

# HARTDRAN

## Der HARTMANN-Möbel-Report

„Ich war der Möbeldmann“:

### Schieder Möbel Gründer Rolf Demuth ist tot

**Rolf Demuth**, Gründer und ehemaliger Inhaber der **Schieder-Möbel-Gruppe** ist am 04.03.2026 gestorben – „friedlich eingeschlafen“, wie es aus seinem Umfeld heißt.

**Rolf Demuth** wäre am 23.03.2026 87 Jahre alt geworden. Die letzten Jahre verbrachte er in einem Seniorenheim. Die Beerdigung fand in einem überschaubaren Kreis von Familienangehörigen und langjährigen Weggefährten am Freitag, 13.03.2026, um 12:30 Uhr auf dem Erika Friedhof, Vlothoer Straße, in Herford statt.

An **Rolf Demuth** als „Legende“ zu erinnern, das ist sicher nicht zu hoch gegriffen. Er hatte Weitsicht, agierte mit Entschlossenheit und verfügte über außerordentliche Führungsqualitäten. Vor allem aber hatte er ein: Charisma.

Charisma im allerbesten Wortsinn. Und es gelang ihm perfekt, diese angeborene Eigenschaft, wann immer es sinnvoll erschien, zum eigenen Vorteil erfolgreich einzusetzen.

Und er war Überzeugungstäter. Er war nahbar, vermittelte Geschäftspartnern und Mitarbeitern das Gefühl, mit ihm auf dem richtigen Weg zu sein.

Er war nahbar auch auf seinem Weg nach Osteuropa, als er Ende der 1980er Jahre als erster die Möglichkeiten der Kooperation mit der polnischen Möbelindustrie erkannte und den künftigen Partnerunternehmen als Mensch gegenüber trat.

Er gab vor, polnisch lernen zu wollen, er äußerte Respekt gegenüber den polnischen Mitarbeitern in den Möbelfabriken und er setzte sich für auskömmliche Löhne ein.

Frage eines polnischen Journalisten bei der Eröffnung eines der ersten **Schieder Möbel Polsterwerke** in Olsztyn: „Bisher haben wir in Polen immer nur von bösen Kapitalisten gehört, sollten Sie vielleicht der erste gute Kapitalist sein, den wir kennenlernen?“ Demuths wohl gelaunte Antwort: „Ja, so ist es!“

**Rolf Demuth** gründete sein Unternehmen **Schieder Möbel** im Jahr 1964 zusammen mit seinem Schwiegervater **Hermann Wortmann** als **Schieder-Möbel Wortmann GmbH & Co. KG, Schieder-Schwalenberg**. Daraus wurde im Lauf der folgenden vierzig Jahre

die Schieder Möbel Gruppe (**Schieder Holding AG**) mit über 40 Einzelfirmen und einem konsolidierten Umsatzvolumen von rund 500 Millionen Euro.

Die in diversen Veröffentlichungen angegebenen Umsatzerlöse in Höhe von knapp einer Milliarde Euro resultieren aus der Addition von Innen- und Außenumsätzen, die der Realität aber bei weitem nicht entsprechen.

**Rolf Demuth** hat eben immer ein wenig größer gedacht, als es den Realitäten entsprach. Und er hat polarisiert. Das Bild des „guten Kapitalisten“ wurde bei weitem nicht von allen Zeitgenossen geteilt. Besonders nicht von der mittelständisch aufgestellten Möbelindustrie, die in den 1980er und 1990er Jahren unter der preisaggressiven Strategie der **Schieder Möbel Gesellschaften** zu leiden hatten.

So gehörte es in den letzten 20 Jahren des vergangenen Jahrhunderts zum guten Ton, grundsätzlich der **Schieder Möbel Gruppe** die Schuld zu geben, wenn einstmals gesunde Mittelständler beim jeweils zuständigen Amtsgericht vorstellig werden mussten.

Teilweise sicher zurecht, denn lästige Mitbewerber wurden zuweilen durch ruinöse Dumpingpreise aus dem Markt geboxt, und gängige Modelle solcher Unternehmen kamen danach oft aus Schieder.

Aber auch intern verteilte der „Möbel-König“ **Rolf Demuth** durchaus nicht nur Streicheleinheiten. Gut drei Dutzend Geschäftsführer ebensovieler Einzelfirmen der **Schieder Möbel Gruppe** standen je nach Sortiment im heftigen Wettbewerb. Vor allem an der Preisfront.

Grundsätzlich ging es zumeist um „wer kann's billiger?“ Und da kristallisierten sich dann die Lieblinge der Geschäftsleitung heraus, die aber ebenso leicht wieder in der Versenkung verschwinden konnten. Ein Hauen und Stechen unter den Führungskräften, das war normal bei **Schieder Möbel**. Und wurde von der Firmenspitze nicht nur geduldet, sondern durchaus forciert.

„Teile und herrsche!“ Auch dieses Motto gehörte zu den Strategien des **Schieder Möbel** Gründers **Rolf Demuth**, der damit jahrzehntelang erfolgreich war. – Bis zum bitteren Ende im Jahr 2007 (siehe auch Seite drei). ♦



**Rolf Demuth** (© Archiv)

#### Inhalt:

**BSH:**  
Mehrmarkenvertrieb

**Insolvenzen:**  
Interio + MCA

**Kurt Krieger:**  
Spende nach rechts

**Möbelhandel:**  
Umsatz stagniert

**Möbelindustrie:**  
Ausfuhren stabil

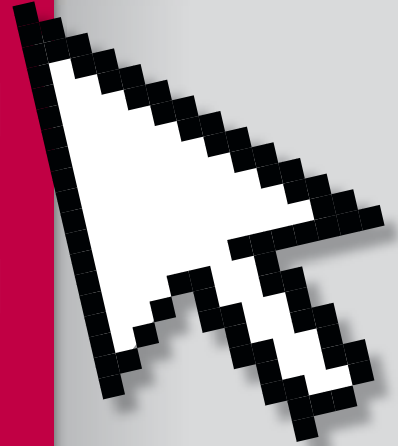
**Personalien:**  
Kurt Blank,  
Benjamin Dobrott, Kay  
der Heer,  
Luka Modrić, Hans-Jürgen  
Plöb, Michael  
Schnaiter

Dieser Text kann nicht weggeklickt werden.



# Print

bleibt. Und verkauft!



Ihr Spezialist für Printwerbung:  
**02431 / 977485-0**

**CHAAR**  
UNTERNEHMENSBERATUNG  
Aktionen für den Einzelhandel

... der Werbe- und  
Abverkaufsspezialist  
seit über 30 Jahren!

CHAAR Unternehmensberatung GmbH | [info@chaar-gmbh.de](mailto:info@chaar-gmbh.de) | [www.chaar-gmbh.de](http://www.chaar-gmbh.de)

**partnertage**  
Ostwestfalen

**24.03.-26.03.2026**

Messezentrum Bad Salzungen

## Das Gute zuerst:

Nach dem Tod von **Rolf Demuth** habe ich einen lang-jährigen Weggefährten der **Schieder Möbel-Legende** gebeten, seine persönlichen Erinnerungen an den Verstorbenen zu Papier zu bringen.

Unter der Überschrift „Meine Erfahrungen und die Gedanken in der Zeit mit **Rolf Demuth**“, hat er, der anonym bleiben möchte, der aber auf viele gemeinsame Jahre mit dem **Schieder Möbel-Boss** zurückblicken kann, eine sehr persönlich gehaltene Rückschau formuliert:

„Bescheiden in seiner Person und zuvorkommend höflich zu Allen. Er hatte Visionen und übermittelte diese in einer Art und Weise, dass sich jeder mitgezogen fühlte. Er konnte begeistern wie kein Zweiter und dabei ging es stets um die Sache. Egal ob Azubi, Hilfskraft oder Geschäftsführer, er suchte und pflegte zu allen und in jeder Situation den Kontakt.“

Ein Macher, ein Mann der Tat. Andere überlegten und diskutierten noch, er handelte schon. Er war in den Entscheidungen einfach treffsicherer und schneller als andere.

Spontanität und die passenden Worte waren ein Teil seiner Merkmale. Wenn er kritisierte, dann überzeugend und mit Argumenten. Er war aber tolerant. - Ein Pionier seines Faches.

Sein Fehler war, dass er auf der Suche nach einem Nachfolger, sich zu sehr von den theoretischen Darlegungen branchen- und praxisfremder Berater begeistern ließ.“

So viel zu dem. Eine Würdigung des Lebenswerks von **Rolf Demuth** kommt natürlich nicht ohne einen Blick auf das dicke Ende aus. Wobei ich gerne darauf verzichte, die Details der **Schieder Möbel-Pleite** hier nachzuerzählen. Nur so viel. Nach Unregelmäßigkeiten in den Bilanzen kam es 2007 zur Insolvenz der **Schieder Möbel-Gruppe**, und Jahre später, im Jahr 2010, wurden Demuth und drei weitere Führungskräfte der **Schieder Möbel Holding** angeklagt. Vorwurf: Kre-

ditbetrug und Bilanzmanipulation. Für **Rolf Demuth** lautete das Urteil 3 ½ Jahre Gefängnis, von denen er überwiegend im offenen Vollzug, zwei Drittel verbüßt hat, bis er 2013 wieder auf freien Fuß kam.

