

D6164

06.15

eurodecor

DAS MAGAZIN FÜR DEN HANDEL



Designbeläge

Natur gibt weiter
die Richtung vor

Verlegewerkstoffe

Profis wollen es
schnell, aber gründlich

MUSTERGÜLTIG

Wände 2015: Das sind die Trends

EINE MEININGER PUBLIKATION

Authentische Optiken wünscht der Kunde

Im Trend liegen zudem individuelles Design, Flexibilität und Nachhaltigkeit



In allen drei Filialen eines Sylter Eiscafés wurden Designbeläge von Project Floors mit Tannenholzdekor verlegt. Wegen der hohen Kundenfrequenz wurde eine Nuttschichtstärke von 0,8 mm ausgewählt.

Designbeläge erfahren eine stete Weiterentwicklung bei Funktion und Verarbeitung. Beim Design gilt dagegen – fast – immer der Leitsatz: „Bitte ganz nah dran am Original!“

Es läuft gut für die Hersteller von Designbelägen. Der Fachverband der Hersteller elastischer Bodenbeläge (FEB) meldet positive Absatzzahlen, die von uns befragten Unternehmen blicken insgesamt sehr optimistisch auf dieses Marktsegment. „Die Steigerung im ersten Quartal des Geschäftsjahres hat die Prognosen weit übertroffen. Hohe Qualität bei Produkt und Service, eine gute Lieferfähigkeit,

konsequente Weiterentwicklungen der verschiedenen Verlegemethoden sowie innovative und schöne Dekore haben zu diesem Erfolg geführt“, freut sich Stefan Gust, Verkaufsleiter mFlor Deutschland. Das große Ass im Ärmel sei aber die eigene Vertriebsmannschaft, die einen guten und persönlichen Kontakt mit den Zielgruppen pflege. Diese Kombination habe dafür gesorgt, dass die Erwartungen sogar weit übertroffen werden konnten, so Gust.

Und bei Moduleo, der im Markt noch relativ jungen Designbelagsmarke der belgischen IVC Gruppe, ist man nach dem erfolgreichen Start zu Jahresbeginn auf den Fachmessen eben-

falls optimistisch. Dazu Burkhard Lehmann, Verkaufsleiter D/A/CH: „Das Geschäftsjahr 2015 ist mit der Domotex und der Bau gut gestartet. Für einen weiteren guten Verlauf in diesem Geschäftsjahr sind Rahmenbedingungen wie die allgemeine positive Wirtschaftslage sowie die politischen Einflüsse nicht nur in Deutschland maßgebend.“

Mit welchen Strategien lassen sich weitere Marktanteile für Designböden gewinnen? Was können Innovationen für diese Produktgattung sein? Für Volker Kettler, Leiter Produktmanagement MeisterWerke Schulte, ist der wichtigste Faktor bei Designböden deren umwelttechnische Optimierung: „Nur Hersteller, die wohngesunde und umweltfreundliche Böden produzieren können, werden sich langfristig auf dem Markt etablieren können.“

Beim englischen Unternehmen Designflooring setzt man zum einen auf die schnelle Umsetzung von Trends, zum anderen aber „vor allem auf die Warenpräsentation, um unsere Produkte und deren Qualitäten selber in den Vordergrund zu stellen“, so Olaf Twiehaus, Senior Marketing Executive.



Lose liegende Designbeläge aus der Kollektion iD Inspiration Loose-lay von Tarkett.



FOTO: FORBO FLOORING

Marmoleum Modular von Forbo Flooring bietet die klassischen Vorteile modularer Produkte.

erläutert Annika Windmüller, Leiterin der Unternehmenskommunikation. Auch werde die Digitaldruck-Technologie die Produktgattung weiter vorantreiben – damit könne man zukünftig bei den Designböden flexibler und deutlich schneller auf individuelle Kundenbedürfnisse eingehen und Kleinstmengen produzieren. Der Aspekt gewinne vorrangig in der Objektausstattung an Bedeutung.

Flexibilität und ein auf die Anforderungen des Kunden abgestimmtes Produkt betrachtet auch der Frankenthaler Hersteller Tarkett als maßgeblich für die Zukunft im Objektgeschäft. Tilo Höbel, General Manager D/A/CH der Tarkett Holding GmbH, sagt: „Gerade im Bereich Stores & Shops will der Kunde ein auf seine Anforderungen abgestimmtes Produkt. Hier ist ein starkes Leistungspaket gefragt im Hinblick auf Formate, Oberflächenprägungen, Service, Qualität und Designs. Wer als Hersteller in der Lage ist, flexibel und leistungsstark auf kundenindividuelle Wünsche einzugehen, hat Vorteile im anspruchsvollen Key Account Geschäft.“

Individuelle Böden

Tomas Cordes, Geschäftsführung Amorim Deutschland: „Nur wenn wir genau hinschauen, verstehen wir, wie umfänglich die Kundenwünsche sind: Der Trend zu individuell gestalteten Fußböden ist ungebrochen; authentische Optiken werden verstärkt nachgefragt.“ Darauf hat der Hersteller mit Wicanders Artcomfort, einem Design-Korkboden, reagiert. „Bauherren suchen nicht nur einen schicken oder nur einen natürlichen Bodenbelag, sie wollen mehr“, ist Tomas Cordes überzeugt. Und: „Eine Verbindung von Natürlichkeit, Wohngesundheit, Alltagstauglichkeit und Ausdruck ihrer Persönlichkeit. Qualität wird heute vorausgesetzt.“

Windmüller Flooring Products fokussiert eine Kollektionsstrategie, die konsequent auf die Bedürfnisse des Handels und des Endverbrauchers abgestimmt ist. „Das bezieht eine vielfältige Dekorauswahl und eine ausgezeichnete Produktqualität ebenso ein, wie die Verlegetechnik zum Klicken und zum Kleben. Darüber hinaus fokussieren wir den Objektbereich, der ebenfalls ein großes Potenzial für unsere Designböden darstellt“,

Zudem bleibe das Thema Nachhaltigkeit in den nächsten Jahren eines der Top Themen für Objekteure, Verleger, Architekten und den Handel, ebenso werde das Thema Recycling eine immer stärker Rolle spielen. „Hier nimmt Tarkett bereits heute durch seine umfangreichen Recyclingkonzepte eine Vorbildfunktion ein“, so Tilo Höbel.

Was sind die Trends bei Oberflächen, Designs, Formaten und Verlegetechniken (s. dazu auch S. 38-45)? Was bieten die Hersteller Neues auf Produktseite? Für Janina Keller, Produktmanagerin MeisterWerke Schulte, sind die Dekore wesentlich eleganter als noch vor einigen Jahren, aber dennoch mit sehr viel Lebendigkeit und Natürlichkeit versehen. „Bei den beliebtesten Holzarten hat sich nichts verändert – die Eiche in verschiedensten Ausprägungen bleibt sozusagen ‚Everybody’s Darling‘. Helle bis hin zu goldenen Naturtönen dominierten die Farbwelt, aber auch Weiß; ‚Painted‘ und Greige spielten eine wichtige Rolle.“ Die aktuellen Oberflächen setzten wieder mehr auf natürliche Haptik und seien überwiegend matt. Es geht hierbei allerdings nicht immer um eine echte

