

Designbeläge Wie der Handwerker damit Geld verdient

Interview Jeder dritte Vertriebler bringt's nicht

Sonnenschutz Das sind die Trends 2015

Mitunter problematisch Estriche für die Ausführung von Parkettarbeiten

www.boden-wand-decke.de

Beachten Sie bitte
besonders die Seite(n)

9

boden wand decke

Das Fußbodenmagazin für Handwerk und Handel



Vorsprung
durch
Innovation

KNOPP
GmbH CHEMISCHE PRODUKTE



FONDATION LOUIS VUITTON, PARIS

Architecture de luxe mit **KNOPP CONTOPP®** Estrichsystemen

www.knopp-chemie.com



sche Wirkung ist die mit Abstand dominierende Eigenschaft, die ein Belag erbringen muss. Beläge sollen in erster Linie schön sein, bringt es Kille auf den Punkt, ohne sich in technischen Einzelheiten zu verlieren. Dass der Gebrauchsnutzen erbracht wird, wird als selbstverständlich vorausgesetzt.

In der Vorbereitung liegt der Gewinn

Kille macht einen weiteren ganz entscheidenden Unterschied zu früher aus, der allerdings im Handwerk noch nicht überall angekommen ist. „Vor circa 30 Jahren war es zum Beispiel üblich, für die Untergrundvorbereitung 5 DM inklusive Spachteln zu kalkulieren. Das reichte für die De-



Unschön. Hier zeichnet sich der Altuntergrund, keramische Fliesen, im Designbelag ab.

ckung der Vorbereitungskosten zwar nur ganz selten, aber es hatte keine Auswirkungen bei den Margen, die damals auf das Belagmaterial kalkuliert worden

sind – nicht selten 100 Prozent. Und weil für die Verlegung/Klebung der Beläge auskömmliche 20 bis 25 DM/m² erzielbar waren, konnte man die zu gering

kalkulierten Vorbereitungskosten des Unterbodens bequem ausbügeln.“

Das funktioniert bei den heutigen Preisen, die für Kunststoffdesignbeläge im Großobjekt zum Teil unter netto 8 Euro/m² (!) liegen, nicht mehr annähernd. Das hat Folgen. Weil das A und O bei der Fußbodenverlegung nicht mehr der Belag selbst ist, sondern die Untergrundvorbereitung, muss man hier ansetzen, fordert Kille. Die Vorarbeiten müssen dem Kunden mit allen ihren Notwendigkeiten, Abhängigkeiten und Leistungsmerkmalen, die für eine erfolgreiche Belagverlegung zu erbringen sind, „verkauft“ werden. Denn mit der Untergrundvorbereitung lässt sich in vielen Fällen eventuell mehr Geld verdienen als mit dem



LINES



marmoleum®

... goes modular!

Entdecken Sie Linoleum neu.

Marmoleum Modular bietet Design- und Farbauswahl erstmals in Elementen mit verschiedenen Formaten. Handlich, kompakt, verlegefreundlich – der natürliche Designbelag eröffnet neue Möglichkeiten für moderne und flexible Raumgestaltung.

Mehr unter www.forbo-flooring.de/MarmoleumModular



FLOORING SYSTEMS

PCI Augsburg Fußbodentechnikprodukte reduziert

Straffes Sortiment

Ein übersichtliches Angebot hat klare Vorteile für den Verarbeiter: Vereinfachte Produktauswahl und reduzierte Lagerhaltung zum Beispiel. Das ist die Philosophie des „straffen Sortiments“, die PCI Augsburg vertritt. Daher reduziert das Unternehmen nun mit vielseitig einsetzbaren Produkten das Sortiment im Bereich Fußbodentechnik von 40 auf 26 Produkte. Möglich machen das verbesserte Rezepturen und sorgfältige Tests. „Wir haben bei der Weiterentwicklung unserer Produkte darauf geachtet, dass wir einerseits die Verarbeitungseigenschaften verbessern, andererseits aber auch das Anwendungsspektrum erweitern, damit wir mehrere Einsatzmöglichkeiten in einem Produkt zusammen-

führen können“, sagt Bernd Albers, Produktmanager PCI-Verlegesysteme. So habe man zum Beispiel den Objektbelagskleber OKL 300 derart verbessert, dass er nun zusätzlich auch zur Verklebung von homogenen PVC-Belägen sowie Linoleum geeignet ist. Mit dem bisherigen Spezialklebstoff für Linoleum LKL 334 können jetzt auch Textilbeläge verklebt werden. Nur bei Nadelvliesbelägen muss der Verarbeiter auf den Textilbelagkleber TKL 315 zurückgreifen. Auch wenn PCI schon seit dem Start im Bereich Fußbodentechnik 1999 das „straffe Sortiment“ verfolgt, sei die nochmalige Straffung eine konsequente Weiterführung des Leitgedankens der Firma. ■