„Ich war der Möbelmann“, sagte Demuth vor Gericht, was heißen sollte, um Zahlen habe er sich nicht gekümmert. Später räumte er dann ein, doch dies und das über Bilanzmanipulationen mitbekommen zu haben.

Nach der Verbüßung seiner Haftstrafe hat sich der **Schieder Möbel-Boss** aber keineswegs versteckt. Er unternahm verschiedene Versuche, mit einzelnen Firmen wieder einzusteigen in die Branche, war auf Messen unterwegs und aktivierte alte Kontakte. Letztendlich aber ohne Erfolg.

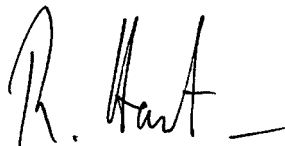
**Horst von Buttlar**, heute Chefredakteur der Wirtschaftswoche, hat damals den Prozess von Anfang bis Ende verfolgt, wobei ein Rückblick des Wirtschafts magazins Capital aus dem Jahr 2019 wohl auf seine Recherchen zurückzuführen ist.

Da heißt es über **Rolf Demuth** und Kollegen:

„Sie sollten mit falschen Zahlen, geschönten Bilanzen und überbewerteten Lagerbeständen die Notlage verschleiern haben. Der Schaden: 234 Millionen Euro. Der Prozess vermittelte jedoch den Eindruck, dass die Angeklagten zuvorderst das Unternehmen retten wollen.“ - „Hier sitzt keine Bande“, habe der Richter damals erklärt. Niemand habe sich persönlich bereichert. Und die Banken hätten unter haarsträubenden Bedingungen Kredite vergeben.

Angesichts aktueller Wirtschafts-Delikte á la **Wirecard** oder **René Benko** sind das aus heutiger Sicht dann doch eher Peanuts. Er war eben „nur“ der Möbelmann, **Rolf Demuth**. Eine bemerkenswerte Persönlichkeit war er allemal.

Ihr




Ralf Hartmann

### IMPRESSUM

**Hartmann Media GmbH,**  
Berger Str. 15, 82319 Starnberg

**Postanschrift:** Postfach1105, 82301 Starnberg  
Tel.: 0 81 51 / 556 67 05  
Mobil: 01 75 / 2 44 09 74  
e-mail: hartdranreport@gmail.com

**Internet:** www.hartdran.com

**Herausgeber:** Ralf Hartmann

**Redaktion:** Ralf Hartmann (verantw. für d. Inhalt),  
Philipp Hartmann

**Anzeigen/Vertrieb/Aboverwaltung:** Anna Hartmann

**Layout und Druck:** PC-HELP GmbH/Digitaldruck, Regina Dautenhahn  
82515 Wolfratshausen

**Erscheinungsweise:** 15x im Jahr

**Bezugskosten:** als Jahresabonnement  
€ 150,- zzgl. Versand + ges. MwSt.

**Anzeigenpreise:** Zur Zeit gilt die Preisliste Nr. 10 vom 01.11.2019

**Bankverbindung:** Merkur Bank KGaA  
IBAN: DE15 7013 0800 0000 005231  
BIC: GENODEF1M06

## Auf Vorjahresniveau:

# Deutsche Möbelausfuhren sind stabil

Hauptabsatzmärkte **Frankreich** und **Schweiz**: Die deutschen **Möbelexporte** stabilisieren sich auf Vorjahresniveau

Die deutschen **Möbelausfuhren** haben im vergangenen Jahr laut der vorläufigen Außenhandelsstatistik des Statistischen Bundesamts einen Wert von rund 8,2

**markt Frankreich** rangierten im Jahr 2025 mit rund 1,3 Milliarden Euro auf Vorjahresniveau. Ein Zuwachs von 3,5 Prozent auf rund 1,2 Milliarden Euro wurde bei den Lieferungen in die **Schweiz** verbucht. Zu Rückgängen kam es in **Österreich** (minus 4,8 Prozent), den **Niederlanden** (minus 0,8 Prozent), dem **Vereinigten Königreich** (minus 4,8 Prozent) und **Belgien** (minus 0,3 Prozent). Erfreulich entwickelten sich die Möbelexporte nach **Italien** (plus 9,3 Prozent) und **Spanien** (plus 7,7 Prozent). In Spanien sorgte der florierende Wohnungsbau für einen wachsenden Einrichtungsbedarf.

Für das laufende Jahr rechnet Kurth mit einer weiteren leichten Erholung des Auslandsgeschäfts. Schon im vierten Quartal des vergangenen Jahres sei eine Belebung erkennbar gewesen. Die deutsche **Möbelindustrie** erzielte im vergangenen Jahr 34 Prozent ihres Umsatzes im Ausland.

Unterdessen legten die **Möbeleinfuhren** nach Deutschland um 10,3 Prozent auf rund 10,7 Milliarden Euro zu. Das Hauptlieferland **China** steigerte seine Lieferungen um 9,3 Prozent auf 3,1 Milliarden Euro. Dabei habe auch die amerikanische Zollpolitik eine Rolle gespielt, erläutert **Jan Kurth**.

„Chinesische Möbelhersteller fluten den europäischen Markt mit Produkten, die sie wegen der Einfuhrzölle nicht mehr in den Vereinigten Staaten absetzen können.“ Dies führe zu einem verstärkten Preisdruck auf dem deutschen Markt. Mit einem Anteil von 29,5 Prozent an den deutschen Möbelimporten lag **China** knapp vor **Polen** mit einem Anteil von 29 Prozent. ♦



Milliarden Euro erreicht.

Damit lagen die **Möbelexporte** annähernd auf dem Niveau des Vorjahres (plus 0,1 Prozent), nachdem in den Jahren 2023 und 2024 Rückgänge verzeichnet worden waren.

„Gerade angesichts der gegenwärtigen Schwäche des Heimatmarkts

sind wir auf die Stabilisierung des Auslandsgeschäfts dringend angewiesen“, stellt **Jan Kurth**, Geschäftsführer der Verbände der Deutschen Möbelindustrie, fest. Allerdings bleibe das weltweite Marktumfeld herausfordernd, wie die erneuten Irritationen rund um die **US-Zollpolitik** zeige.

Die deutschen Möbelausfuhren auf den **Hauptabsatz-**

„Chinesische Möbelhersteller fluten den europäischen Markt mit Produkten“: **VDM-Geschäftsführer Jan Kurth** (FOTOS © VDM)

## Neues Testimonial:

# Luka Modrić wirbt für Gorenje

„Ich freue mich sehr, Teil der **Gorenje-Familie** zu werden“: **Luka Modrić** wirbt für Hausgeräte (© Gorenje)



Der bekannte Profi-Fußballer **Luka Modrić** ist das neue Markengesicht des slowenischen Hausgeräteherstellers **Gorenje**. Als Testimonial werde er europaweit in umfassenden Multi-Channel-Kampagnen zu sehen sein, so die Mitteilung.

Die Kooperation zwischen **Gorenje** und **Luka Modrić** stehe für Qualität, Beständigkeit und Erfolg, lautete die Ansage. Als Ballon-d'Or-Gewinner und einer der prägendsten Fußballer seiner Generation verkörpere Modrić Spitzenleistungen, die weit über den Sport hinausgehen. Damit passe er ideal zu **Gorenjes** Anspruch an Produkt- und Lebensqualität.

Dabei soll sich die Partnerschaft nicht nur um Hausge-

räte drehen, „sondern darum, ein Zuhause zu unterstützen, das Leistung überhaupt erst möglich macht“, erklärt **Sühel Semerci**, Managing Director **Hisense Gorenje DACH**. „Wir sind stolz darauf, diese Unterstützung zu bieten, die es einer Legende wie Luka und Familien in ganz Europa ermöglicht, sich auf die Momente zu konzentrieren, die wirklich zählen“, so **Sühel Semerci** weiter.

Auch für **Luka Modrić** sind diese Werte entscheidend für die Zusammenarbeit mit **Gorenje**: „Ich freue mich sehr, Teil der **Gorenje-Familie** zu werden. Meine Leistungen im Stadion basieren auf der Ruhe und Stabilität, die ich zu Hause finde.“ Dazu passe **Gorenje** perfekt, „weil die Marke ein Umfeld schafft, das den Alltag vereinfacht und mir ermöglicht, meine Energie meiner Karriere und meinen Liebsten zu widmen“, lässt sich **Luka Modrić** zitieren.

Als Teil der internationalen **Hisense Gruppe** stärke **Gorenje** mit dem neuen Testimonial sein Standing als Partner des Fußballs, heißt es weiter. Die **Hisense**

**Group** engagiert sich seit vielen Jahren bei den größten Fußballereignissen der Welt. In diesem Jahr seien **Hisense** und **Gorenje** offizielle Sponsoren der FIFA Fußball Weltmeisterschaft 2026.

Das Unternehmen und die Marke **Gorenje** mit Stammsitz in Velenje, Slowenien, wurde 1950 gegründet und ist seit 2018 Teil der internationalen **Hisense Gruppe**. Heute beschäftigt die Gruppe weltweit mehr als 100.000 Mitarbeiter und ist in 160 Ländern aktiv. In Europa betreibt **Hisense** drei Produktionsstätten in den Ländern **Slowenien, Tschechien** und **Serbien** sowie Forschungs- und Entwicklungszentren in den **Niederlanden, in Schweden, Tschechien** und **Slowenien**. Die deutsche Niederlassung hat ihren Sitz in Garching bei München.

