

„Feel at home“: Mit Schüller und bei Schüller

Die Schüller Möbelwerk GmbH auf der Küchenmeile in Löhne

Herrieden, 20.09.2025

Dieses Jahr steht die Schüller Möbelwerk GmbH aus Herrieden ganz unter dem Motto „Feel at home“. Es ist dem Unternehmen ein Bestreben, sowohl ein innovativer Partner als auch ein zuverlässiger Arbeitgeber zu sein. Das gastfreundliche Motto macht Schüller auf der diesjährigen Küchenmeile in Löhne hautnah erlebbar sowie in Form eines neuen Unternehmenslogos visuell sichtbar.



Vor dem Haupteingang der Unternehmenszentrale in Herrieden leuchtet das neue Logo einladend.

Als Aussteller auf der Messe präsentiert sich Schüller mit Produkten voller Innovationsgeist, Trendgespür und Sinn für Funktionalität. Als Unternehmen stehen für den fränkischen Küchenmöbelproduzenten der Service und Qualitätsanspruch an seine Partner im Fokus.

Das Unternehmensmotto – zugleich auch das diesjährige Messemotto – „Feel at home“ beschreibt auch die Kollektion 2026 treffend. Warme Farben, runde Formen und ruhige Strukturen zeichnen die neuen Fronten und Arbeitsplatten aus und spiegeln sich beispielsweise in den neuen abgerundeten Wangenseiten wider. Bessere Planbarkeit durch mehr Standard- und weniger Speziallösungen sowie Durchgängigkeit mit Sandeiche als Korpusinnenfarbe prägen das Gesamtbild der Neuheiten 2026 bei Schüller.

Das neue Unternehmenslogo – das Dach für die Produktmarken, ein Zuhause für Partner und Belegschaft

1966 erfolgte die Gründung des fränkischen Küchenherstellers.

Von Anfang an steht Schüller für höchste Qualität, Individualität und Alltagstauglichkeit. Wachstum ist ein Stichwort. Im Wandel der Zeit verschwammen die Grenzen zwischen der Dachmarke Schüller, die als Unternehmen und Arbeitgeber nach außen tritt, und der Qualitätsmarke Schüller, die hochwertige Küchenmöbel anbietet.

Das neue Logo für das Unternehmen mit dem Claim „Feel at home“ und dem Zeichen eines Hauses hat Potential für mehr Klarheit und Abgrenzung und stärkere Identifikation. Das Haus steht für Stabilität, Heimat und Langlebigkeit. Es ist offen und lädt ein, sich mit Schüller wie zuhause zu fühlen. Unter der Dachmarke stehen weiterhin die Produktmarken Schüller, next125 und Systemo.



Das neue Unternehmenslogo von Schüller bietet ein Dach über dem Kopf der drei Produktmarken.

Design trifft Dialog im neuen |s|a|c.

Das neue Logo wurde passend zur großen Neugestaltung des Schüller-Ausstellungs-Center |s|a|c. präsentiert. Diese Neugestaltung unterstreicht erneut den Antrieb von Schüller, einen Schritt voraus zu sein. Ziel des Umbaus war es, den Raum der Begegnung, Kommunikation, Präsentation und Schulung zu einem inspirativen, sensorischen Erlebnis werden zu lassen. Sogar der Pavillon aus der Kooperation „The Fireplace“ mit Francis Kéré wurde zu diesem Anlass im Garten des |s|a|c. wieder aufgebaut. Das visionäre Ausstellungskonzept zeigt den Besuchenden nicht nur das breite Produkt-, Farben- und Materialspektrum der drei Produktmarken aus dem Hause Schüller, sondern auch Qualitätsaspekte und Services für die Handelspartner.



Sitzgelegenheiten in der Ausstellung, sanfte Farben und weiche Rundungen schaffen eine Atmosphäre zum Wohlfühlen und laden zum Verweilen ein.



Anlässlich der Milan Design Week 2024 entwarf Kéré einen Pavillon aus Fichtenstämmen mit acht Metern Durchmesser und rund sechs Metern Höhe.

