

Forbo Flooring Zu Besuch im weltweit größten Linoleum-Werk in Assendelft nahe Amsterdam

Beläge mit gewissen Vorzügen

Der Plan ist klar: Linoleum in neuer Form im Markt der natürlichen Designbeläge positionieren, super Service bieten und mit der Produktion von homogenen Belägen, die im September startet, zum Vollsortimenter werden.



Was hier einmal hängt, kommt nicht wieder zurück. Und das ist gut so. Verbindet doch der „Monorail“ auf dem 32 Hektar großen Betriebsgelände von Forbo Flooring im niederländischen Assendelft die Linoleum-Bahnen-Produktion mit dem 2013 gebauten Europa-Logistik-Lager „MXD Cross Docking Center“. Wie eine Lebensader durchzieht die 750 Meter lange, verglaste Schwebelagerbahn die Lüfte zwischen den zwei Gebäuden. Täglich gleiten auf dieser Einbahnstraße bis zu 1.250 Linoleum-Rollen aus der Produktionshalle in das moderne Lager. Von dort geht es in kürzester Zeit innerhalb Europas weiter: Aufträge, die bis 17 Uhr

in Assendelft eingehen, werden konfiguriert und bereits um vier Uhr morgens auf den Weg gebracht. Der Norden der D/A/CH-Region wird innerhalb von einem Tag beliefert, die Mitte und die südlichen Gebiete innerhalb von 48 oder 72 Stunden. „Das ist einer unserer Services für den Kunden“, sagt Forbo-Geschäftsführer Martin Thewes, „wir übernehmen die Logistik und die Lagerung für den Handel.“ Das funktioniert frei nach Pareto: Der Kunde hält normalerweise 20 Prozent der Ware, mit der er 80 Prozent des Umsatzes generiert, selbst auf Lager. „Eine Kollektion wird aber erst dann spannend, wenn sie eine gewisse



Breite und Tiefe hat, was die Varianten betrifft. Damit der Händler die ganze Vielfalt unseres Angebotes nutzen kann, nehmen wir ihm die Lagerhaltung für alle Beläge ab, die er nicht tagtäglich verkauft.“ Das 5.500 Quadratmeter große „MXD Cross Docking Center“ besteht

aus einem weitgehend vollautomatischen Regal-Lager, in dem programmierte Gabelstapler-Roboter dafür sorgen, dass die Kundenaufträge herausgepickt werden und in einem angegliederten Stäbe-Lager landen, auf dem die Lino-Rollen senkrecht aufgespießt in Reih und Glied auf

ihren Abtransport warten. In weitläufigen Regalen lagern aber auch Planken und Fliesen sowie Paletten, die einen Querschnitt durch das komplette Forbo-Produktportfolio-Universum abbilden. 40 LKWs bringen täglich etwa 1.600 Rollen und bis zu 270 Paletten europaweit zu ihren Bestimmungsorten.

Natürlicher geht nicht

Hier landet auch die neueste Produktentwicklung von Forbo Flooring, die Kollektion „Marmoleum Nature“, die im Vergleich zu klassischer Bahnenware wie eine Frischzellenkur anmutet (siehe Bericht „Coole Verwandlung eines Klassikers“ in der Ausgabe bwd 5/2016). Was 2014 mit der im schottischen Kirkcaldy produzierten Planken-Kollektion „Marmoleum Modular“ begann (siehe Bericht in bwd 12/2014), findet nun ein gutes Jahr später mit „Marmoleum Nature“ eine konsequente Fortsetzung: Die weiße Bahnenware wird in Assendelft produziert, gedruckt („Impressa“) und geprägt („Textura“) und im Anschluss in Kirkcaldy geschnitten. Mit dem neuen Produkt in Fliesen- und Plankenform ist das Unternehmen damit auf dem Wachstumsmarkt der „natürlichen Designbeläge“ unterwegs. Das mittelfristige Potential für diese Kategorie schätzt Forbo auf etwa fünf Millionen Quadratmeter pro Jahr.