**Luka Modrić** (40) ist ein kroatischer Fußballspieler, der seit 2025 bei **AC Mailand** unter Vertrag steht. Mit **Real Madrid** gewann er zahlreiche Titel. Modrić gilt laut Wikipedia als einer der komplettesten Mittelfeldspieler aller Zeiten. ♦

„Es ist nicht alles falsch, ...“:

## Kurt Krieger und die AfD

Der Berliner **Möbel-Höfner** Gründer hat 18.000 Euro an die rechtslastige Alternative für Deutschland gespendet.

Na das war mal eine tolle Welle, die Ende Februar ein Exklusivbericht des RedaktionsNetzwerks Deutschland (**RND**) ausgelöst hat.

**Kurt Krieger**, Möbelhändler mit Sitz in Berlin und Inhaber diverser Möbelketten (**Höfner, Kraft, Sconto** etc.) hat eine eher bescheiden anmutende Summe – 18.000 Euro – an die **AfD** gespendet.

Ein Aufreger, der in kürzester Zeit bundesweit quer durch etliche Gazetten zog. Vom Boulevard, BILD, – „Warum unterstützt er eine Partei, die oft kontrovers diskutiert wird?“ – bis zum Handelsblatt – „Eine Parteispende sorgt für Aufmerksamkeit“ – echauffierten sich die Redakteure über die angebliche Sensation in Sachen „Möbelmilliardär“.

Dabei ist die Geschichte gar so sensationell eigentlich nicht. Die Spende erfolgte bereits im Jahr 2024 und wurde nun im Rechenschaftsbericht der **AfD** veröffentlicht. Denn Parteispenden über 10.000 Euro im Jahr müssen grundsätzlich gemeldet werden. Gespendet hat im Fall Krieger die **CMC Center Management GmbH**. Eine Firma aus der **Krieger-Gruppe**, die unter der Führung seiner Tochter **Stephanie K.** das Immobilienvermögen der Familie verwaltet.

Und **Kurt Krieger** ließ zunächst mal abwiegeln. Zitat aus dem RND-Bericht: Auf einen Fragenkatalog des RND zur CMC-Spende reagierte **Edda Metz**, Geschäftsführerin der **Krieger-Gruppe**, zunächst nur mit einem knappen Satz: „Wir äußern uns grundsätzlich nicht zu solchen Fragen.“

Verständlich. „Dass Unternehmer offen an die AfD spenden, ist selten – zumal solche, die wie Krieger auf ihr Image bedacht sein müssen“, schreibt das RND. Vermutet jedoch, dass mehr dahinter steckt. Zitat: „Nach Informationen des RedaktionsNetzwerks Deutschland (RND) ging die Spende an zwei Parteigliederungen, darunter an den Kreisverband Chemnitz.“

Hintergrund: Die AfD in Chemnitz habe sich im vergangenen Jahr zerstritten. Seitdem gebe es nicht nur zwei konkurrierende Stadtratsfraktionen, sondern auch Vorwürfe der Vorteilsannahme gegen Ratsmitglieder. Krieger kaufte 2023 das ehemalige **Kaufhof-Warenhaus** im Zentrum. Der Stadtrat beschloss im Januar 2025, dort Teile der Verwaltung unterzubringen – mit den Stimmen von AfD-Abgeordneten.

Wo jetzt da genau die Vorteile für den Berliner Möbel-



War bei den Falken und wollte später Pfarrer werden: **AfD** Spender **Kurt Krieger**

händler gelegen haben könnten, das bleibt offen. Von vergünstigten Mieten für Tiefgaragenplätze in Kriegers Immobilie für Parteimitglieder ist die Rede und ganz allgemein von Parteispenden. Und die Gegenleistung?

Laut AfD keine: „Für alle Spender können wir ausschließen, dass es erwartete und erfüllte Gegenleistungen gab.“

Und **Kurt Krieger**, der schon in der Vergangenheit

immer mal wieder mit seinen linksliberalen Neigungen kokettiert hat, ließ sich nach dem allgemeinen Presseecho dann doch noch ein paar Sätze entlocken.

So sagte er laut BILD: „Es ist nicht alles falsch, was die **Linke** sagt und auch nicht alles, was die **AFD** sagt.“ Und fügte hinzu: „Ich war als Junge bei den Falken und wollte später Pfarrer werden. Mir eine nationalsozialistische Gesinnung zu unterstellen, ist völlig fehlplatziert.“ ♦

## Moderates Wachstum bei Miele:

# Positive Impulse im Küchensegment

Die **Miele Gruppe** mit Stammsitz in Gütersloh hat sich im Geschäftsjahr 2025 nach eigener Einschätzung „in einem anspruchsvollen Marktumfeld behauptet“. Dabei konnte das Unternehmen seinen Umsatz um 2,3 Pro-

„Wir investieren konsequent in die Welt, auch wenn sie unruhig ist“, sagt **Reinhard Zinkann**. Bis 2028 werde die Unternehmensgruppe rund 60 Prozent ihres Produktportfolios erneuern.

In den Jahren 2024 und 2025 habe **Miele** weltweit insgesamt 468 Millionen Euro investiert, davon rund 300 Millionen Euro in Deutschland. Das angekündigte Investitionsziel von 500 Millionen Euro in Deutschland bis 2028 bleibe unverändert. Wobei die Mittel unter anderem in die Modernisierung und den Ausbau diverser Werke sowie in die Weiterentwicklung von Entwicklungs- und Schulungszentren fließen sollen.

Als zentralen Baustein der strategischen Weiterentwicklung des Unternehmens sehen die Verantwortlichen das „Miele Performance Program“, das zum Jahresende 2025 erfolgreich abgeschlossen wurde. Ziel war es, die Kosten- und Ergebnisstruktur nachhaltig zu verbessern und so die Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu sichern. Das Einsparziel von 500 Millionen Euro sei erreicht worden. Die Personalkosten wurden um mehr als 120 Millionen Euro gesenkt. „Dabei konnten betriebsbedingte Kündigungen in Deutschland vermieden werden.“

Ausblick: „Wir blicken auf das Jahr 2026 verhalten optimistisch und rechnen mit einer moderat positiven Umsatzentwicklung, allerdings weiterhin unter hohem Wettbewerbsdruck“, sagt der geschäftsführende Gesellschafter **Markus Miele**.

Das Unternehmen **Miele** ist seit 127 Jahren im Besitz der beiden Gründerfamilien Miele und Zinkann. Das globale Netzwerk umfasst 19 Produktionsstandorte sowie 49 Service- und Vertriebsgesellschaften (Stand: März 2026). Hauptsitz ist Gütersloh in Nordrhein-Westfalen. ♦



Verhalten optimistisch für 2026: **Dr. Markus Miele** (links), **Rebecca Steinhage** (Geschäftsführerin Human Resources & Corporate Affairs) und **Dr. Reinhard Zinkann** (© Miele)

zent auf 5,16 Milliarden Euro moderat steigern. Weltweit beschäftigt **Miele** rund 23.000 Personen (minus 2,4 Prozent).

„Das Jahr 2025 war von zahlreichen Herausforderungen geprägt. Dennoch konnten wir unsere Marktposition behaupten und zugleich Zukunftsthemen gezielt vorantreiben“, sagt **Dr. Reinhard Zinkann**, geschäftsführender Gesellschafter bei **Miele**.

Und nennt als Wachstumstreiber insbesondere das **Küchen-** sowie das **Gewerbekundengeschäft**. Letzteres steuere inzwischen mehr als eine Milliarde Euro zum Umsatz bei. Das **Hausgerätegeschäft** habe sich insgesamt differenzierter entwickelt und vor allem im **Küchensegment** positive Impulse gesetzt.

# www.hartdran.com

Blick nach vorn:

# Hettich auf Vorjahresniveau

Die **Hettich Unternehmensgruppe**, einer der großen Hersteller von Möbelbeschlägen mit Hauptsitz in Kirchlingern, hat im Geschäftsjahr 2025 einen Umsatz von 1,4 Milliarden Euro erwirtschaftet.

Gegenüber 2024 entspreche dies einem nominalen Rückgang von 2 Prozent, erklärte Geschäftsführer **Michael Lehmkühl** am 03.03.2026 auf der Bilanzpressekonferenz in Kirchlingern. Bereinigt um Währungskurs-effekte bewege sich der Umsatz auf Vorjahresniveau. Dabei habe der Auslandsanteil am Umsatz rund 79 Prozent betragen.

Zum Jahresende 2025 beschäftigte die **Hettich Gruppe** weltweit rund 8.200 Personen, davon knapp die Hälfte (3.900) in Deutschland.

2025 habe gezeigt, wie wichtig klare Prioritäten und flexible Strukturen seien, sagte **Michael Lehmkühl**. „Wir haben die Marktentwicklungen sehr differenziert analysiert und bewusst entschieden, wo wir aktiv gestalten. Unsere internationale Aufstellung und unsere Innovationsstärke geben uns dabei Stabilität und Handlungsspielraum.“

Das Investitionsvolumen belief sich 2025 auf 87 Millionen Euro. Die Mittel flossen unter anderem in Innovationen, Produktions- und Logistikstrukturen sowie in den gezielten Ausbau regionaler Marktpräsenz weltweit.