Forbo Flooring Neue Website

Bilder statt viel Text

Auf die moderne Kachel-Struktur setzt Forbo Flooring jetzt mit seinem neuen Internetauftritt www.forbo-flooring.de. Dieser verspricht mehr Benutzerfreundlichkeit und eine intuitive Navigation. Trendige Optik, übersichtlicher Aufbau und deutlich vereinfachte Navigation sollen den Nutzer in kürzester Zeit an sein Informati-



Forbo Flooring präsentiert sich mit einer neuen Website. Diese soll besonders durch ihre Nutzerfreundlichkeit und große Bilder überzeugen.

onsziel führen. Die Informationen auf der Website sind von allen Endgeräten aus abrufbar. In den Fokus hat Forbo Flooring große Bilder gestellt, der Text ist auf das Wesentliche reduziert. Der Seitenaufbau ist klar und übersichtlich strukturiert. Alle Menüpunkte sind über Verlinkungen miteinander vernetzt. Dokumente, CAD-Details oder Broschüren lassen sich zeitsparend direkt von der jeweiligen Produktseite aus herunterladen. Das reaktionsfähige Design der Website garantiert laut Forbo Flooring, dass die Nutzer komfortabel und ohne Qualitätsverlust von allen Geräten und von überall aus auf die Inhalte zugreifen können. ■

Objectflor Verkaufsaktion

Kaufen und gewinnen

Einmal nach Abu Dhabi reisen und die Formel 1 live erleben – mit dieser Verkaufsaktion begleitet Objectflor die Markteinführung seiner neuen Kollektion Expona Flow. Die neue Kollektion steht für hochwertige Designqualität im Segment der Kompaktbeläge und soll neue Marktchancen in Branchen wie dem Gesundheitswesen eröffnen. Vorgestellt wurde der neue Kompaktbelag bereits auf der Bau 2015. Nun können Händler das Produkt kaufen und nach Abu Dhabi reisen. Wer bei seinem Großhändler oder direkt bei Objectflor zwischen Januar und Juni 2015 insgesamt 3.000 Quadratmeter Expona Flow kauft, wird zu der fünftägigen Reise eingeladen. Wer mehr als 2.000

beziehungsweise 2.500 Quadratmeter Expona Flow kauft, dem bietet Objectflor eine abgestufte Eigenbeteiligung, um ebenfalls das Ticket für die Reise zu lösen. Der Aufenthalt in Abu Dhabi führt die erfolgreichen Händler nah an das spannende Renngeschehen: Dazu zählt ein Besuch der Boxengasse, das Abschluss-training sowie das Qualifying mit dem Kampf um die Pole-Position. Highlight ist das Formel-1-Finale. Die Expona-Flow-Gewinner verfolgen dieses Rennen aus einer Loge im Main Grandstand Al Dhiyafa mit VIP-Betreuung. An den fünf Tagen in Abu Dhabi soll auch noch genug Zeit bleiben, um die boomende Metropole am Persischen Golf kennenzulernen. ■

ter Hürne Produktneuheiten auf der Bau

Neu im Sortiment: Vinyl

Auf knapp 400 Quadratmeter erlebten die Besucher der Messe Bau einen Showroom, der die ter-Hürne-Produktneuheiten in Szene setzte und mit digitalen POS-Medien von morgen kombinierte. Dort präsentiert wurde auch der neue Design-Vinylboden, der jetzt zum ter-Hürne-Bodenbelagsortiment gehört. Wie der Holzspezialist das neue Produkt in das bisherige Sortiment eingebaut hat, erklärt Geschäftsführer Bernhard ter Hürne: „Wir haben die Entwicklung in diesem dynamischen Bereich in den letzten Jahren intensiv beobachtet und unsere Vorstellungen in die Produktentwicklung eingebracht. So bringen wir eine Produktqualität an den Markt, mit der wir uns als Holzspezialist voll identifizieren können.“

Eines der wesentlichen Merkmale des Designbodens ist laut ter Hürne dessen Rezeptur auf Basis von Bio-Weichmachern wie Sojaöl. Das neue Vollvinyl-Sortiment ist unter der Marke ter Hürne erhältlich und mit der 5G-Clickiteasy-Verbindung ausgestattet. Zudem stellte das Unternehmen aus Südlohn das erste Kapitel seines komplett überarbeiteten Parkett-Sortiments vor. Bei der Entwicklung von Point-of-Sale-Lösungen für den Fachhandel präsen- ter Hürne sein neues, virtuelles Raumstudio. Damit soll der Nutzer einen Eindruck davon erhalten, wie Produkte für Boden, Wand und Decke zusammen in einem Raum harmonisieren. ■