sich über die neuesten Trends des Handels zu informieren. Auch in ihrer Jubiläumsausgabe positionierte sich die IAW damit als führende Handelsmesse in der internationalen Marktumgebung.

Projektleiterin Kerstin Manke zeigt sich angesichts der erfolgreichen Durchführung optimistisch: „Ich bin überzeugt, dass wir mit der 40. Messeausgabe einen starken Beitrag für die Handelswelt geleistet haben. In Zeiten, in denen der Markt durch steigende Energiepreise und geopolitische Spannungen auf die Probe gestellt wird, bildet die IAW-Messe eine kraftvolle Verbindung zwischen den Akteuren des Handels.“

Das Herzstück der IAW-Messe ist die Vielfalt der Aussteller mit ihren innovativen Produktsortimenten. Das italienische Unternehmen International Tex Trade ist zum wiederholten Mal auf der IAW. Gioele Cozzolino, Sales Director des Unternehmens, betont den erfolgreichen Verlauf der Messe: „Wir sind sehr zufrieden. Es sind Leute wiedergekommen, die wir die letzten Jahre nicht gesehen haben und mit denen wir wieder Kontakt aufgenommen haben. Wir konnten gute Aufträge schreiben und einige Termine vereinbaren.“ Einen besonderen Mehrwert sieht er im Charakter der IAW-Messe als Treffpunkt für internationale Kunden: „Wir lernen hier viele Leute aus dem nicht-europäischen Ausland kennen, die auf der Suche nach europäischer Qualität sind.“

Die Vielfalt und Internationalität der Kunden weiß auch Niklas Mertens zu schätzen, Vertriebsmitarbeiter der Expo-Börse GmbH: „Wir gewinnen auf der IAW viele Kunden dazu, die nicht nur aus dem Sonderpostenbereich kommen. Sie wollen sich hier Schnäppchen sichern und sich strategisch breiter aufstellen.“ Er hält fest, dass sie auch bei der 40. IAW-Ausgabe viele neue Geschäftspartner kennenlernen und gute Aufträge verbuchen konnten.

Diese Kontakte sind sehr wertvoll in Zeiten, in denen die Zukunft im Handelssektor immer wieder neu definiert wird. Geopolitische Spannungen, steigende Energiekosten und ökonomische Unsicherheiten belasten die Branche und gehen auch an den IAW-Ausstellern nicht vorbei. Ralf Benzler ist Gebietsverkaufsleiter der STYLEX GmbH. Er hält fest: „Der Markt ist aktuell ein großes Fragezeichen. Unternehmen achten zunehmend auf ihre Lagerbestände und wollen schneller verkaufen, das Großvolumen wird kleiner.“ Innovation, Flexibilität und ein feines Gespür für Trends sieht er als wichtige Fähigkeiten, um sich als Unternehmen in dieser Situation zu behaupten.



**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, 27.03.2026

Welche Rolle spielt die IAW-Messe dabei? „Die IAW wird immer mehr auch zur Informationsbörse, bei der man an den kleinen Stellschrauben drehen kann. Sie ist eine Schnittstelle, an der man bei Neukunden und Interessenten nachfassen kann. Nur im persönlichen Gespräch kann man herausfinden, wo die Reise hingeht.“

Diese Schnittstelle wird immer wieder auch von neuen Ausstellern für die strategische Weiterentwicklung genutzt. Auf der 40. Ausgabe der Handelsmesse brachten 58 Newcomer frische Sortimente in die Messehallen. Mehmet Emin Arli ist mit seinem Unternehmen, der Arli GmbH, zur IAW gekommen, um sein Unternehmen strategisch weiterzuentwickeln. „Wir wollten hier Präsenz zeigen, auch um zu verstehen, wie der Markt mit Restposten und Aktionsware läuft und wie die Händler einkaufen.“ Nach 17 Jahren Online-Vertrieb möchte sich das Unternehmen nun auch im stationären Handel etablieren. Sein Fazit: Durchweg positiv. „Die Kunden kommen hierher, um zu kaufen, und nicht nur, um eine Messe zu besuchen“, betont Arli.

Ein ähnliches Fazit zieht Uwe Alsen, der mit seiner Alsen Handelshaus GmbH erstmals auf der IAW ausstellt. Neben dem Kontakt zu neuen Kunden beobachtet er den Mehrwert der Messe in Austausch und Inspiration: „Man muss in unserem Markt schnell sein und auf Trends eingehen. Auf der Messe kriegen wir direktes Feedback zu unserem Sortiment und können auch in den Kontakt mit Wettbewerbern gehen.“

Fachbesuchern eröffnen sich auf der IAW-Messe Möglichkeiten, diese neuen Markttrends direkt in ihre Lagerbestände zu übernehmen. Auch unter den Besuchern herrscht große Zufriedenheit mit dem Verlauf der Messe. Bassem Chour ist Betriebsleiter der BaMu Post und Bürobedarf GmbH und erstmals auf der IAW. Sein Fazit ist eindeutig: „Die Messe lief total gut für uns.“ Die IAW ist für ihn nicht nur ein Ort, um neue Lieferanten zu finden, sondern auch eine Quelle für Anregungen und Impulse. „Der Messebesuch erleichtert für uns vieles: Hier fühlt man die Produkte in den Händen, redet mit den richtigen Ansprechpartnern und kann direkt Nägel mit Köpfen machen“, sagt Chour am Ende seines Messebesuchs.

Die IAW-Messe lohnt sich für Besucher und Aussteller nicht nur durch wertvolle Gespräche, sondern auch durch ein eindrucksvolles Rahmenprogramm. In der 22. Ausgabe der E-Commerce Arena teilten Experten des Onlinehandels Erfahrungswerte, Tipps und Einblicke aus ihren Erfolgsgeschichten. „Ich bin sehr zufrieden mit dem Verlauf“, sagt Organisator Michael Frontzek am letzten Messetag. „Wir hatten ein sehr hochkarätiges Lineup. Die Themen gingen von Marktplätzen über KI und Tools zu Hacks. Man hat hier als Besucher alles mitbekommen, was man braucht, und sehr viel Impact erhalten.“ Umgeben ist die Bühne vom e-commerce quarter, in dem sich führende Akteure des Onlinehandels an ihren Ständen präsentieren.



**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, 27.03.2026

Ein Themenfokus dieser Ausgabe der E-Commerce Arena war die Vielfalt der Marktplätze, auf denen E-Commerce-Händler agieren können, um ihre Produkte zu vertreiben. Neben Vorträgen zu den großen Marktplätzen, wie Amazon, ebay oder Kaufland, präsentierten sich auch kleinere Player, wie der britische B&Q Marketplace. „Ich bin kein Fan von Einseitigkeit. Wir fassen das Programm so weit wie möglich, damit für jeden etwas dabei ist. Die Highlights liegen im Unterschied der Leute“, erklärt Michael Frontzek.

Mit frischen Warensortimenten und einer familiären, produktiven Gesprächsatmosphäre hat sich die IAW-Messe auch in ihrer 40. Ausgabe trotz einer angespannten Marktlage als Nordstern der internationalen Handelsbranche positioniert. Besucher und Aussteller profitierten nicht nur durch Geschäftskontakte, sondern auch durch Branchen Insights und exklusive Vorträge.

Die nächste IAW-Messe findet vom 08. bis 10. September 2026 in den Hallen 6 und 9 der Koelnmesse statt.



**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/