„Wir investieren dort, wo wir langfristige Perspektiven sehen“, erklärte **Timo Pieper**, Geschäftsführer bei **Hettich**. „Es geht um eine klare Schwerpunktsetzung in Wachstumsmärkten und Zukunftsfeldern, damit wir unsere Position nachhaltig stärken.“

Die Bilanzpressekonferenz 2026 erfolgte im **Hettich Forum** in Kirchlingern erneut in einem besonderen Format. Statt einer klassischen Präsentation lud das Unternehmen zu einem Presserundgang mit mehreren

Stationen ein und machte strategische Themen direkt vor Ort erlebbar.



Darüber hinaus stellte **Hettich** seine internationale Mehrmarkenstrategie vor. Mit **Hettich** und **FGV** deckte die Gruppe bewusst unterschiedliche Marktsegmente ab und spreche klar differenzierte Kundenbedürfnisse an - vom Einstiegssegment bis zum Premiumbereich.

Mit der neu gegründeten Gesellschaft **Hettich Central Asia** in Kasachstan stärke das Unternehmen zudem seine Position in zentralasiatischen Wachstumsmärkten.

Ausblick: Für 2026 rechnet die **Hettich Gruppe** nicht mit einer schnellen, flächendeckenden Markterholung. Gleichzeitig blieben jedoch langfristige Wachstumsperspektiven bestehen.

„Mit klarer strategischer Ausrichtung, regionaler Nähe zu den Märkten und einer einzigartigen Mehrmarkenstrategie“ sehe sich die Unternehmensgruppe gut aufgestellt, um Chancen aktiv zu nutzen und ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit weiter auszubauen. ♦

Der Auslandsanteil am Umsatz beträgt rund 79 Prozent: **Hettich** im Jahr 2025 (© Hettich)

Mehrmarkenvertrieb:

# BSH mit neuer Vertriebsstruktur

Die umfassende Neuaufstellung der BSH Hausgeräte GmbH (**BSH**) hin zu einem Mehrmarkenvertrieb in Deutschland wurde erfolgreich abgeschlossen.

Das Ziel: Mit der neuen Vertriebsstruktur will der Münchener Hausgeräte Konzern seine Handelspartner ab sofort noch besser unterstützen und zugleich ihre Wettbewerbsfähigkeit sichern.

Wer sich im hochdynamischen Hausgerätemarkt behaupten wolle, brauche eine klar differenzierte Markenpositionierung, hat man bei der **BSH** erkannt. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, habe sich das Unternehmen dazu entschieden, den Vertrieb in Deutschland auf ein Mehrmarkensystem umzustellen.



Mehrmarkenvertrieb in Deutschland erfolgreich abgeschlossen: Die **BSH Hausgeräte GmbH** mit Sitz in München



„Wir wollen den Erfolg unserer Handelspartner konsequent unterstützen“:  
**Ulrike Pesta**

Im August letzten Jahres wurde zunächst in der Münchner Zentrale mit der Neuausrichtung begonnen. Zum 01. Dezember 2025 folgte die Implementierung des Mehrmarkenvertriebs für den Außendienst im **Elektrofach-** und **Großhandel**, der seither erfolgreich angeht. Im nächsten und letzten Schritt erfolgte am 01. März 2026 die Neuaufstellung des Außendienstes im **Küchen-** und **Möbelhandel**.

Für die Kundenbetreuung stehen künftig bundesweit acht erfahrene Regionalmanager mit ihren Teams bereit: Stefan Betz, Christian Hoffmann, Alexander Kuppinger, Marc Ladner, Waldemar Müller, Robert Schröther, Swen Singer und Maximilian Wieser.

Alle stehen bereits mit ihren jeweiligen regionalen Handelspartnern in Kontakt und halten diese über die kommenden Schritte auf dem Laufenden. Die Regionalmanager berichten an **Daniel Engelhard** (Bereich Küchen- und Möbelhandel sowie Küchenmöbelhersteller) und **Eric Seiter** (Küchen- und Möbelfachhandel).

**Ulrike Pesta**, Leitung Vertriebskanal **Küchenhandel**, fasst die Umstellung wie folgt zusammen: „Wir wollen den Erfolg unserer Handelspartner konsequent unterstützen. Mit der Umstellung auf den Mehrmarkenvertrieb im Küchen- und Möbelhandel schaffen wir noch mehr Klarheit bei unseren Markenprofilen, noch mehr Relevanz bei unseren Sortimenten und die Grundlage für eine enge, partnerschaftliche Zusammenarbeit.“ Durch das neue Gebietssystem sei die **BSH** zudem nah

am Markt, schnell in der Umsetzung und könne sich noch stärker auf das Wachstum im Handel fokussieren.

Zum 01. März 2026 sei auch die Umstrukturierung bei **Gaggenau** final abgeschlossen. Wie bereits bekanntgegeben, werde die Luxusmarke nun durch eine eigenständige Markenorganisation gesteuert, um den spezifischen Anforderungen im High-End-Segment zu begegnen.

Erster Auftritt der **BSH** mit dem neuen Vier-Marken-Konzept auf einer Fachmesse war Anfang März 2026 in Hannover auf der gemeinsamen Kooperations- und Ordermesse **KOOP** der Handelsverbundgruppen **EURONICS** und **expert**, die erstmals nicht in Berlin sondern in Hannover stattfand.

Dort präsentierte sich die **BSH** auf ihrer bisher größten Standfläche zum ersten Mal mit allen vier Marken – **Bosch, Siemens, Neff** und **Constructa**.

**Christoph Luis**, Vice President Elektrohandel **BSH Deutschland**, blickt zufrieden auf die **KOOP**: „Die Messe war für uns eine hervorragende Gelegenheit, die Stärke, Vielfalt und Differenzierung unserer vier Marken [...] eindrucksvoll zu präsentieren.“ Die durchweg positiven und konstruktiven Gespräche hätten gezeigt, dass die **BSH** auch und vor allem in herausfordernden Zeiten ein verlässlicher Partner sei. Gemeinsam mit den Handelspartnern hätte man zukunftsfähige Lösungen besprochen, um die erfolgreiche Zusammenarbeit weiter zu festigen und auszubauen. ♦



Vielfalt und Differenzierung der vier Marken eindrucksvoll präsentiert: **Christoph Luis** (FOTOS © BSH)

## Das SHD Forum 2026:

# Integration, Performance und Dialog

Am 25. und 26. Februar 2026 wurde die „Pyramide Mainz“ zum Treffpunkt einer Branche, die sich neu ausrichtet. Das **SHD Forum 2026** bot keine reinen Produktshows, sondern einen Raum für Einordnung, Diskussion und konkrete Antworten.

Zwei Tage, knapp 300 Kunden und Partner aus mehreren europäischen Märkten und eine klare Erkenntnis: Die Herausforderungen im **Küchen- und Möbelhandel** lassen sich nicht mit Einzelmaßnahmen lösen. Entscheidend sei, so das Fazit der Veranstalter, wie gut

Systeme, Prozesse und Daten zusammenspielen, Komplexität reduzieren, Systeme zusammenführen.

Zum Auftakt machte **SHD CEO Dietmar Meding** in seinem Opening deutlich, worum es geht: „Wir erleben in unserer Branche derzeit keinen konjunkturellen Ausschlag, sondern eine strukturelle Verschiebung. Wer heute führt, muss IT-Komplexität reduzieren, nicht erhöhen. Unsere Aufgabe ist es, Systeme so zu integrieren, dass sie Stabilität geben und Spielräume eröffnen.“

„... damit unsere Kunden in einem zunehmend komplexen Markt handlungsfähig bleiben“: **SHD CEO Dietmar Meding** in seinem Opening (© SHD AG)



Mit der Initiative **OneSHD** verfolge die Unternehmensgruppe seit 2025 das Ziel, gewachsene Strukturen technologisch und organisatorisch enger zu verzahnen. Der Anspruch: klare Prozesse und eine stabile Basis für weiteres Wachstum. Strategische Impulse: Mut, KI-Kompetenz und Resilienz.

Neben Produkttiefe setzten drei Highlight-Keynotes den inhaltlichen Rahmen des Forums: **Jochen Schweizer** sprach über unternehmerischen Mut in Transformationsphasen und die Verantwortung von Führungskräften, Orientierung zu geben.

**Julian Yogeshwar** zeigte praxisnah, wie Künstliche Intelligenz im Mittelstand Entscheidungsqualität, Effizienz und Kundenerlebnis verbessern kann.

**Immanuel Bär** verdeutlichte mit Live-Einblicken in reale Angriffsszenarien, warum Cybersecurity längst zur Managementaufgabe gehört.

Damit wurde klar: Digitalisierung ist kein reines IT-Thema. Sie betrifft Strategie, Organisation und Risikomanagement gleichermaßen. Ein zentrales Signal des Forums: 2026 steht für Performance. Das betreffe nicht nur einzelne Lösungen, sondern die gesamte Systemwelt.

Insgesamt spiegelte das Partnerumfeld die gesamte technologische Bandbreite wider, die heute für den Handel relevant ist: von Cloud- und Datenplattformen über Middleware und Systemintegration bis hin zu Security- und Prozesslösungen.

