

PRESSEMITTEILUNG

Hatten, 11.09.2026

Stabilität im herausfordernden Marktumfeld: 41. IAW-Messe schließt mit positivem Fazit

Von Spielwaren bis Dekoration, von Liveshopping bis Einzelhandel und von Restposten bis zu Aktionsware: Auf der 41. Internationalen Aktionswaren- und Importmesse (IAW) in Köln präsentierten 260 Aussteller, darunter 26 Erstausssteller, vielfältige Sortimente und neue Handelstrends. Rund 5.000 Fachbesucher aus mehr als 65 Ländern konnten auf der IAW lukrative Deals abschließen und ihren Wissenshorizont erweitern. Auch in einem herausfordernden Marktumfeld behauptete sich die IAW damit als Brückenbauer im internationalen Handel.

Projektleiterin Kerstin Manke zieht ein positives Fazit: „Die 41. IAW-Messe konnte ein wichtiges Signal an die Handelswelt senden: Auch in einer schwierigen welt- und wirtschaftspolitischen Lage gibt der persönliche Kontakt auf der IAW-Messe Sicherheit und hilft Unternehmen dabei, ihr Geschäft zukunftsfähig aufzustellen.“

Im Zentrum der IAW-Messe stehen die breit gefächerten Sortimente der Aussteller, die sich trotz der preisbewussten Konsumstimmung im Markt zufrieden zeigen: „Wir sind immer sehr glücklich mit der Organisation und der Qualität der Besucher. Für unser Unternehmen ist es immer eine gute Erfahrung, weil wir gute neue Kunden finden“, sagt Samuel Ben Béhé, CEO von Fornord Import Distribution. Auch Zaid Kaisi, Sales Manager von Sasa Trading, ist zufrieden: „Wir sind komplett überfallen worden von Kunden. Viele Artikel sind schon ausverkauft und wir hätten nicht gedacht, dass wir so schnell Verkäufe erzielen können. Wir haben viele neue Kunden gewonnen und können unsere Gesichter mal zeigen. Hier sind alle an einem Fleck, die IAW ist einfach ein guter Treffpunkt.“

Dass die IAW-Messe genau diesen Anspruch hat, verdeutlicht Ulrich Zimmermann, Geschäftsführer der Nordwestdeutschen Messegesellschaft Bremen-Hannover mbH: „Die IAW verfolgt seit ihrer Erstaussgabe das Ziel, Händler dabei zu unterstützen, Lösungen für genau die Fragen zu finden, mit denen sich die Branche beschäftigt. Mit vielversprechenden Ausstellern und einem interessanten Rahmenprogramm ist es uns gelungen, ein Umfeld zu schaffen, um vorwärtszudenken und den Herausforderungen der Handelsbranche zu begegnen.“

Neue Methoden des Handels präsentierte die amerikanische Liveshopping-Plattform whatnot an ihrem Messestand. „whatnot verbindet Entertainment und Shopping. Käufer finden im interaktiven Format gute Deals und eine riesige Produktpalette mit einem menschlichen Erlebnis“, erklärt Marketing Manager Leon Niemeyer.

Von der produktiven Atmosphäre auf der IAW profitierten auch die Erstausssteller. Die Obsession AG ist ein Handelsunternehmen für Heimtextilien und kam mit dem Ziel zur IAW, neue Kontakte zu knüpfen. „Es läuft bombastisch, wir sind super zufrieden und strahlen einfach nur“, berichtet Meg Yousofi, Head of Sales bei Obsession. „Wir haben Kunden kennengelernt, an die wir bisher nicht rankommen konnten.“ Ähnlich positiv bewertet Uwe Holzvoigt die 41. IAW. Mit seiner Firma Anytrade tritt er als Distributor der Marke HAVIT auf. Holzvoigt betont das sehr internationale Publikum mit heterogenen Käufern und produktiven Gesprächen.



**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

Bildmaterial (300 dpi)

www.iaw-messe.de/presse/

PRESSEMITTEILUNG

Einkäufer können auf der IAW vielseitige Produkte zu attraktiven Konditionen direkt vor Ort bestellen. Genau dafür besucht Muhammad Suleiman zum zweiten Mal die IAW: „Auf der IAW findet man sehr gemischte Sortimente, es gibt nahezu jedes Produkt zu kaufen.“ Mit seinem Unternehmen IPEKYOL baut er aktuell ein Standbein im Handel mit Beauty-Produkten auf. Die gleiche Produktauswahl hebt Caroline Schömel hervor, die als Sales & Partner Managerin der Vergleichshai GmbH erstmals die IAW besucht. „Es gibt viele Firmen aus ganz Europa und international, was für uns Sinn und Zweck der Messe ist. Du findest hier eine Produktvielfalt, die du nirgendwo sonst hast.“

Gleichzeitig erhielten Einkäufer neue Impulse für den Onlinehandel. In der E-Commerce-Arena teilten 34 Speaker Praxiseinblicke und Fachwissen mit dem Publikum. Das Programm deckte alle Themen ab, die den E-Commerce derzeit beschäftigen: Compliance, Content und Produktbilder waren genauso vertreten wie KI-Workflows, Amazon und die neuen Entwicklungen rund um Social Commerce. Michael Frontzek ist Gründer der Amazon-Agentur mi-commerce und Organisator der E-Commerce-Arena. Den Mehrwert sieht er vor allem in der Themenvielfalt: „Wir haben bisher nur positives Feedback von Besuchern und Speakern bekommen. Die Besucher bekommen hier sehr viel kostenlosen Input“, sagt Frontzek am letzten Messetag. Mit dem Input aus den Vorträgen und dem Austausch mit den Ausstellern im E-Commerce-Quarter, das rund um die Arena führende Player des Onlinehandels vereint, erhalten Besucher das Wissen, um auf der IAW erworbene Produkte erfolgreich online zu vermarkten. Für die nächste Ausgabe der E-Commerce-Arena plant Frontzek, die Themen TikTok und Social Commerce noch mehr in den Fokus zu rücken: „Social Commerce ist aktuell der am schnellsten wachsende Bereich und auch Liveshopping wird immer relevanter“, sagt der E-Commerce-Experte.

Mit aktuellen Produktsortimenten, wertvollem Branchenwissen und einer produktiven Gesprächsatmosphäre hat sich die IAW auch in ihrer 41. Ausgabe als wichtige Plattform im internationalen Handel behauptet. Die nächste IAW-Messe findet vom 09. bis 11. März 2027 in den Hallen 6 und 9 der koelnmesse zeitgleich mit der Asia-Pacific Sourcing 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

Bildmaterial (300 dpi)

www.iaw-messe.de/presse/