



Foto: Messe Düsseldorf/Constanze Tillmann

# Das Spiel mit Farben und Formen

Auf der EuroShop zeigten die Hersteller elastischer Bodenbeläge neue Beton-, Stein- und Eichen-Optiken, die vom natürlichen Vorbild praktisch nicht zu unterscheiden sind, sie schlugen neue Technologien und Verlegemethoden vor, die bewährte Produkte aufwerten, und sie demonstrierten, wie man mit den Themen Textil und Farbe umgeht.

von Annette Gilles

Perfektionierung und Weiterentwicklung von Bewährtem – dieses Thema stand im Mittelpunkt der Fußbodenbelags-Präsentationen auf der EuroShop. LVT (Luxury Vinyl Tiles) in – erstens – neuen Eichenoptiken und – zweitens – Beton- und Stein-Looks machen nach wie vor das Rennen. Entscheidend sind hier maximale

Authentizität, unkompliziertes Handling bei der Verlegung, Strapazierfähigkeit, Pflegeleichtigkeit und natürlich auch der Preis.

Kurzfristige Lieferfähigkeit wird generell vorausgesetzt. Die nachhaltige Herstellung und Beschaffenheit der einzelnen Produkte wird akribisch hinterfragt. PVC-freie LVT-Kollektio-

nen wie „Wineo Purline“ oder „Amtico Cirro“, aber auch neue Oberflächentechnologien wie von DLW Flooring, die Kratzunempfindlichkeit mit der aktuell gefragten matten Optik vereinen, sind hier im Angebot. Innovationen wie die in LVT-Fliesen integrierte LED-Technologie bei Tarkett erschließen neue Gestaltungsoptionen. Neue vertikale Verriegelungssysteme wie bei Gerflor, bei denen die einzelnen Elemente statt per Hammerschlag auch mittels Rolltechnik nahezu geräuschlos fixiert werden, punkten angesichts immer knapper werdender Zeitfenster für Renovierungen, „da die Arbeiten so auch nachts oder bei laufendem Betrieb ausgeführt werden können“, so Nicole Grewer, Leiterin Marketing Objekt bei Gerflor.

Allumfassend ist die Forderung nach Individualität. Was bedeutet das in Bezug auf eine so bewährte Optik wie Eiche? „Es fängt damit an, dass man mit neuen Eichen-, aber auch Beton- oder Steinoptiken spielt, indem man alternative Verlegearten oder neue Materialkombinationen umsetzt, um eine persönliche Note zu realisieren, und es geht – insbeson-

Fotos (2): Wineo



Die Kombination verschiedener Holz- bzw. Eichen-Optiken, sei es als Hell-Dunkel-Kontrast oder als zarte Abstufung verschiedener Nuancen



dere bei den großen Ketten – bis zur Verankerung des Corporate Designs in Form von Logos oder Schriftzügen im Boden“, sagt Frank Selbeck, Leiter Marketing bei Objectflor. Gerade Eichenoptik sei besonders spannend, „weil sie mittlerweile so authentisch wie nur möglich wirkt und weil es so viele verschiedene Töne und Ausprägungen gibt.“

Generell werden die Optiken ruhiger, feinere Maserungen verdrängen die teilweise überzeichnet rustikalen Bilder. Wärmere und vielfach auch hellere, skandinavisch anmutende Nuancen lösen zunehmend die kühleren Farbwelten ab. „Es geht wieder hin zu gedeckteren Tönen und wärmeren, natürlicheren Nuancen“, sagt Marco Knop, Marketingleiter bei Project Floors. Man sieht aber auch Rottöne, Grau- und Silber-Patina oder Varianten mit subtilem rosastichigem oder bläulichem Kolorit. „Diese zarten Nuancierungen sind insbesondere branchenspezifisch interessant“, sagt Jens Puda, Marketingleiter bei Forbo, „es kommen bei Rosa sofort Assoziationen zu Parfümerie oder bei Blau zu Lebensmitteln.“

### Neue Kombinationen

Zwar sind fest verklebte Produkte aufgrund ihrer Robustheit im Gebrauch nach wie vor der Gold-Standard auf Retail-Flächen, doch die Loose Lay-Systeme sind klare Aufsteiger, nicht nur aufgrund der Flexibilität bei der Gestaltung, sondern auch aus zeitlichen oder praktischen Gründen. „Das Interesse an Loose Lay-Produkten



Kombinationen sind angesagt, so auch wie hier die Kombination zweier unterschiedlicher Zement-Optiken

Foto: Objectflor

ten ist groß, denn viele Kunden haben Mietverträge, in denen rückstandsloser Rückbau gefordert wird, zudem sind sie Problemlöser, wenn es zeitlich eng ist“, so Marco Knop.

