

# swiss interior expo 2026 vereint Swissness



Nach einem anspruchsvollen Jahr 2025 bleibt der Schweizer Küchenmarkt unter Druck. Das Marktvolumen lag mit rund 130.000 Küchen auf Vorjahresniveau. Während der Umbau von Einzelküchen leicht zulegen konnte, war der Objektmarkt von rückläufigen Volumina und starkem Preisdruck geprägt. Für 2026 und 2027 zeichnet sich ein differenzierteres Bild ab: der führende Verband Küche Schweiz prognostiziert ein Wachstum von bis zu vier Prozent. Das Marktvolumen könnte auf rund 132.000 Küchen im Jahr 2026 und auf etwa 134.000 Küchen im Jahr 2027 steigen. Impulse kommen vor allem aus dem Umbausegment, aus Einzelküchenprojekten sowie aus dem mittleren bis gehobenen Eigenheimbereich. In diesem volatilen Umfeld gewinnen Plattformen an Bedeutung, die Markttransparenz schaffen, Entscheidungswege verkürzen und gezielt relevante Akteure zusammenbringen.

All das findet die Möbel- und Einrichtungsbranche auf der zweiten Auflage der swiss interior expo vom 9. bis 11. November 2026 in Bern. Das Event versteht sich dabei explizit als Schweizer Branchenplattform, die Küche und Einrichten in einer Halle zusammenführt und konsequent auf Effizienz auf hohem Niveau ausgelegt ist: An drei Tagen bringt die Messe alle relevanten Experten an einem Ort zusammen. Im Zentrum stehen dabei die Entscheider aus Küchen-, Einrichtungs- und Hausgerätehandel, Innenarchitekten und Architekten, Schreiner, Fachplaner, Entwickler, Investoren und Generalunternehmen. Gerade Objektentwickler und Projektverantwortliche stehen in diesem Jahr besucherseitig im Fokus: ein entscheidender Hebel, wenn Küchen und Wohnwelten immer stärker als integrierter Teil der Planung gedacht werden.

## Swissness als Branchenvorteil

„Swissness“ hat sich längst zu einem belastbaren Gütesiegel entwickelt. Im Küchen- und Einrichtungsbereich steht es für Präzision, Langlebigkeit, hoher Verarbeitungsqualität und für Verlässlichkeit in der Projektabwicklung sowie – je nach Unternehmen – für kurze Lieferketten und nachhaltige Beschaffung. Gerade im Objektgeschäft, wo Termintreue, Qualitätssicherung und Planbarkeit zentrale Kriterien sind, wird Herkunft und Planbarkeit zum strategischen Argument.



Dies betont auch **Christopher Boss, Geschäftsführer des Veranstalters trendfairs**: „Für Unternehmen, die ihre Marktposition im Schweizer Küchen- und Einrichtungsmarkt aktiv ausbauen wollen, ist die swiss interior expo ein strategischer Hebel: konzentrierte Entscheiderpräsenz, kurze Wege und eine Plattform, die auf Effizienz und konkrete Geschäftsimpulse ausgelegt ist.“

## Sonderformate lebensraum und stage: wenig Aufwand, große Wirkung

Über den klassischen Messeauftritt hinaus bietet die swiss interior expo kuratierte Formate, die zusätzliche Sichtbarkeit sowie inhaltliche Impulse schaffen und damit einen klaren USP im Vergleich zu anderen Messen bieten. Ein besonderer Impuls kommt hierbei von der Specialshow lebensraum: Hier verschmelzen die Räume „Küche Essen Wohnen“ in einer aufeinander abgestimmten Gesamtinszenierung – das Live-Erlebnis, das Eintauchen in reale Wohnwelten, steht im Mittelpunkt. Für den Handel liefert der lebensraum kreativen Input; für Aussteller eröffnet er zusätzliche Präsentations- und Absatzchancen. Als weiteres Kernelement ergänzt die stage das Messekonzept: Sie schafft Mehrwert durch Wissenstransfer und Networking – mit täglichen Programmpunkten, Trends und Neuheiten sowie Dialogformaten zwischen Entscheidungsträgern, Fachbesuchern und Fachpresse.



## Gemeinsam stark: Vernetzung als Wettbewerbsvorteil

Die Schweizer Möbel- und Einrichtungsbranche steht vor einer Phase der Neuordnung. Steigender Preisdruck, Konsolidierungstendenzen und veränderte Anforderungen im Objekt- und Projektgeschäft verlangen nach klarer

Positionierung und geschlossener Präsenz im Markt. Wer in diesem Umfeld bestehen will, muss mehr bieten als Produktqualität – gefragt sind Sichtbarkeit, Partnerschaften und strategische Abstimmung entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Dass die Branche einen Schulterschluss braucht, betont **Walter Pretelli, Geschäftsführer von Einrichten Schweiz**: „Gemäß unserer Vision engagiert sich einrichtenschweiz mit Herz für wertiges und leidenschaftliches Einrichten in der Schweiz. Wir sehen unsere Mission in der Vernetzung der Einrichtungsbranche. Eine Messe dient genau dem Zweck, der Industrie eine solche Plattform zur Vernetzung und für erfolgreiche Geschäfte zu bieten.“ Der Wunsch, mit anderen Unternehmen in Austausch zu treten, hat auch eine räumliche Komponente, die Peter Achermann, Geschäftsleitung Der Kreis, der Verbundgruppe für Küchenspezialisten, hervorhebt: „Die swiss interior expo 2026 bringt die Branche zusammen – für uns (...) ein wichtiger Ort, um Ideen auszutauschen, Trends zu entdecken und den Schweizer Küchenmarkt aktiv mitzugestalten.“

Damit wird die Messe zur sichtbaren Klammer einer Branche, die Verantwortung übernimmt – für Qualität, Wettbewerbsfähigkeit und die Zukunft des Schweizer Möbel- und Küchenmarktes.



Swissness, fokussierte Entscheiderpräsenz und kuratierte Formate machen die swiss interior expo 2026 zu einer Plattform mit klarer strategischer Funktion im Schweizer Küchen- und Einrichtungsmarkt. Die in 2024 etablierte Branchenplattform steht für Kontinuität und für ein modernes Messekonzept, das bewusst auf nationale Markt Bündelung, qualifizierte Fachbesucher und effiziente Geschäftsanbahnung setzt. Für Unternehmen, die ihre Präsenz im Schweizer Markt festigen oder gezielt ausbauen möchten, bietet die swiss interior expo einen strukturierten Zugang zu relevanten Entscheidern.

Wer davon profitieren möchte, kann sich hier über die Beteiligungsmöglichkeiten informieren: [www.swiss-interior-expo.ch/aussteller/aussteller-werden](http://www.swiss-interior-expo.ch/aussteller/aussteller-werden).

Weitere Informationen finden Sie unter [www.swiss-interior-expo.ch](http://www.swiss-interior-expo.ch)

Quelle: trendfairs/Fotos: swiss interior expo/sascha bartel