Beim Closing stand neben CEO **Dietmar Meding** auch CCO **Nina Jonker-Völker** auf der Bühne. Für sie das erste **SHD Forum** in ihrer neuen Rolle. „Für mich war es wichtig, hier vor allem in den Dialog zu gehen. Die Gespräche mit Händlern und Partnern zeigen sehr klar, wo konkret Druck entsteht und wo wir priorisieren müs-



sen. Genau dieser direkte Austausch ist die Grundlage für alles, was wir im Markt bewegen wollen.“

Das **SHD Forum 2026** habe sich bewusst nicht als Messe im klassischen Sinne gesehen, sondern als Entscheidungsraum, den die Besucher nutzen konnten, um strategische Weichen neu zu justieren.

CEO **Dietmar Meding** fasst zusammen: „**SHD** verändert Strategie, Technologie, Produkte und Organisation nicht aus Selbstzweck. Wir tun es, damit unsere Kunden in einem zunehmend komplexen Markt handlungsfähig bleiben.“

Die **SHD**, eine international agierende Unternehmensgruppe mit Sitz in Andernach, ist seit über 40 Jahren Anbieter von IT-Lösungen und Dienstleistungen für die Möbel- und Küchenbranche. Als Branchenspezialist sieht sich **SHD** als einziger Anbieter einer durchgängigen Systemwelt – vom Hersteller über den Handel bis hin zum Endkunden. Branchenübergreifend liefert **SHD** Lösungen zur Lager-, Finanz- und Personalverwaltung sowie IT-Services und Technologien. Aktuell arbeiten in der **SHD-Gruppe** über 600 Mitarbeiter. ♦

„Für mich war es wichtig, hier vor allem in den Dialog zu gehen ...“: CCO **Nina Jonker-Völker** mit **Dietmar Meding** (Mitte) und **Ryan Bryers** (© KüchenNews)



# DIE MÖBEL- BERATER

Zertifizierte Sanierungs- & Restrukturierungsberatung

**Umsatz, Marketing, Kalkulation, Kosten, Liquidität, Organisation, Expansion, Gründung, Nachfolge**

Für ein unverbindliches persönliches Gespräch stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung:  
Tel. 0 22 71/450 31 77 · steinkuehler-ub@online.de · [www.steinkuehler-unternehmensberatung.de](http://www.steinkuehler-unternehmensberatung.de)

Anzeige

## Zweite Pleite in zwei Jahren:

# Austria Filialist Interio insolvent

Die **Magazin 07 Möbel und Einrichtungen Vertriebsgesellschaft m.b.H.** mit Sitz in Vösendorf, besser bekannt unter der Marke „**Interio**“, hat beim Lan-

nierungsplan, in dem eine Quote von 20% vereinbart worden war, konnte aber nicht zur Gänze erfüllt werden.

Altlasten, Kostensteigerungen für das Personal, Miete und Energie hätten das Budget belastet. Nun sei erneut ein Sanierungsverfahren ohne Eigenverwaltung mit einer Quote von 20 Prozent geplant. Das Verfahren solle zeitnah eröffnet werden.

Die geplante Sanierungsplanquote von 20 % - es handelt sich um die gesetzliche Mindestquote - sei zahlbar innerhalb von zwei Jahren ab Annahme des Sanierungsplans. Die Angemessenheit und Erfüllbarkeit des angebotenen Sanierungsplans werde der noch zu bestellende Insolvenzverwalter im Rahmen des Sanierungsverfahrens entsprechend zu evaluieren haben.

„Die Schuldnerin strebt eine Fortführung und Sanierung ihres Unternehmens an. Die angebotene Sanierungsplanquote soll aus dem Fortbetrieb finanziert werden“, sagt **Alexander Greifeneder** vom **KSV1870**.

Der **Kreditschutzverband von 1870** mit Sitz in Wien zählt zu den führenden Wirtschaftsplattformen Österreichs. Internationale Bonitätsauskünfte, Inkasso-Dienstleistungen und Vertretungen in Insolvenzverfahren zählen zu seinen Tätigkeitsfeldern. ♦

desgericht Wiener Neustadt „einen Antrag auf Eröffnung eines Sanierungsverfahrens eingebracht“, wie u.a. der ORF berichtet.

**Interio** mit Stammsitz in Vösendorf bei Wien betreibt Filialen in Wien, Linz und Graz. Laut dem **Kreditschutzverband KSV1870** meldete das Unternehmen 6,8 Millionen Euro Verbindlichkeiten an. 69 Gläubiger sind betroffen. Die Gehälter der 37 Beschäftigten seien seit Februar offen.

**Interio** ist nicht zum ersten Mal pleite. Bereits 2024 hatte der österreichische Möbel-Filialist Insolvenz anmelden müssen. Der damals abgeschlossene Sa-

## Knapp minus ein Prozent:

# Der deutsche Möbelhandel stagniert

Nach Berechnungen des **IFH Köln** (Institut für Handelsforschung) ging das Marktvolumen im **Möbelhandel** (ohne Elektrogeräte) im Jahr 2025 leicht zurück.

Der Umsatz sank von 25,7 Milliarden Euro im Jahr 2024 auf 25,4 Milliarden Euro. Dies entspricht einem Rückgang von rund 1,0 Prozent. Innerhalb der einzelnen Warengruppen zeigt sich ein differenziertes Bild.

Während sich der **Küchenmöbelbereich** vergleichsweise stabil entwickelte und ein leichtes Umsatzplus von 1,7 Prozent verzeichnete, mussten andere Segmente Rückgänge hinnehmen. So lagen die Umsätze bei **Polstermöbeln** um 2,3 Prozent unter dem Vorjahresniveau, **Büromöbel** verzeichneten ein Minus von 4,1 Prozent. Auch der Bereich **Matratzen** einschließlich Rahmen und Lattenrosten ging um 2,2 Prozent zurück. **Gartenmöbel** und **sonstige Wohnmö-**

**bel** verzeichneten einen Rückgang von 1,1 Prozent.

„Die Zahlen zeigen deutlich, dass sich der Möbelhandel weiterhin in einem anspruchsvollen Marktumfeld bewegt“, erklärt **Dirk Tesch**, Präsident des Handelsverband Möbel und Küchen (**BVDM**). Insbesondere die schwache Entwicklung im **Wohnungsbau**, die allgemeine wirtschaftliche **Verunsicherung** sowie steigende **regulatorische Anforderungen** bremsen derzeit die Nachfrage. Umso wichtiger sei es, „dass Politik und Wirtschaft gemeinsam daran arbeiten, Investitionen zu erleichtern und den Wohnungsbau wieder stärker anzukurbeln“.

Größere Investitionen in die **Einrichtung** würden häufig verschoben, während Ausgaben vermehrt in **Reisen, Freizeitaktivitäten** oder **andere Konsumbereiche** fließen.

Darüber hinaus belasteten umfangreiche regulatorische Anforderungen die Unternehmen. Der damit

UNSER GRÖSSTER LAGERABVERKAUF



20 Prozent auf alles: **Interio** Werbung

„... vorsichtig optimistisch auf 2026 blicken“: **BVDM** Präsident: **Dirk Tesch** (© **BVDM**)



verbundene bürokratische Aufwand binde Personal und Kapazitäten, die ansonsten in Sortimentsgestaltung, Servicequalität oder Kundenbetreuung fließen könnten. Besonders für kleinere und mittelständische Händler stellten diese Anforderungen eine erhebliche Herausforderung dar.

Fazit des **BVDM**: „Für das laufende Jahr gilt: Schaffen Politik und Wirtschaft stabile und investitionsfreundliche Rahmenbedingungen, gewinnt der Wohnungsbau wieder Dynamik und kehrt das Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher zurück, kann der Möbelhandel vorsichtig optimistisch auf 2026 blicken.“ ♦

## Neue Partner:

# Trendfairs und die Möbelverbände

Der Messeveranstalter **Trendfairs GmbH** mit Sitz in Fürth hat eine Kooperationsvereinbarung mit den Verbänden der Holz- und Möbelindustrie Nordrhein-Westfalen getroffen.

Nicht zuletzt als Veranstalter der wichtigen Fach- und Ordermesse **area30** in Löhne ist die **Trendfairs GmbH** fest verankert in der europäischen Küchenbranche.

Die **area30** zieht jährlich mehr als 12.000 Fachbesucher an – darunter Entscheider aus Küchenstudios, dem Küchenfachhandel, Verbundgruppen sowie Schreiner, Architekten und Innenarchitekten. Die Messe ergänzt die Hausmessen der **Küchenmöbelindustrie** und bietet Raum für konzentrierte Gespräche und effiziente Geschäftsabwicklung.

Neben der **area30** organisiert **Trendfairs** unter anderem auch die **swiss interior expo** in Bern sowie die **küchenwohntrends** in Salzburg und bringt damit ein breites Messeportfolio rund um Küche, Interior und Wohnen in die Partnerschaft ein.



Als Premiumveranstalter von Fachmessen für die Küchen- und Möbelindustrie stehe **Trendfairs** „für Qualität, Relevanz

Premium Veranstalter von Fachmessen für die Küchen- und Möbelindustrie: **Trendfairs**-Geschäftsführer **Christopher Boss** (© Trendfairs)

und klare Branchenfokussierung“, erklärt **Christopher Boss**, Geschäftsführer der **Trendfairs GmbH**. Die Kooperation mit den Möbelverbänden unterstreiche diesen Anspruch, vertiefe die Verzahnung mit der Industrie und schaffe zusätzlichen Mehrwert für Aussteller und Fachbesucher.