Schüller denkt mit! Planungserleichterungen für den Handel

Individuelle und einfache Planung bewirbt Schüller nicht einfach so. Kontinuierliche Anpassungen im Bereich der Artikel beweisen dies auch. So zum Beispiel einen neuen Spülenschrank in optimierter Höhe für Spülsteine, wie sie in Landhausküchen eingesetzt werden. Auch Schränke mit zwei Auszügen und einem Innenschub sind nun in gefragten Breiten als Standardartikel erhältlich. Für Küchen, die über zwei Ablaufgarnituren verfügen, bietet die neue Kollektion einen zusätzlichen Artikel für einen doppelten Siphon-Ausschnitt. Außerdem wurde das System der Bestellung für Wangenartikel und Frontmaterial verbessert. Diese Ergänzung des Produktportfolios hat eine Reduzierung von Sonderartikeln und -anfertigungen zur Folge, damit Planer und Planerinnen noch entspannter arbeiten können.

Eine große Erweiterung in puncto Services stellte Schüller dieses Jahr mit der überarbeiteten Planungsprüfung TAK vor. Das KI-gestützte System liefert in Echtzeit Rückmeldung, ob die geplante Schrank-Geräte-Kombination technisch zulässig ist. Es werden sofort Alternativen angezeigt, Überschneidungen von Schränken, Geräten oder Türen werden farblich hervorgehoben und können unmittelbar korrigiert werden. Das spart Zeit und reduziert Planungsfehler. Zudem erstellt das Programm automatisch eine individuell generierte Skizze der geplanten Schrankinnenausstattung.

Durch Unterstützungen wie diese unterstreicht das Unternehmen erneut seine besondere Position als verlässlicher Partner des Küchenplaners.

Alles aus einer Hand

Was die Komplettvermarktung angeht kann Schüller nun noch mehr Punkten! Neben der Schüller-Exklusiv-Marke JUNO, die man inzwischen seit 10 Jahren im Sortiment führt, sind weitere Highlights dazu gekommen. Großer Benefit für den Handelspartner: Die neuen Power-Sets! Bei JUNO ergänzen zwei Power-Sets mit hochwertigerer Ausstattung und Optik das bestehende Set-Angebot. Optimal zusammengestellt sind ebenfalls die zwei neuen Power-Sets der Marke AEG - neu bei Schüller in der Komplettvermarktung. Die praktischen Gerätekombinationen aus 3 oder 4 Geräten können unter einer Artikelnummer im Bündel bestellt werden, zu einem sehr attraktiven Preis.

Neu ist die Sparte der innovativen Wasseraufbereitungssysteme. Die Zusammenarbeit mit Blanco und Quooker ist gewinnbringend für den Handel, denn es wurden interessante Systeme ins Portfolio aufgenommen, die natürlich auch zu dem speziell entwickelten Unterschrank passen. Ebenfalls neu in der Schüller Komplettvermarktung ist Bora. Der Name steht für sich – und das bei Schüller erhältliche Exklusiv-Gerät sorgt für ein exzellentes Angebot. Der Schüller Kochmuldenschrank ist speziell für dieses Gerät konzipiert und fertig zum Einbau vorbereitet.

Das Unternehmen baut damit die Stärke in der Komplettvermarktung deutlich aus, was der Handel sehr begrüßt. Alles aus einer Hand zu bekommen, verschlankt seine Prozesse, sorgt für Planungssicherheit und erleichtert die Terminkoordination.

Das differenzierte Produktportfolio und das starke Serviceangebot zeigt, wie Schüller gemeinsam mit seinen Handelspartnern mutig vorangeht.

Das Unternehmen

Die Schüller Möbelwerk GmbH mit Sitz im fränkischen Herrieden wurde 1966 gegründet und hat sich in den vergangenen 50 Jahren zu einem Spezialisten für individuell geplante Küchen „Made in Germany“ entwickelt. Das Unternehmensportfolio umfasst zwei Produktmarken, die etablierte Qualitätsmarke Schüller und die elegante Premiummarke next125. Unterstützt durch die besonderen Materialien von Systemo wird so ein großes Marktsegment abgedeckt. „Typisch Schüller“ sind eine außergewöhnliche Fertigungstiefe, partnerschaftliche Zusammenarbeit mit dem Handel sowie unternehmerische Verantwortung. Seit 2003 leiten Markus Schüller, Max Heller und Manfred Niederauer in zweiter Generation das Familienunternehmen.

Pressekontakt

Schüller Möbelwerk GmbH
Annette Schumacher
Abteilungsleitung Marketing
Tel: +49 (0) 9825 83-3450
annette.schumacher@schueller.de

Schüller Möbelwerk GmbH · Rother Straße 1 · 91567 Herrieden – Germany
T +49 (0) 98 25 83 0 · F +49 (0) 98 25 83 12 10 · info@schueller.de · www.schueller.de