



**Marketingleiter Jens Puda und Geschäftsführer Martin Thewes zeigen Marmoleum, die neue Linoleum-Hauptkollektion von Forbo, die bereits seit Oktober 2018 verfügbar ist.**

## Neue Linoleum-Kollektion von Forbo drei Monate früher im Markt

Um den Kunden Planungssicherheit für Projekte im Jahr 2019 zu geben, bringt Forbo Flooring seine neue Linoleum-Hauptkollektion schon im Oktober 2018 auf den Markt – drei Monate früher als geplant. Geschäftsführer Martin Thewes und Marketingleiter Jens Puda zu den Hintergründen.

**BTH Heimtex: Forbo ist Weltmarktführer bei Linoleum und seit einiger Zeit auch in Deutschland umsatzstärkster Hersteller. DLW, bis vor einigen Jahren Marktführer hierzulande, ist Anfang des Jahres von Gerflor übernommen worden. Wie schätzen Sie vor diesem Hintergrund die aktuelle Marktsituation für Linoleum im D/A/CH-Markt ein ?**

**Martin Thewes:** Wir begrüßen es ausdrücklich, dass die Linoleumkompetenz, die die DLW ausgestrahlt hat, in Hände gelangt ist, deren Kerngeschäft Bodenbelag ist. Es ist gut, dass sich mit Gerflor ein bedeutender Hersteller zur Produktkategorie Linoleum bekennt.

**BTH Heimtex: Braucht es denn momentan dieses Bekenntnis zu Linoleum ?**

**Thewes:** Der europäische Linoleum-Markt stagniert und steht unter Druck. In Deutschland kommt durch die Veränderungen auf Herstellerseite im Verlauf der vergangenen Jahre in unserer Wahrnehmung die Tatsache hinzu, dass das Bedürfnis von Händlern und Objektentscheidern nach Sicherheit und Stabilität in der Warenverfügbarkeit und -versorgung mit

Linoleum größer geworden ist. Auf diesen Bedarf reagieren wir jetzt und haben unsere für Januar 2019 geplante neue Linoleum-Hauptkollektion Marmoleum bereits Anfang Oktober 2018 in Deutschland und Österreich eingeführt und damit drei Monate früher.

**Jens Puda:** Wir wollen damit Kunden, Planern und Entscheidern signalisieren, dass wir ihnen wie gewohnt Planungssicherheit, Stabilität und einen hohen Servicegrad bieten – auch für Bauvorhaben, die erst 2019 realisiert, aber bereits im vierten Quartal 2018 geplant werden. Wir wollen so unserer Rolle als Marktführer nicht nur im Hier und Jetzt gerecht werden, sondern auch in Zukunft. Für uns ist Linoleum die wichtigste Produktgruppe in unserem breiten Sortiment und trägt rund die Hälfte zu unserem Umsatz bei.

**BTH Heimtex: Was bietet die neue Hauptkollektion ?**

**Thewes:** Das, was der Architekt, die ausschreibende Stelle, der Verarbeiter sowie der Großhändler von Linoleum immer erwartet: ein breites, attraktives Sortiment, das die farblichen und designorientierten Reize von Linoleum in seiner ganzen Vielfalt und Fülle bietet

und gleichzeitig komplett ab Lager verfügbar ist. Ich glaube, diesen hohen Anspruch erfüllen wir. Wir machen es mit der neuen Kollektion Marmoleum 2019 allen, die mit Linoleumbeläge arbeiten, sehr leicht.

**Puda:** Alle 150 Produktvarianten werden ständig im Zentrallager an unserem weltweit größten Linoleumstandort im niederländischen Assendelft bevorratet. Von dort aus erreichen wir jeden Kunden innerhalb von 48 bis 72 Stunden in Deutschland.