Die Verbände der Holz- und Möbelindustrie arbeiten eng mit ausgewählten Zulieferern, Dienstleistern, Messeveranstaltern und weiteren branchennahen Akteuren zusammen. Ziel dieser strukturierten Zusammenarbeit sei es, den Austausch entlang der Wertschöpfungskette zu fördern und konkrete Vorteile für die Mitgliedsunternehmen zu schaffen.

Auch aus Sicht der Verbände sei die Einbindung von **Trendfairs** ein wichtiger Impuls, betont **Christian Langwald**, der als Leiter Wirtschaft die Kooperationspartnerschaften pflegt.

Vor allem die **area30** verbinde die hohe Küchenmöbelkompetenz in Ostwestfalen und den angrenzenden Regionen mit internationaler Marktrelevanz und schaffe so wertvolle Anknüpfungspunkte für Austausch und Marktzugang. ♦



„Eine der wichtigsten Geschäftsplattformen im Küchenherbst“: **area30** in Löhne (© Trendfairs)



„Wertvolle Anknüpfungspunkte für Austausch und Marktzugang“: **Christian Langwald**, Leiter Wirtschaft und Statistik bei den Möbelverbänden (© VHK)

## MÖBELMEILE:

# Drei Tage im Frühjahr

Vom 24. bis 26. März 2026 setzen die **MÖBELMEILE-Partner** an drei Messtagen im Frühling ein starkes Signal für das Möbeljahr.

„Im Frühjahr stehen nicht allein Neuheiten im Fokus“, betont Geschäftsführer **Michael Laukötter**. „Es geht

um Details der Zusammenarbeit, um Anbahnungen und die Vorbereitung gemeinsamer Projekte.“

**Musterring** präsentiert im Messezentrum Rietberg eine 360°-Polster-

„... wichtiger denn je, miteinander ins Gespräch zu kommen“:  
**MÖBELMEILE**  
Geschäftsführer  
**Michael Laukötter**  
(© MÖBELMEILE)





In Kombination mit dem Eiche-Fineline-Furnier „CHIA-RO“: Das **RMW-Programm** „LAVITA“ (© RMW)

möbelfläche aus jeder Perspektive. Gleichzeitig werden Topseller gezeigt, die in einem herausfordernden Marktumfeld für abgesicherte Umsätze sorgen sollen. Ein weiterer Fokus liegt auf der komplett neu gestalteten „Welt des Schlafens“ sowie auf innovativen Wohnmöbel-Konzepten.



„Mehrwert für den Handel“: durchdachter Erlebnisflächen bei **3C** (© 3C Gruppe)

Die Marketingfläche bei **set one by Musterring** steht unter dem Motto „Was macht deinen Raum zum Lieblingsraum?“. Influencer geben Einblicke in ihre Wohnwelten und präsentieren persönliche Favoriten.

**WK WOHNEN** positioniert sich weiterhin als Marke für den hochwertigen Einrichtungshandel – „mit starken Produkten, klarer Haltung und verlässlicher Partnerschaft“.

Bei **3C** geht es in diesem Frühjahr darum, „Impulse genau dort zu setzen, wo sie die größte Wirkung entfalten“. Als sichtbares

Beispiel für durchdachte Erlebnisflächen gelten bei **3C** die modern geplanten Dining-Studiokonzepte im

Showroom – „konkret und klar strukturiert umsetzbar“.

**RMW** hebt die Kooperation mit **MÖBELMEILE**-Partner **3C** auf die nächste Stufe. Nach der gemeinsamen Vorstellung werde im Frühjahr das Profil im Dining-Bereich weiter geschärft. Mit zusätzlichen Angeboten zur Darstellung des „Mix-and-Match“-Konzepts sowie neuen Präsentationen teilmassiver Programme soll die natürliche Seite der B2B-Marke unterstrichen werden

Neue Lösungen für Schlafzimmer, Diele und Wohnraum werden bei **Sudbrock** in Rietberg-Bokel „als inspirierende Wohnbilder inszeniert, die Handwerk und modernes Design verbinden“.

**Mobitec** hat das Leitmotiv der diesjährigen **MÖBELMEILE-Kampagne** schlüssig aufgegriffen: „Unser Mut zeigt sich zuerst im Produkt. „Wir wollen Möbel schaffen, die man nicht erklären muss“, sagt Vertriebsleiter **DACH, Ralf Lötfering**.

Darüber hinaus sind die Showrooms von **Venjakob, Lonsberg** und **Thielemeyer** geöffnet und sorgen entlang der gesamten **MÖBELMEILE-Tour** für vielfältige Impulse in allen relevanten Wohnmöbel-Warenggruppen.

„Gerade jetzt ist es wichtiger denn je, miteinander ins Gespräch zu kommen“, sagt **Michael Laukötter**. „Wir laden Möbelhändler, Inneneinrichter, Einkäufer und Kollektionsmanager herzlich ein, das Alltagsgeschäft für einen Moment hinter sich zu lassen und die **MÖBELMEILE** bewusst auf sich wirken zu lassen.“

Die **MÖBELMEILE-Showrooms** sind vom 24. bis 26. März geöffnet – parallel zu den Partnertagen im **Messezentrum Bad Salzungen** sowie zu weiteren Hausmessen, etwa bei der **BEGA-Gruppe** in Lügde oder **Polipol** in Diepenau. ♦

## Ergebnisverbesserung:

# HOMAG setzt auf Holzhausbau

Die **HOMAG Group AG**, Anbieter von integrierten Lösungen für die Produktion in der holzbearbeitenden Industrie und dem Handwerk mit Sitz in Schopfloch, hat ihr Ergebnis im Geschäftsjahr 2025 deutlich verbessert.

Nach vorläufigen Zahlen legte der Auftragseingang im Jahr 2025 leicht auf 1.380 Millionen Euro (Vorjahr: 1.357 Millionen) zu. Aber nicht wegen blühender Geschäfte mit der Möbelindustrie.

„Die Nachfrage bei den Produktionsanlagen für den Holzhausbau hat sich positiv entwickelt“, erklärt der Vorstandsvorsitzende **Dr. Daniel Schmitt**. In diesem

Bereich habe **HOMAG** einen neuen Rekordauftragseingang erzielt. Im **Möbelsektor** habe man hingegen keine Erholung feststellen können. Der Auftragsbestand habe sich zum 31. Dezember 2025 auf 726 Millionen Euro (31.12.2024: 781 Millionen) reduziert.

Aufgrund der anhaltend schwierigen Auftragslage im Geschäft mit Möbelherstellern verringerte sich der Umsatz 2025 leicht auf 1.372 Millionen Euro (Vorjahr: 1.413 Millionen). Das EBIT vor Sondereffekten konnte die **HOMAG Group** um rund 50 Prozent auf 76,1 Millionen Euro (Vorjahr: 50,8 Millionen) verbessern. Dies entspricht einer Marge von 5,5 % (Vorjahr: 3,6 %).

**HE | HOMAG**

Die deutliche Ergebnissteigerung sei in erster Linie auf Kostensenkungen aufgrund durchgeführter Personalmaßnahmen sowie auf das stabile Service-Geschäft zurückzuführen.

**Dr. Daniel Schmitt:** „Wir haben 2025 erstmals vollumfänglich von unseren verringerten Kosten profitiert.“ Das abgelaufene Geschäftsjahr habe gezeigt, wie wichtig die Anpassung der Kapazitäten angesichts der anhaltenden **Nachfrageschwäche im Möbelsektor** gewesen sei. Die Zahl der Beschäftigten habe sich zum 31. Dezember 2025 auf 6.471 (31.12.2024: 6.802) Personen reduziert.

Für das laufende Jahr erwarte **HOMAG** unterschiedliche Entwicklungen in seinen Geschäftsfeldern. In der Produktionstechnik für den **Holzhausbau** rechnet das Unternehmen mit einer Fortsetzung der positiven Nach-

frage. Im größeren Geschäft mit der **Möbelindustrie** sei aktuell schwer absehbar, wann die Nachfrage wieder nachhaltig anziehen werde. Für das Gesamtunternehmen rechne man in Schopfloch bei Umsatz und Auftragseingang mit dem Niveau des Vorjahres.

Mit weltweit 13 spezialisierten Produktionswerken, rund 20 konzernerzogenen Vertriebs- und Servicegesellschaften sowie ca. 60 exklusiven Vertriebspartnern sieht sich die **HOMAG Group** als weltweit führender Anbieter von integrierten Lösungen für die Produktion in der holzbearbeitenden Industrie und dem Handwerk. Beschäftigt werden rund 6.500 Mitarbeiter. Seit Oktober 2014 gehört die **HOMAG Group** mehrheitlich zum **Dürr-Konzern**. ♦



keine Erholung im Möbelsektor: **HOMAG** Vorstandschef **Dr. Daniel Schmitt**

## Austausch und Impulse:

# musterhaus küchen Netzwerker

Mit zwei Veranstaltungen in Dallgow-Döberitz und Barsinghausen hat **musterhaus küchen** die diesjährigen Netzwerktreffen eröffnet.

Das Format, das im letzten Jahr eingeführt wurde, verfolge das Ziel, „Partnerstudios aus unterschiedlichen Regionen zusammenzubringen, um Erfahrungen aus dem Studioalltag, Einschätzungen zur aktuellen Marktlage und strategische Perspektiven frühzeitig miteinander zu verbinden“. Die erfolgreiche Handelsmarke der **MHK Group** stärke damit die direkte Rückkopplung zwischen Zentrale und Handel.

