

„Feel at home“: Met Schüller en bij Schüller

Schüller Möbelwerk GmbH op de Küchenmeile in Löhne

Herrieden, 20.09.2025

Dit jaar staat Schüller Möbelwerk GmbH uit Herrieden volledig in het teken van het motto „Feel at Home“. De onderneming streeft ernaar om zowel een innovatieve partner als een betrouwbare werkgever te zijn. Het gastvrije nieuwe motto van Schüller kan tijdens de Kuchemeile in Löhne van dit jaar van dichtbij worden ervaren en is eveneens te zien in de vorm van een nieuw bedrijfslogo.



Voor de hoofdingang van het hoofdkantoor in Herrieden straalt het nieuwe logo uitnodigend.

Als exposant op de beurs presenteert Schüller zich met producten vol innovatiekracht en een feilloos gevoel voor trends en functionaliteit. Als onderneming staan voor de keukenmeubelfabrikant uit Zuid-Duitsland de service en kwaliteitsbeloften aan zijn partners centraal.

Het bedrijfsmotto – en tevens het beursmotto van dit jaar – „Feel at Home“ is een treffende beschrijving van de collectie van 2026. Warme kleuren, ronde vormen en rustige structuren zijn kenmerkend voor de nieuwe fronten en werkbladen, maar deze aspecten zijn bijvoorbeeld terug te vinden in de nieuwe afgeronde wangenzijden. Bij de nieuwe Schüller-producten van 2026 is er meer gebruikgemaakt van standaardoplossingen, waardoor ze beter te plannen zijn. Zandeiken, de nieuwe binnenkleur voor onze korpussen, zorgt bovendien voor meer uniformiteit.

Het nieuwe bedrijfslogo – een symbool voor de productmerken en een thuis voor partners en personeel

In 1966 werd de meubelfabrikant uit Beieren opgericht.

Schüller staat vanaf het allereerste begin voor hoogstaande kwaliteit, individualiteit en dagelijkse bruikbaarheid. Groei is een kernwoord. In de loop der tijd vervaagden de grenzen tussen het overkoepelende merk Schüller, dat als bedrijf en werkgever naar buiten treedt, en het kwaliteitsmerk Schüller, dat hoogwaardige keukenmeubels aanbiedt.

Het nieuwe logo van het bedrijf met de claim 'Feel at Home' en een gestileerde weergave van een huis biedt mogelijkheden voor meer duidelijkheid, een betere afgrenzing en een sterkere herkenbaarheid van ons merk. Het huis staat voor stabiliteit, herkomst en duurzaamheid. Het is open en nodigt iedereen uit om zich thuis te voelen met Schüller. De productmerken Schüller, next125 en Systemo blijven onderdeel van het overkoepelende merk.



Het nieuwe bedrijfslogo van Schüller biedt een dak boven de drie productmerken.

Design en dialoog in het nieuwe |s|a|c.

Het nieuwe logo werd gepresenteerd aansluitend op de grote renovatie van het Schüller-expositiecentrum |s|a|c. in Herrieden. Deze renovatie benadrukt opnieuw dat Schüller altijd voorop wil lopen. Het doel van de verbouwing was om deze ontmoetings-, communicatie-, presentatie- en trainingsruimte om te toveren tot een inspirerende, zintuiglijke ervaring. Ook het paviljoen van 'The Fireplace' – een samenwerking met Francis Kéré – werd opnieuw opgebouwd in de tuin van het |s|a|c. Het visionaire expositieconcept laat bezoekers niet alleen kennismaken met het uitgebreide product-, kleuren- en materialenspectrum van de drie productmerken van Schüller, maar toont ook de kwaliteitsaspecten en de services voor onze handelspartners.



Zitplaatsen in de showroom, zachte kleuren en ronde vormen creëren een sfeer van welzijn en nodigen uit om te blijven hangen.



Ter gelegenheid van de Milan Design Week 2024 ontwierp Kéré een paviljoen van sparrenstammen met een diameter van acht meter en een hoogte van ongeveer zes meter.

