

ANSICHTEN UND AUSSICHTEN IM MÖBELHANDEL 2026

# VOR EINEM JAHR GROSSER HERAUSFORDERUNGEN

Es wird sicher nicht einfacher: Auch im kommenden Jahr warten auf die Möbelbranche zahlreiche Herausforderungen, um in einem äußerst schwierigen Marktumfeld zu bestehen. In einer exklusiven Umfrage des **Mittelstandsverbund ZGV für „möbel kultur“** verraten die Geschäftsführer:innen der großen Einkaufsverbände, welche Erwartungen und Hoffnungen sie für 2026 haben, mit welchen Strategien sie die Zukunft aktiv gestalten und ihren Mitgliedern somit positive Perspektiven schaffen wollen.

Der Mittelstandsverbund ZGV stellte den Geschäftsführer:innen aus den Möbeleinkaufsverbänden folgende vier Fragen, die sie mit kurzen Statements beantworten.

1. Was ist das wichtigste Thema, das Sie 2026 auf der Agenda haben?
2. In welchem Bereich (z. B. Digitalisierung, Personal, Nachhaltigkeit, Datenmanagement/KI) sehen Sie den größten Investitionsbedarf – und was planen Sie konkret?
3. Welche Strategien setzen Sie 2026 ein, um die Frequenz im stationären Handel zu steigern?
4. Welche politischen Rahmenbedingungen wünschen Sie sich 2026, damit der Mittelstand wieder investieren und wachsen kann?

## DR. MARC ZGAGA

Der Mittelstandsverbund ZGV



1. 2026 treiben wir die Einführung von ECLASS und den Ausbau standardisierter EDI-Prozesse konsequent voran. Damit schaffen wir die Voraussetzungen, um kommende regulatorische Anforderungen sicher zu erfüllen. Gleichzeitig setzen wir als Fachgruppe Möbel und Küchen im Mittelstandsverbund politisch klare Signale gegen überbordende Regulierung und Bürokratie. Unsere Fachgruppe bündelt Expertise und Orientierung – damit mittelständische Küchen- und Möbelfachhändler auch unter Druck handlungs- und wettbewerbsfähig bleiben.
2. Der größte Investitionsbedarf liegt in belastbaren Datenstrukturen, KI-gestützten Prozessen und der Bewältigung neuer Regulierungen. Für 2026 heißt das: Verbundgruppen und Anschlusshäuser müssen ihre Systeme auf die Erfüllung zentraler Standards wie ECLASS und EDI vorbereiten – sofern sie über entsprechende Strukturen verfügen. Dieser Standard ermöglicht es, Anforderungen etwa der EUDR oder den Digitalen Produktpass zuverlässig zu erfüllen – ein entscheidender Schritt, um Komplexität zu bewältigen, statt ihr zu erliegen.

3. 2026 setzen wir auf die intelligente Verzahnung stationärer Stärken mit digitaler Reichweite. Für die Gruppen aus dem kooperierenden Möbel- und Küchenhandel sehen wir potenziell Formate, die Beratungskompetenz und digitale Kontaktpunkte kombinieren – etwa Event- und Themenwochen oder hybride Beratungskonzepte. Ergänzend rückt die Fokussierung auf klar definierte Zielgruppen und kuratiertes Shopping stärker in den Mittelpunkt. So steigt nicht nur die Frequenz im Handel, sondern auch die Abschlussqualität in den Häusern.

4. Der kooperierende Mittelstand braucht 2026 endlich Verlässlichkeit: weniger EU-Regulierungsdruck, spürbare Entlastungen bei bürokratischen Pflichten und planbare Energie- und Personalkosten. Verbundgruppen stabilisieren die Branche, sichern Investitionen und Innovationen. Diese Rolle muss politisch stärker gewürdigt werden. Nur ein mittelstandsorientierter Kurs schafft die Voraussetzungen, damit der kooperierende Möbel- und Küchenfachhandel wieder mutig investieren kann.



## **TORSTEN GOLDBECKER**

**Garant**

1. 2026 steht für uns im Zeichen des Fortschritts: Wir wollen den optimistischen Blick nach vorne für unsere Partner aus Handel und Industrie weiter fördern. Ein wichtiges Projekt ist dabei der Aufbau und die Pilotierung eines zentralen Datenservice für Handelspartner zur daten- und KI-gestützten Optimierung von Einkaufs- und Sortimentsentscheidungen (u. a. Analysen, Prognosen und Benchmarks). Damit schaffen wir die Basis für mehr Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit.
2. Den größten Investitionsbedarf sehen wir in den Bereichen Digitalisierung und Datenmanagement/KI. 2026 planen wir den Ausbau unseres Garant-Webseitensystems, die Digitalisierung interner Prozesse sowie die Entwicklung digitaler Self-Services und den Ausbau des Datenmanagements für unsere Partner.
3. Um mehr Kunden in die Geschäfte unserer Handelspartner zu bringen, setzen wir 2026 auf zielgruppenorientierte und kuratierte Sortimente, die wir im Rahmen einer 360-Grad-Vermarktung über alle Kanäle – vom PoS über Print bis Social Media – inszenieren. Damit stärken wir die Wahrnehmung unserer Handelspartner im regionalen Markt. Konkret unterstützen wir diese Zielsetzung durch das Angebot neuer Video-Content- und Social-Media-Pakete, einer Influencer-Kooperation im Küchenbereich sowie mit frischen, aufmerksamkeitsstarken Küchenkampagnen.
4. Damit der Mittelstand weiter investieren und wachsen kann, wünschen wir uns 2026 vor allem einen konsequenten Bürokratierückbau entlang aller Wertschöpfungsstufen und in den angeschlossenen baunahen Branchen. Besonders die zunehmend umfassendere EU-Regulatorik (LkSG, EUDR im Rahmen des Omnibus-Vereinfachungspaketes 1) wie auch die LKW-Maut belasten unsere Mitglieder erheblich. Hier gilt es, durch kontinuierliche politische Ansprache praxisgerechte Lösungen zu erreichen und so unternehmerische Potenziale zu stärken.



