

Küchenbranche trifft sich im November in Bern

Als einzige Schweizer Fachmesse für Einrichten und Küche bündelt die „swiss interior expo“ die relevanten Player der Branche – mit Fokus auf den Schweizer Markt. Mit passgenauen Besuchergruppen aus Handel, Planung sowie Objektgeschäft und zielführenden Sonderformaten will die Veranstaltung im November wichtige Impulse setzen.



Die „swiss interior expo“ erlebte 2024 ihre Premiere. (Foto: Trendfairs)

Herausfordernder Schweizer Küchenmarkt

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 Volumen 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.

Schweizer Branchenplattform

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“, so Veranstalter Trendfairs. An drei Tagen bringt die Messe ausschließlich Fachbesucher an einem Ort zusammen. Im Zentrum stehen dabei die Entscheider aus Küchen-, Einrichtungs- und Hausgerätehandel, Innenarchitekten und Architekten, Schreiner, Fachplaner, Entwickler, Investoren und Generalunternehmen. Insbesondere 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“, sind die Macher überzeugt.

„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 Trendfairs Geschäftsführer Christopher Boss: „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.“

Kuratierte Formate für zusätzliche Sichtbarkeit



Die „stage“ schafft Mehrwert durch Wissenstransfer und Networking – mit täglichen Programmpunkten, Trends und Neuheiten sowie Dialogformaten. (Foto: Trendfairs)

Über den klassischen Messeauftritt hinaus bietet die „swiss interior expo“ kuratierte Formate, die zusätzliche Sichtbarkeit sowie inhaltliche Impulse schaffen. Für einen besonderen Impuls soll die Specialshow „lebensraum“ sorgen. Die Idee: Die Räume „Küche Essen Wohnen“ sollen in einer aufeinander abgestimmten Gesamtinszenierung verschmelzen – 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.

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.

Dass die Branche einen Schulterschluss braucht, betont Walter Pretelli, Geschäftsführer von Einrichten Schweiz: „Gemäß unserer Vision engagiert sich Einrichten Schweiz 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.“