Fokus Nachhaltigkeit

Mit „Marmoleum Nature“ will Forbo laut Martin Thewes „altes Terrain zurückerobern“. Eine Prognose will das Unternehmen nicht abgeben, aber: „Wir glauben, dass es künftig einen signifikanten Markt für ‚natürliche Designbeläge‘ geben wird. Die Nachhaltigkeit wird dabei zum Verkaufsargument und gleichzeitig zum Differenzierungsmerkmal“, ist sich Martin Thewes sicher. Das sieht auch Marketingleiter Jens Puda so: „Wir müssen Linoleum neu positionieren. Architekten schätzen und kennen das Material, nicht jedoch die Endkunden. Dank der Möglichkeit, nun auch modular sowie in toller Optik zu produzieren, sind die Parkett- und Bo-

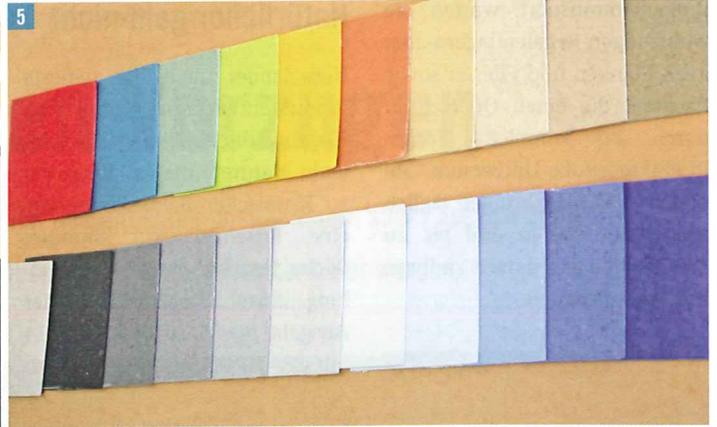
1 650 Mitarbeiter sowie eine firmeneigene Betriebsfeuerwehr sind im weltweit größten Linoleum-Werk bei Forbo Flooring im niederländischen Assendelft damit beschäftigt, dass die Produktion und der Versand reibungslos vonstatten gehen.

2 Eine 750 Meter lange Schwebelagerbahn verbindet die Produktionsstätte mit dem Europa-Logistik-Lager „MXD Cross Docking Center“, das ein Fassungsvermögen von 100.000 Rollen sowie knapp 10.000 Paletten aufweist.

3 Linoleum-Zement, der Stoff, aus dem Linoleum hergestellt wird, besteht zu 100 Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen – einer Mischung aus Leinöl und Naturharzen (von links): Willem Burmanje, Marketing und Vertrieb weltweit, Christina Eikel, Marketing Kommunikation, Geschäftsführer Martin Thewes und Marketingleiter D/A/CH, Jens Puda.



4 So viel Freude kann ein neues Produkt mit guten Zukunftsperspektiven bereiten (von links): Edwin Duijnsveld, Leiter der Produktentwicklung Linoleum, Bregje Smulders, ebenfalls Produktentwicklung Linoleum, Josée de Pauw, Leiterin der Designabteilung, Geschäftsführer Martin Thewes und Marketingleiter D/A/CH, Jens Puda, präsentieren die neueste Forbo-Errungenschaft „Marmoleum Nature“ alias „natürlicher Designbelag“.



5 Ab September steigt Forbo in die Produktion von homogenen richtungsfreien Bodenbelägen ein. 20 Millionen Euro investierte das Unternehmen in eine neue Halle im niederländischen Coevorden. Dank moderner Technologie punkten die Beläge mit kräftigen Farben und ungewöhnlichen Dessins. Die Kollektion „Sphera“ ist belastbar, emissionsarm, phthalatfrei und einfach zu reinigen sowie segmentübergreifend einsetzbar.

denleger, Raumausstatter und Maler eine interessante Zielgruppe. Dabei können wir auf die Vertriebsstrukturen aus dem LVT-Bereich zurückgreifen. Für eine tiefere Marktdurchdringung haben wir die Vertriebsgebiete zusätzlich verkleinert.“ Auf der Homepage hat Forbo Flooring für das Segment „Natürliche Designbeläge“ bereits eine eigene Produktkategorie eingerichtet – zwischen klassischer Linoleum-Bahnenware und LVT-Belägen.