Schüller denkt mee! Eenvoudiger plannen voor onze handelspartners

Schüller adverteert niet alleen met een individuele en eenvoudige planning. Onze voortdurende aanpassingen bewijzen dat we hier ook echt voor staan. Bijvoorbeeld met een nieuwe gootstenenkast met een hoogte die geoptimaliseerd is voor gootstenen die vaak in landhuiskeukens gebruikt worden. Ook kasten met twee korven en een binnenlade zijn nu ook standaard verkrijgbaar in de meest populaire breedtes. Voor keukens die beschikken over twee afvoersets, biedt de nieuwe collectie een extra artikel voor een dubbele sifonuitsparing. Daarnaast is het systeem waarmee wangenartikelen en frontmaterialen besteld kunnen worden, verbeterd.

Deze uitbreiding van ons productportfolio heeft geleid tot een vermindering van het aantal op maat gemaakte producten, zodat keukenplanners nog meer ontspannen hun werk kunnen doen.

Schüller presenteerde dit jaar een grote verbetering op het gebied van onze services: de herziene TAK-planningscontrole. Het door AI ondersteunde systeem laat in realtime weten of de geplande combinatie van kasten en apparaten technisch haalbaar is. Ook worden er direct alternatieven weergegeven, overlappende kasten, apparaten of deuren worden in kleur gemarkeerd en kunnen onmiddellijk worden vervangen. Dit bespaart tijd en vermindert de kans op planningsfouten. Daarnaast maakt het programma automatisch een individueel gegenereerde tekening van het geplande kastinterieur.

Door dit soort ondersteuning bewijst Schüller opnieuw zijn bijzondere positie als betrouwbare partner van keukenplanners.

Alles van één leverancier

Als het gaat om totaalmarketing scoort Schüller nu nog meer punten! Naast het merk JUNO, dat exclusief bij Schüller verkrijgbaar is en dat inmiddels al 10 jaar onderdeel is van ons assortiment, zijn er nog meer hoogtepunten bijgekomen.

Groot voordeel voor onze handelspartners: de nieuwe powersets! Het bestaande assortiment van JUNO-sets wordt aangevuld met twee powersets met een hoogwaardige functionaliteit en uitstraling. Ook de twee nieuwe powersets van het merk AEG – nieuw in de totaalmarketing van Schüller – zijn perfect op elkaar afgestemd. De praktische combinatie van 3 of 4 apparaten kan onder hetzelfde artikelnummer in één keer besteld worden, voor een zeer aantrekkelijke prijs.

Een nieuwe productcategorie: onze waterbehandelingssystemen. De samenwerking met Blanco en Quooker is bevorderend voor de omzet. Er zijn namelijk interessante systemen toegevoegd aan het portfolio, die natuurlijk ook passen bij de speciaal ontwikkelde onderkast. Daarnaast is BORA een nieuwe aanvulling op de totaalmarketing van Schüller. Deze naam spreekt voor zich en het apparaat dat exclusief bij Schüller verkrijgbaar is, zorgt voor een uitstekend productaanbod. De kookplaatkast van Schüller is speciaal voor dit apparaat ontworpen en klaar voor installatie.

Schüller breidt hiermee zijn kwaliteiten op het gebied van totaalmarketing aanzienlijk uit, wat bijzonder wordt toegejuicht door de handel. Het feit dat alles van één leverancier komt, vereenvoudigt processen, zorgt voor planningszekerheid en vereenvoudigt de coördinatie.

Een gedifferentieerd productportfolio en een sterk serviceaanbod – Schüller kiest ervoor om samen zijn handelspartners de verantwoordelijkheid te nemen en moedig voorop te lopen.

Over ons

Schüller Möbelwerk KG, gevestigd in Herrieden, Franken, werd opgericht in 1966 en heeft zich in de afgelopen 50 jaar ontwikkeld tot een specialist voor op maat gemaakte keukens "Made in Germany". Het portfolio van de onderneming omvat twee productmerken, het gevestigde kwaliteitsmerk Schüller en het elegante premiummerk next125. Ondersteund door de speciale materialen van Systemo wordt zo een groot marktsegment afgedekt. „Typisch Schüller zijn de buitengewone verticale integratie, de op partnerschap gebaseerde samenwerking met de handel en de verantwoordelijkheid van het bedrijf. Markus Schüller, Max Heller en Manfred Niederauer leiden het familiebedrijf sinds 2003 in de tweede generatie.

Perscontact

Schüller Möbelwerk GmbH
Annette Schumacher
Hoofd 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.com