Wir haben auch keinen Servicebruch in der Kollektion. Das Lieferversprechen gilt für alle Produkte, Varianten und Farben, die in der Kollektion sind. Damit ist die neue Serie nicht nur breit und vielfältig; alle können mit ihr auch sehr einfach und leicht im Tagesgeschäft arbeiten und sich zu 100 % auf Forbo als Partner verlassen.

**BTH Heimtex: Wie ist die Kollektion aufgebaut ?**

**Puda:** Seit einiger Zeit vermarkten wir unser gesamtes Linoleumprogramm nicht mehr in einer →

**TREIBHAUSGASE & ENERGIEBEDARF**  
(CO<sub>2</sub>-Äquivalent pro m<sup>2</sup> bei der Herstellung)

Linoleumboden	PVC-freier Kunststoff
Marmoleum 2,5 mm Bahndicke	PUR/PE 2,5 mm Bahndicke
<b>-0,04 t/m<sup>2</sup> CO<sub>2</sub>-Äquivalent</b>	<b>31,5 t/m<sup>2</sup> CO<sub>2</sub>-Äquivalent</b>
<b>53,8% weniger Energie</b>	<b>31,5% weniger Energie</b>
Energiebedarf: 122 in MJ/m <sup>2</sup> (33,97 kWh)	Energiebedarf: 185 in MJ/m <sup>2</sup> (51,39 kWh)

**Mit dieser Broschüre wirbt Forbo für Linoleum. Auf Grundlage von Umweltproduktdeklarationen (EPD) wird erklärt, warum das Standardprodukt in 2,5 mm Dicke als einziger elastischer Bodenbelag CO<sub>2</sub>-neutral hergestellt wird und somit nicht zur Klimaerwärmung beiträgt.**

Daten + Fakten

## Forbo Flooring

Fobo Flooring GmbH  
Steubenstraße 27  
33100 Paderborn  
Tel.: 05251/18 03-0  
germany@forbo.com  
www.forbo-flooring.de

**Geschäftsführer:**

Martin Thewes

**Marketingleiter D/A/CH:**

Jens Puda

**Umsatz 2016:**

79,5 Mio. EUR

**Muttergesellschaft:**

Forbo International SA

**Konzernumsatz 2017:**

1,2 Mrd. CHF  
(1,06 Mrd. EUR)

**Umsatz Geschäftsbereich Flooring Systems (Bodenbeläge, Bauklebstoffe) 2017:**

856,6 Mio. CHF

**Produkte:** Linoleum, heterogene PVC-Designbeläge/LVT, homogene PVC-Beläge, CV, textile Flockbeläge, Nadelvlies, Teppichfliesen, Sauberlauf, Zubehör



**Forbo Flooring**

Code scannen für mehr Infos zum Unternehmen

einzig, großen Kollektion sondern in mehreren Teilkollektionen. Neben einer Uni-Auswahl sowie einer gemusterten Variante, die wir 2016 und 2017 herausgebracht haben, kommt jetzt eben Marmoleum, die Hauptkollektion. Dann gibt es noch Serien für modulares Linoleum. Für alle gewährleisten wir das gleiche Servicelevel.

**Thewes:** Neu ist, dass wir die neue Kollektion nicht mehr nach Marmorierung, sondern nach Farbe gegliedert haben. Der Kunde kann dadurch seine Auswahl feiner abstimmen und kommt auch seinen sehr individuellen Wünschen noch näher als zuvor – unabhängig vom Grad der Marmorierung. Manche Artikel werden mit bis zu sieben Farben aufwändig produziert. Damit bringen wir die ganze Farbfülle von Linoleum in den Markt. Es gibt mit Terra und Splash auch zwei neue Designgruppen, die feine Marmorierungen aber eben auch kräftiges Farbspiel zeigen.