„Der Austausch in diesen Runden zeigt jedes Mal aufs Neue, wie viel Kraft in einer starken Markengemeinschaft steckt“, betont **Albert Zellner**, Vertriebsverantwortlicher **musterhaus küchen**. Es gehe um direkte Rückmeldungen aus dem Alltag der Partnerinnen und Partner, die für die Weiterentwicklung der Marke **musterhaus küchen** unverzichtbar seien.

Zum Programm der Auftaktveranstaltungen gehörten praxisnahe Beispiele aus „perfekt umgesetzten Standorten“. Dazu gehörten ein Rundgang durch das Studio 4.0, Diskussionen zur neuen Produktmarke **musterhaus küchen** sowie Impulse zur Eventplanung und zum Aftersales im Marketingjahr 2026.

Im Mittelpunkt dabei: „das offene Gespräch über Her-

ausforderungen, Entwicklungen und Ansätze, die sofort in den Studioalltag übertragen werden können“.

Hintergrund: „Wer heute ein Küchenstudio modernisiert, übernimmt, gründet oder strategisch neu ausgerichtet, erlebt eine Branche im Wandel.“ Umso relevanter werde der Austausch unter Unternehmerinnen und Unternehmern, die ähnliche Fragen bewegen.

Die **musterhaus küchen Netzwerktreffen** setzten genau hier an: „Sie schaffen Räume, in denen Wissen geteilt wird, Entscheidungen leichter werden und die Markengemeinschaft sichtbar zusammenwächst.“ - Die nächsten zwei Termine finden im April statt. ♦

Erfahrungen aus dem Studioalltag teilen: **mukü-Netzwerker** bei **Küchenliebe** am Deister (© **MHK Group**)



[www.hartdran.com](http://www.hartdran.com)

## „Dein-Produktfinder“:

# ROLLER setzt auf Assistenztool

In den vergangenen Monaten hat der Möbeldiscounter **ROLLER** mit Stammsitz in Gelsenkirchen das Assistenztool „Dein-Produktfinder“ des Zülpicher Soft-

zugreifen. Hinzu kämen ausführliche Herstellertexte sowie Abbildungen zu Einbauschemata von Küchen, Elektrogeräten und Zubehörteilen.

Dabei betonen die Verkaufsteams, dass Produkte und Konfigurationen besonders schnell zu finden seien. Dadurch würden Verkaufsprozesse deutlich erleichtert, auch für Quereinsteiger. Gleichzeitig führe die strukturierte Darstellung zu höheren Warenkörben.

Mit hohem Tempo werde der Roll-out bei **ROLLER** nun fortgesetzt. Der Einsatz von „Dein-Produktfinder“ wird zum zentralen Baustein der Digitalisierungsstrategie der **Giga-Tochter ROLLER**. Alle über 130 Filialen sollen kurzfristig in den kommenden Wochen ausgestattet werden.

„Wir werden in zentralen Bereichen schneller – schnellere Produktkommunikation, schnellere Aktionen, schnellerer Zusatzverkauf“, schwärmt **Alexander Rack**. Das mache das Tool für den Discount-Filialisten so stark.

Und **Albrecht Arenz**, Inhaber und Geschäftsführer von **Dein-Konfigurator**, betont: „Wir wissen, worauf es im Küchenverkauf ankommt: Die Verkäufer sollen sich auf das Kundengespräch konzentrieren können – und nicht auf die technische Abwicklung.“ Mit „Dein-Produktfinder“ finde jeder sofort, was der Kunde sucht. Das reduziere Hürden im Verkaufsprozess und Sorge zugleich für weniger Reklamationen.

**Die Dein-Konfigurator GmbH** in Zülpich ist ein innovatives Unternehmen, das sich auf die Entwicklung von Konfigurationslösungen für die Möbel- und Küchenbranche spezialisiert hat. Mit einem starken Fokus auf Benutzerfreundlichkeit und Flexibilität bietet **Dein-Konfigurator** maßgeschneiderte Lösungen, die den Planungs- und Verkaufsprozess erheblich vereinfachen und verbessern.

Weitere Informationen bietet die Website unter [www.dein-konfigurator.de](http://www.dein-konfigurator.de) oder der direkte telefonische Kontakt unter der Nummer: 02252-837430. ◆



„Der Wettbewerbsdruck ist hoch ...“: **ROLLER-IT-Experte Alexander Rack** (© Xing)

warentwicklers **Dein-Konfigurator** in 25 Filialen intensiv getestet – „unter enger Einbindung zentraler Unternehmensbereiche und insbesondere mit einer direkten Anbindung an den Einkauf“, so die Mitteilung.

Das Ergebnis: „ein durchweg positives Feedback.“ Nun soll der Roll-out in allen **ROLLER**-Filialen mit hohem Tempo vorangetrieben werden.

„Der Wettbewerbsdruck ist hoch – und auch als Discounter müssen wir im Küchenverkauf absolute Prozessexzellenz bieten“, sagt **Alexander Rack**, Geschäftsführer IT/Organisation bei **ROLLER**. Mit dem Tool von **Dein-Konfigurator** schaffe man die Voraussetzungen dafür.

Ergebnis der Testphase: „Dein-Produktfinder“ überzeuge gleichermaßen auf der Verkaufsfläche wie

im Einkauf. Dank der systematischen Darstellung und kontinuierlichen Datenpflege von Funktionen, Ausstattungsmerkmalen und Preisen könnten alle Beschäftigten in den Filialen jederzeit auf aktuelle Informationen

Roll-Out bei **ROLLER**: „Dein-Produktfinder“ soll in allen Filialen eingesetzt werden (© ROLLER)



„Wir wissen, worauf es im Küchenverkauf ankommt“: **Dein-Konfigurator-Boss Albrecht Arenz** (© Dein-Konfigurator)



**MÖBELMEILE — FRÜHJAHR — 24.-26. MÄRZ 2026**

**WIR  
MACHEN  
MÜT UND  
MÖBEL**

**DAS MESSE-EVENT IN OSTWESTFALEN — 12 HERSTELLER — 8 LOCATIONS**



## Importeur zieht Notbremse:

# MCA furniture GmbH insolvent

Die **MCA furniture GmbH** mit Sitz in Schieder-Schwabenberg hat Mitte Februar 2026 beim Amtsgericht Detmold Insolvenz angemeldet. „Frühzeitig“, wie es in einer Mitteilung heißt. „Zur Stabilisierung des Gesamtunternehmens.“ Der Geschäftsbetrieb läuft weiter.

Das vorläufige Insolvenzverfahren, so Geschäftsführer **Marco Tölle**, betreffe ausschließlich die **MCA furniture GmbH**. „Die weiteren Gesellschaften der Gruppe sind rechtlich eigenständig und nicht Teil des Verfahrens.“

Als Gründe für die Insolvenz nennt Tölle die anhaltend schwierige Marktsituation im Möbelhandel sowie den kurzfristigen Ausfall eines zentralen Lieferanten.

Bei diesem Lieferanten handelt es sich um die kroatische **Contorte GRUPA d.o.o.** mit Sitz in Virovitica/Durdenovac, an der die **MCA Gruppe** seit 2023 zu 50% beteiligt ist. **Contorte** lieferte Polstermöbel, voll- und teilmassive Möbel sowie Couchtische schwerpunktmäßig an **MCA**.

Diese Sortimentsgruppe stehe für einen signifikanten Anteil des Gesamtumsatzes (ca. 150 Millionen Euro)

und habe kurzfristig nicht ersetzt werden können. In Verbindung mit drei insgesamt sehr herausfordernden Geschäftsjahren mit einhergehenden Umsatzrückgängen habe sich hieraus eine Situation ergeben, die nun konsequent neu geordnet werde, so **Marco Tölle**. Der operative Geschäftsbetrieb laufe stabil weiter. Alle nicht vom Lieferantenausfall betroffenen Sortimente – darunter Stühle und Tische aus Asien sowie folierte Kastenmöbel aus Polen – würden weiterhin regulär produziert, importiert und ausgeliefert.

Der vorläufige Insolvenzverwalter Rechtsanwalt **Martin Schmidt** aus Detmold (Tel. 05231-308099-0), erklärt: „Nach meiner bisherigen Prüfung sind die operativen Strukturen tragfähig. Der laufende Geschäftsbetrieb kann vollumfänglich fortgeführt werden.“ Ziel sei es, „die Sanierungsoptionen zügig zu bewerten und tragfähige Maßnahmen umzusetzen“.

In den kommenden Wochen würden Sanierungskonzepte geprüft und priorisiert umgesetzt. Erklärtes Ziel: auch zukünftig ein wettbewerbsfähiges Sortiment voll- und teilmassiver Kastenmöbel anzubieten. Die Teilnahme an den bevorstehenden **Partnertagen in Bad Salzuflen** (24.03. bis 26.03.2026) sei gesichert. ♦



„Der laufende Geschäftsbetrieb kann vollumfänglich fortgeführt werden“: Der vorläufige **MCA** Insolvenzverwalter **Martin Schmidt**

## Modenschau im Möbelhaus:

# Premiere bei interliving Schaumann

„Ein voller Erfolg und ein echtes Highlight für die Region.“ So resümiert **Lena Schaumann**, Geschäftsführerin der **Möbel Schaumann Kassel GmbH & Co. KG** eine Premiere, die das **VME**-Mitgliedsunternehmen am Freitag, 06.03.2026, erfolgreich absolviert hat: Modenschau im Möbelhaus.