Sieht gut aus, ist gut

Künftig, da ist man sich bei Forbo einig, werde der Wettbewerb über das Substrat laufen. „Wir haben ein Produkt aus nachwachsenden Rohstoffen an der Hand, grüner geht es gar nicht“, sagt Martin Thewes. Aus seiner Sicht ist es absehbar, dass die Post-Vinyl-Zeit kommen wird und die Kunden „natürliche Designbeläge“ von sich aus nachfragen werden. „Marmoleum Nature“ sorgt laut Marketingleiter Jens Puda außerdem dafür, dass niemand mehr Kompromisse zwischen Material und Design eingehen muss. Denn obwohl viele einen gesunden und natürlichen Boden favorisieren, der gleichzeitig strapazierfähig und

pflegeleicht ist, soll der Bodenbelag vor allem eines: gut aussehen. „Die Kaufentscheidung fällt über das Design, nicht über den Preis“, sagt Jens Puda. Für „Marmoleum Nature“ sieht der Marketingfachmann auch vielfältige Möglichkeiten in der Beratung: „Bislang gibt es für einen eingeleichteten Parkettler, dessen Kunde auf der Suche nach einem alternativen Bodenbelag ist, oft nur die Möglichkeit, Designbeläge anzubieten, was in der Beratung wahrlich einem Quantensprung gleichkommt. Mit ‚natürlichen Designbelägen‘ hat der Handwerker nun sowohl eine optische als auch eine preislich interessante, zusätzliche Option im Produktportfolio.“ Unterstützt wird die Markteinführung von „Marmoleum Nature“ durch vielfältiges POS-Material wie Musterbücher, Präsenter und auch Musterflächen.

Neuheiten-Feuerwerk

„Natürliche Designbeläge“ sind jedoch nur ein Segment, das Forbo offensiv angeht. Im Moment geht es Schlag auf Schlag. Wenn man die Timeline der Produktneueinführungen sowie der Relaunches betrachtet, kann man wahrlich von einem Feuerwerk

der Neuheiten sprechen. Ein Relaunch mit hoher Rapport- und Designvielfalt des LVT-Klassikers Allura ist für 2017 angesetzt, das Sauberlauf-Programm „Coral“ gibt es ab Oktober ebenfalls in neuen Farben, phthalatfrei und als modulare Variante (50 cm x 50 cm). Sofort verfügbar ist die erweiterte „Striato“-Kollektion, die klassische Bahnen-Linoleum-Ware, die mit über die ganze Länge laufenden, schmalen und kräftigen Farbstreifen optisch punktet und Räume klar definiert.

Im September eröffnet ein zusätzliches Werk im niederländischen Coevorden und damit einher geht der Stapellauf für „Sphera“, der neuen Kollektion für homogene und richtungsfreie Designbeläge. 20 Millionen Euro investierte Forbo Flooring in Maschinen und die extra dafür gebaute Produktionshalle, die auf eine Kapazität von etwa sechs Millionen Quadratmetern ausgelegt ist. Mithilfe moderner Technologie können mehrfarbige Chips hergestellt werden, die Designs ermöglichen, die sich von der Masse abheben. Coevorden gilt als die Wiege von „Novilon CV“ und ist bereits seit 1979 in Betrieb. Erst 2012/2013 wurde das Betriebsgelände

um eine LVT-Produktions- und Schneideanlage erweitert. „Unser Ziel ist es, bis zum Jahr 2017 als Vollsortimenter alle strategisch bedeutsamen Produkte aus eigener Produktion anbieten zu können“, erklärt Martin Thewes die Firmenstrategie.

Alles aus einer Hand

Die ab Herbst verfügbare homogene Bodenbelagkollektion „Sphera“ ist belastbar, emissionsarm, phthalatfrei und einfach zu reinigen sowie für alle Segmente übergreifend einsetzbar. „Die Designs wurden von unserer hauseigenen Designabteilung entwickelt, das Design- und Farbspektrum sticht im Bereich der homogenen Beläge absolut heraus“, sagt Dorothe Kessels, Design-Chefin für Vinylbeläge bei Forbo.

„Natürlich bleibt es betriebswirtschaftlich unabdingbar, weiterhin auch auf heterogene Designbeläge zu setzen“, sagt Martin Thewes, „auf lange Sicht wollen wir uns aber auf die Produkte konzentrieren, mit denen wir uns vom Wettbewerb absetzen und mit denen wir Alleinstellungsmerkmale erfüllen.“

Ingrid Joas

ingrid.joas@holzmann-medien.de