**BTH Heimtex: Welche Laufzeit hat die Kollektion ?**

**Thewes:** Die neue Kollektion läuft von Oktober 2018 über mindestens fünf Jahre bis Dezember 2023, eine Auswahl von 21 Farben sogar bis 2030 – also mehr als zehn Jahre. Ein Drittel der Farben ist neu bzw. überarbeitet. Die Artikel, die 80 % des Umsatzes der alten Kollektion ausgemacht haben, führen wir weiter. Auslaufende Farben haben eine von drei auf sechs Monate bis März 2019 verlängerte Übergangszeit samt Liefergarantie. Somit ist für alle Kunden maximale Stabilität gewährleistet.

**BTH Heimtex: Sie sprachen von Marktstagnation, manche Stimmen aus dem Markt gar von einem „Abgesang“ auf Linoleum ? Was kann dagegen getan werden ?**

**Thewes:** „Abgesang“ ist aus unserer Sicht natürlich komplett falsch. Linoleum hat, genauso wie andere Kalenderbeläge, produktionsbedingt Einschränkungen in seiner Designvielfalt und Oberflächentextur gerade gegenüber den Bodenbelägen, die bedruckt werden. Auch modulare Produkte, die leichter zu installieren sind als Bahnware, sind seit einiger Zeit sehr attraktiv. An beiden Attributen arbeiten wir bei Linoleum und haben, wie Sie wissen, auch schon marktfähige und attraktive neue Produkte entwickelt. Es werden und müssen weitere kommen, die die produktionsbedingten Grenzen der Vergangenheit weiter überwinden. Denn schon seit geraumer Zeit überlagern die Themen Design und Modularität das Feld der Inhaltsstoffe, aus denen die einzelnen Bodenbelagsgattungen bestehen, sehr stark.



**Jens Puda und Martin Thewes: „Wir bieten unseren Kunden die gewohnte Planungssicherheit, Stabilität und einen hohen Servicegrad.“**

**Puda:** Die Rohstoffe, aus denen ein Bodenbelag hergestellt wird, haben unmittelbare Auswirkungen auf die Eigenschaften des Produktes. Ökologie, Nachhaltigkeit, CO<sub>2</sub>-Reduzierung und Klimawandel nehmen sowohl in der Gesellschaft als auch in der Branche einen immer höheren Stellenwert ein. Bodenbeläge werden deswegen heute als „natürlich“, „nachhaltig“, „bio“ oder „green“ bezeichnet. Nur: Wer das behauptet, sollte dann auch den faktenbasierten Beweis antreten können.

**BTH Heimtex: Und was macht Forbo ?**

**Thewes:** Die Eigenschaften von Linoleum in Bezug auf echte Nachhaltigkeit sind bei manch einem in Vergessenheit geraten. Dabei bietet der Einsatz sogar echte Vorteile in puncto Klimaschutz. Anhand der Umweltproduktdeklarationen (EPD, engl.: Environmental Product Declaration, Anm. d. Red.) konnte nachgewiesen werden, dass Marmoleum in der Standarddicke 2,5 mm der aktuell einzige elastische Bodenbelag ist, der klimaneutral hergestellt werden kann und keine klimaschädlichen Treibhausgase wie CO<sub>2</sub> verursacht. Durch den hohen Anteil schnell nachwachsender Rohstoffe ergibt sich ein ausgleichender Effekt auf die CO<sub>2</sub>-Bilanz. Denn die Inhaltsstoffe binden mehr CO<sub>2</sub> als in der Produktion entsteht.

Wir haben diesen positiven Beitrag von Marmoleum in einer Broschüre thematisiert (siehe Kasten Seite 41). Diese CO<sub>2</sub>-Bilanz ist unser Alleinstellungsmerkmal und soll stärker in die Köpfe der Entscheider. Zudem ist davon auszugehen, dass die Themen Klimawärmung, Nachhaltigkeit und Ökologie in Zukunft noch wichtiger werden – sowohl in der Branche als auch in der Gesellschaft insgesamt. Das lässt sich nicht mehr zurückdrehen.

Das Gespräch führte Jochen Lange.

» jochen.lange@snfachpresse.de