Zur „Möbelmodenschau“ hatte das familiengeführte Einrichtungshaus **interliving Möbel Schaumann** geladen, und rund 170 Besucherinnen und Besucher waren gekommen.

Unter dem Motto „Jetzt zieht Zuhause ein“ organisierte Schaumann eine außergewöhnliche Inszenierung der Möbelneuheiten 2026 und einen exklusiven Blick hinter die Kulissen.

Das Besondere: Über einen 40 Meter langen, leuchtend gelben Teppich wurden die Möbel per Gabelstapler wie Models auf dem Catwalk inszeniert und am Ende des Laufstegs stilvoll arrangiert. So standen alle Neuheiten im Rampenlicht und luden die Gäste anschließend zum Probesitzen und Entdecken ein. Schlange stehen fürs Probesitzen. Fazit der Veranstalter: „Die Resonanz war überwältigend.“

„Wir verbuchen die Möbelmodenschau unter einem vollen Erfolg. Das Feedback war grandios, sodass klar ist, dass wir die Möbelmodenschau nächstes Jahr wiederholen werden!“, freut sich **Lena Schaumann**.

Modenschau im Möbelhaus: interliving Möbel Schaumann geht neue Wege (© Martina Friedel)



# MOVE 2026

## CREATING NEW OPPORTUNITIES

**MARKET DRIVEN  
OPEN MINDED  
VALUE FOCUSED  
EXPLORE MORE**

**BEGA EINKAUFSTAGE**  
**24.-27.03.2026**

Anmeldung unter: [anmeldung-einkaufstage@bega-gruppe.de](mailto:anmeldung-einkaufstage@bega-gruppe.de)

Anmeldung:



Fortsetzung von Seite 16



Möbel per Gabelstapler wie Models auf dem Catwalk: „Wir verbuchen die Möbelmodenschau unter einem vollen Erfolg.“ (© Martina Friedel)

Besonders eindrucksvoll: „Dass Leute Schlange stehen, um auf einem Sofa Probe zu sitzen, habe ich lange nicht mehr erlebt“, so Schauermann weiter. Das sieht sie als direkten Erfolg und außergewöhnliches Feedback.

Denn das Konzept ging auf: Bereits am Samstag nach der Modenschau besuchten die ersten Gäste das Möbelhaus und entschieden sich für die vorgestellten Neuheiten – ein sofort messbarer Erfolg.

Besonders erfreulich: das persönliche und schriftliche Feedback der Gäste, die sich begeistert über das Event und die Möglichkeit, Möbel in besonderem Rahmen auszuprobieren, äußerten.

Mit der Wahl des Zentrallagers als Location ermöglichte **interliving Möbel Schaumann** einen exklusiven Einblick in Bereiche, die Kundinnen und Kunden sonst

nicht zu sehen bekommen – „ein weiteres Highlight des Abends“.

Nach dem großen Erfolg steht fest: Die Möbelmodenschau wird 2027 fortgesetzt. Weitere Impressionen und ein „Aftermovie“ sollen in den kommenden Tagen auf den Kanälen von **Möbel Schaumann** veröffentlicht werden.

**VME-Mitglied interliving Möbel Schaumann** ist ein familiengeführtes Einrichtungshaus mit Standorten in Kassel und Korbach und agiert seit über 100 Jahren erfolgreich am Markt. ♦

„Dass Leute Schlange stehen, um auf einem Sofa Probe zu sitzen, habe ich lange nicht mehr erlebt“: **Lena Schaumann** (© interliving Möbel Schaumann)



Im Tandem mit **Kai Schäfer**? **Benjamin Dobrott** hat bei **BEGA** angeheuert (© MCA)

## Benjamin Dobrott ...

... der seine gesamte berufliche Laufbahn bei der **MCA-Gruppe** in Schieder-Schwalenberg verbracht hat, bis er sich Anfang Februar dieses Jahres überraschend verabschiedete, hat einen neuen Job. Der 41jährige wechselt zum Mitbewerber **BEGA** nach Lügde. Dort werde er, so die Mitteilung, „spätestens zum 01. September 2026, gegebenenfalls früher“ zusammen mit **Kai Schäfer** verantwortlich sein für die Geschäftsführung der Firmen **Innostyle Möbelvertriebsgesellschaft mbH & Co. KG** sowie **Wohn-Concept GmbH**.

„Mit Herrn Dobrott verstärken wir unsere Expertise im wettbewerbsintensiven Möbelmarkt und setzen ein deutliches Ausrufezeichen hinter den Wachstumsambitionen und der strategischen Weiterentwicklung der **BEGA-Gruppe**“, lassen sich hierzu die **BEGA-Bosse Niko Johns** und **Thorsten Hilpert** zitieren.

und Wachstum vorantreiben“, heißt es dazu aus Löhne. Vor allem im Export-Bereich wolle man einen neuen Kurs einschlagen und die nächste Phase der Weiterentwicklung einleiten. Mit seiner langjährigen Erfahrung in der Küchenbranche, zuletzt bei **Nolte Küchen**, und seiner umfassenden Kenntnisse im internationalen Marktumfeld werde **Kay der Heer** neue Impulse im Exportgeschäft der **baumann group** setzen und den Wandel aktiv mitgestalten.

Kommt von **Nolte Küchen** zur **kitchen family** nach Löhne: **Kay der Heer** (© baumann group)



Neuer Gebietsverkaufsleiter in Baden Württemberg: **Michael Schnaiter** (oben) folgt bei **Ballerina** auf **Kurt Blank** (© Ballerina Küchen)

## Kurt Blank ...

... seit über 19 Jahren mit seiner Handelsagentur für **Ballerina Küchen** im nördlichen Baden-Württemberg unterwegs, verabschiedet sich zum 28.02.2026 in den Ruhestand. Die Betreuung der Geschäftspartner im nördlichen Baden-Württemberg übernimmt künftig **Michael Schnaiter**, der bereits seit September 2022 als Außendienstmitarbeiter für **Ballerina** in der **Agentur Baumann** tätig war. Als erfahrener Branchenprofi werde er die erfolgreiche Arbeit fortführen und die Geschäftspartner weiterhin kompetent begleiten.

## Kay der Heer ...

... übernimmt mit Wirkung zum 01. April 2026 die Exportleitung für die gesamte **baumann group** (Bauformat, Burger Küchen) mit Sitz in Löhne. „Neue Strukturen und Zuständigkeiten im Vertrieb sollen Perspektiven eröffnen

## Mit Hans-Jürgen Plöb ...

... baut die **MHK Group** ihre regionale Vertriebsbetreuung im Segment Küche weiter aus. Seit dem 01. März 2026 verstärkt der ehemalige **Häcker** Außendienstmann Plöb das Regionalleiter-Team der Dreieicher Verbundgruppe im Gebiet Ost- und Südbayern. **Hans-Jürgen Plöb** (48) verfügt über langjährige Erfahrung in Handel und Industrie. Er war acht Jahre im Küchenhandel tätig, bevor er sechs Jahre im Außendienst von **Häcker Küchen** arbeitete. Mit dem Neuzugang gewänne **MHK** „einen ausgewiesenen Branchenkenner, der weiß, wie der Markt tickt“, freut sich **Frank Schütz**, Geschäftsführer der **MHK Marketing Handel Kooperation GmbH** und Vertriebschef für das Segment Küche. In den kommenden Wochen werde Plöb alle **MHK-Partner** im Gebiet persönlich besuchen und die Gelegenheit nutzen, sich vorzustellen und erste Themen aufzunehmen.

Von **Häcker** zu **MHK**: **Hans-Jürgen Plöb** (© MHK Group)



# Ihr Unternehmen. Ihre Freiheit. Unser Rückhalt.

**Gehen Sie mit uns die Zukunft Ihres Unternehmens an.**

Seit 45 Jahren sind wir Möglichmacher für inhabergeführte Unternehmen im Küchenhandel und SHK-Handwerk. Profitieren Sie von unserer Erfahrung und Expertise, innovativen digitalen Services sowie leistungsstarken Geschäftsmodellen und erfolgreichen Marken.

Die MHK Group – die Zukunftsplattform für Unternehmerinnen und Unternehmer.

[www.mhk.de](http://www.mhk.de)

# WIE gestalten wir die Zukunft?

**Wir ebnen den Weg für den digitalen Wandel in der Möbelbranche! Gemeinsam mit unseren Mitgliedern und Partnern verfolgen wir unsere Vision: Prozesse optimieren und neue digitale Produkte für die Zukunft entwickeln.**

**Der Einrichtungspartnerring  
VME ist mehr als eine  
Einkaufsgemeinschaft.**

Ob Marketing, digitale Services oder exklusive Marken wie Interliving, Trendhopper und Roomio – der Full-Service-Verbund bündelt das fachliche Know-how für seine Gesellschafter. Unsere zukunftsorientierte Ausrichtung macht uns zum idealen Partner für den mittelständischen Möbelhandel – für mehr Erfolg und Wachstum in einer starken Händlergemeinschaft.

Jetzt Teil der Gemeinschaft  
werden!



**Mehr Infos**