Auch LVT im Beton-, Stein- oder Zement-Look werden stark nachgefragt und machen den Eichen-Optiken hier und da durchaus die ästhetische Führerschaft streitig. „Architekten greifen zuerst zu Betondekoren“, beobachtet Annika Windmüller von Wineo, „sie stehen bei uns an erster Stelle.“ Auch Marmor wird wieder interessant. „Die Leute fragen gezielt nach

Marmor-Optiken“, bestätigt Jens Puda. Matte Schieferoptiken sind die Highlights.

Im Kontext „neue Kombinationen“ stoßen auch textile Kollektionen zunehmend auf Interesse; „Flotex“ von Forbo ist ein Beispiel, ein wie Teppichboden wirkendes beflocktes PVC-Produkt, nass zu reinigen, in zahlreichen Dessins und sogar Eichenoptik, das wie Parkett auch im Fischgrätmuster verlegt werden kann. Ebenfalls zur Gattung „Teppich-Optik“ ist das von Fotoboden neuentwickelte Vinyl-Produkt zu zählen, das in zahlreichen Teppichmustern wie Vintage-Perser-Dessin oder frei nach Wunsch bedruckt und zugeschnitten werden kann. „Die Möglichkeiten für Kreativität am Boden sind praktisch unendlich“, sagt Timo Michalik, CEO von Fotoboden/ Visuals United AG, „die Händler finden Gefallen daran, mit der Optik der Böden zu spielen.“

Die Dominanz großer Formate, sowohl bei Planken als auch bei Fliesen, bestätigte sich auf der EuroShop. Parallel zeichnete sich der Aufstieg neuer Formate und Verlegemuster ab. „Fischgrät-Kollektionen sind ein großes Thema, auch weil sie besonders elegant wirken“, sagt Marco Knop. Bei Fliesen kommen auch Hexagon-Varianten sehr gut an, „denn damit ist eine Vielzahl von Verlegeformen möglich“, sagt Steffen Weißkopf, Key Account Manager bei DLW Flooring. Der spielerische Umgang mit Formen bietet sich nicht zuletzt auch beim Thema Farbe an. „Gestalter möchten mit Farben und Formen spielen, das haben wir im Fokus“, sagt Christoph Friedl, Key Account Manager bei Tarkett. Das Gros jedoch sucht „Holz- und Stein-Optiken“, so Jens Puda, „je näher am natürlichen Vorbild, desto besser.“

## Designbeläge

# Die Top-Trends

### + Eiche-Optiken

Weg von extrem rustikalen Oberflächenbildern hin zu feineren Bildern sowie wärmeren und helleren Nuancen

### + Beton- und Steinoptiken

Nach wie vor sehr gefragt, die Nachfrage nach Marmor-Looks steigt

### + Fischgrät

Vor allem in Eiche-Optik in differenzierter Farbsortierung. Neu sind textile Optiken, ebenfalls im Fischgrätmuster verlegt

### + Formen und Formate

Große Formate sind gesetzt; alternative Formate wie Hexagon-Varianten. Das Spiel mit Formen und Formaten nimmt zu

### + Loose Lay-Systeme

Flexible Produkte sind klare Aufsteiger

### + Neue Kombinationen

Kombinationen von Vinyl mit Textil- und Eiche-Optik mit Beton- oder Steinoptiken oder farbigen Fliesen

### + Nachhaltigkeit

Bio-Qualitäten punkten

### + Innovative Technologien

Neue Oberflächentechnologien versprechen Kratzunempfindlichkeit und höhere Lebensdauer. Neu ist integrierte LED-Technologie

redaktion@ehi.org