## **MARCUS ROTH**

**Küchenring**

1. Ein großes Thema im Markt ist die Altersnachfolge im Küchenspezialhandel. Hier wollen wir Antworten geben. Außerdem möchten wir Neugründer für den Küchenhandel beim Sprung in die Selbstständigkeit intensiv unterstützen und somit der Branche wieder zusätzliche Impulse geben.
2. Den größten Investitionsbedarf sehen wir ganz klar im Bereich Digitalisierung und KI. Wir befinden uns in einer Zeit des rasanten technologischen Wandels und müssen als Verband unseren Mitgliedern Lösungen bieten, die sie im Tagesgeschäft entlasten und im Wettbewerb stärken.
3. Unsere Marketingangebote werden immer stärker von unseren Gesellschaftern genutzt. Hier werden wir im Rahmen der fortschreitenden Digitalisierung weitere Angebote entwickeln, um dem Handel ein umfassendes und modernes Portfolio zur Frequenzsteigerung anbieten zu können.
4. Seitens der Politik brauchen wir klare, nahvollziehbare und kurzfristige Impulse für die Baubranche. Dies gilt für den Punkt Neubau, aber auch für den Leerstand bzw. die Renovierung von Alt-Immobilien. Ferner wünschen wir uns einen spürbaren Bürokratierückbau, besonders für den Mittelstand in Deutschland.

## **RUDOLF SIEMENS**

**KMG-Zumbrock**



1. 2026 steht bei uns ganz im Zeichen der weiteren Professionalisierung unserer Händler und der datenbasierten Verkaufsunterstützung. Mit unserem neuen Konzept IK360 schaffen wir ein deutlich kompakteres, nutzenorientiertes Marketing für etablierte Studios. Gleichzeitig bauen wir unsere digitalen Werkzeuge – ProduktNavi, Blockverrechner und zentrale Datenpflege – konsequent weiter aus, um Händlern mehr Effizienz und Planungssicherheit zu geben.
2. Den größten Investitionsbedarf sehen wir 2026 im Bereich Personal und Digitalisierung. Wir werden unser Team gezielt weiter verstärken, um kompetente Ansprechpartner für direkte Dienstleistungen beim Händler bereitzustellen – sowohl im Außendienst als auch in der zentralen Betreuung. Parallel investieren wir in den Ausbau unserer digitalen Werkzeuge und Datenprozesse, damit unsere Händler schneller, effizienter und sicherer arbeiten können. Die Kombination aus qualifizierten Fachkräften und moderner digitaler Infrastruktur schafft für alle Mitglieder einen messbaren Mehrwert und entlastet die Betriebe im Tagesgeschäft.
3. Wir setzen 2026 auf klar messbare, verbraucherorientierte Kampagnen wie IK360, kombiniert mit zentral vorbereiteten digitalen Werbemaßnahmen für unsere Händler. Parallel stärken wir die Sichtbarkeit der Studios durch Social-Media-Content, strukturierte Online-Bewertungen und eine präzisere Leadsteuerung. Einen besonderen Schwerpunkt legen wir auf unser neues Ausstellungskonzept „Atelier der Inspiration“, das Studios hilft, mit deutlich geringeren Mitteln eine hochwertige und verkaufsstarke Präsentation zu schaffen. Ziel ist es, die lokale Präsenz unserer Mitglieder zu erhöhen und qualifizierte Anfragen für den stationären Handel zu generieren.
4. Wir wünschen uns 2026 vor allem einen echten Bürokratierückbau, damit mittelständische Unternehmen schneller und verlässlicher handeln können. Viele regulatorische Vorgaben verzögern Investitionen und hemmen wichtige wirtschaftliche Impulse. Gleichzeitig sollten die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gelockert werden – insbesondere im Wohnungsbau, der durch hohe Auflagen und Genehmigungsprozesse massiv gebremst wird. Eine flexiblere Baupolitik, verlässliche Energie- und Infrastrukturentscheidungen sowie ein starker Euro würden dringend benötigte Investitionen wieder ermöglichen. Nur unter solchen Bedingungen kann der Mittelstand nachhaltig wachsen.

## **KNUT ALBERT**

**Europa Möbel-Verbund**



1. Weiterer Ausbau unserer Digital- und Datenkompetenz, um die Resilienz unserer Händlerinnen und Händler zu stärken und zukunftssicher aufzustellen.
2. Der Ausbau der Datenkompetenz inklusive KI erfordert den größten Investitionsbedarf, ist aber unabdingbar, um dem Handel neue Möglichkeiten zu schaffen und wettbewerbsfähig zu bleiben.
3. Möbel und Küchen leben von Beratung und Erlebnis. Wir setzen 2026 auf emotionales Marketing am POS und bauen auch unsere Küchenlead-Generierung und damit die Verzahnung von Online- und Offline-Kanälen weiter aus.
4. Wir wünschen uns eine verlässliche Wohnungsbau- und Förderpolitik. Dies sehen wir auch in 2026 als zentrale Voraussetzung an, damit die Investitionsbereitschaft im Möbel- und ganz besonders im Küchenbereich wieder zunimmt.