Premieren, Trends und Tendenzen

Generalsekretär Endre Varga

Domotex 2012: Auf der weltweit bedeutendsten Bodenbelagsmesse setzt die Deutsche Messe AG in diesem Jahr mit dem Wood Flooring Summit einen besonderen Schwerpunkt. Er soll den Herstellern von Parkett-, Kork- und Laminatböden für ihre Präsentation einen besonderen Rahmen bieten und die Messestände der Aussteller mit zentralen Informations- und Eventflächen in der Halle 9 verbinden. „Die Top-Unternehmen der Branche präsentieren sich geschlossen in Hannover. Diese Premiere wird ein hochkarätiges Business-Event, auf dem die neuesten Produktentwicklungen gezeigt werden", blicken die Veranstalter dem Summit erwartungsfroh entgegen.

Weniger euphorisch gibt sich die Föderation der europäischen Parkettthersteller (FEP). „Der Wood-Flooring-Summit, vom Namen her ein reiner Holztermin, findet ohne uns statt", lässt Generalsekretär Endre Varga verlauten. Er sieht die mit großem Engagement betriebene Real Wood-Kampagne der FEP durch den Ausstellungs-Mix aus Holz- und Laminatfußböden konterkariert. Es könne nicht sein, von „Wood" zu reden und Laminat zu zeigen *Seite 34*

Christoph Bawart

Länderreport Österreich: Produktions- und Absatzsteigerungen kennzeichnen die Situation der österreichischen Parkettbranche. Gründe sieht Christoph Bawart, Vorsitzender des Verbandes der österreichischen Parkettindustrie, in flexibler Produktion, im hochwertigen Angebot und in der Logistik. „Wir sind einfach näher am Markt als ferne Importe." *Seite 96*

Laminat Spezial: Die aktuellen Laminatboden-Trends beeindrucken durch die Vielfalt der Oberflächen. Gefärbt, gebleicht, geätzt, gekälkt, geölt, gewachst – die Palette der Möglichkeiten, Holzböden nachzuempfinden, ist groß. Diese Variantenvielfalt greifen die Hersteller von Laminatböden auf. Neben dem Alleskönner Eiche stehen 2012 vor allem Nachbildungen von Nadelhölzern wie Kiefer, Lärche und Ulme im Mittelpunkt des Interesses. *Seite 58*

Beat Ludin

Dachmarke Uzin: Die Uzin-Produkte zur Bodenverlegung werden künftig unter eine gemeinsame Marke gestellt. „Dabei orientieren wir uns ganz klar in Richtung Handwerk", kommentiert Beat Ludin, Leiter Marketing/Vertrieb, die neue Markenstrategie, „und machen deutlich, dass sich unsere Kunden mit Uzin-Produkten und Uzin-Service auf höchste Standards verlassen können." *Seite 24*

Über 50 % geklebt: Der Anteil vollflächig geklebten Parketts in Deutschland wird von Branchenkennern auf über 50 % geschätzt. Dr. Norbert Arnold, Sprecher der Initiative Parkett im Klebeverbund (pik), hat entsprechende Daten zusammengestellt, aus denen hervorgeht, dass dieser sehr hoch erscheinende Wert durchaus der Realität entspricht. Demnach wird nicht nur Massiv- und Zweischichtparkett geklebt, sondern in zunehmenden Mengen auch das Dreischichtparkett. *Seit 110*

Parkettstar 2012

Auf der Domotex wird Parkettmagazin erstmals die besten Parkettausstellungen und Parkett-Aktivitäten aus Handel und Handwerk prämieren. Mit diesem Wettbewerb schlägt Parkettmagazin die Brücke zum Endverbraucher, indem den neun prämierten Unternehmen ermöglicht wird, mit ihrer Auszeichnung zu werben und Kundenevents zu veranstalten. Ziel ist die Förderung des Parkettabsatzes. Preisübergabe ist am Sonntag, den 15.1.2012, ab 17.00 Uhr in der Halle 9 (Wood Flooring Summit).

Inhalt

Wirtschaft

Letzte Meldungen 6
Wirtschaft **Bodenbeläge** 10
Wirtschaft **Anlagenbau** 18
Wirtschaft **Ausland** 18
Wirtschaft **Bau** 21
Wirtschaft **Messen** 22

Marketing

Uzin positioniert sich neu
Markenstrategie stellt Handwerk in den Mittelpunkt 24

Parkettmagazin fragt nach
Ziele der Initiative pik – Parkett im Klebeverbund 30

Messen

Domotex Hannover 2012
Diesmal im Mittelpunkt: Holz-, Kork- und Laminatböden 34

Initiative der Deutschen Messe AG
„Wood Flooring Summit“ in Halle 9 38

Laminat

Laminatboden-Trends
Eindrucksvolle Vielfalt extremer Oberflächen 58

Witex beendet Restrukturierungsphase
Mit schlanker Produktion flexibel am Markt 60

Leisten und Profile Spezial

Leisten und Profile
Die Form wird schlichter und der Einsatz vielfältiger 72

Industrie

Tarkett eröffnet neuen Showroom in Paris
Lösungsbeschaffer für alle Bodensegmente 86

Beilagenhinweis: Der Gesamtauflage dieser Ausgabe von ParkettMagazin liegt Informationsmaterial der Firmen homag, JP/Pallmann, Power Dekor Europe, FussbodenTechnik Objekt-Forum sowie Trotec bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.

Haro

Faus

Tilo

Küberit

Kleiberit
Hotcoating hat den Durchbruch geschafft 90

Heberndorfer Leistenfabrik nutzt Hymmen Digitaldruck
Flexible Produktion wird zur Notwendigkeit 94

Österreich Spezial

Parkettindustrie in Österreich - Teil 1
Zwischen Gemeinsamkeit und Konkurrenz 96

Scheucher
Zwei-Marken-Strategie deckt alle gängigen Holzboden-Trends ab 98

Haro-Österreich
Gut aufgestellt im Nachbarland 101

FN Neuhofer Holz
Durch hohe Investitionen trendgerechte Produkte 103

Tilo
Vertriebsschwerpunkt auf höherwertige Produkte verlagert 106

Interview mit Gerald Pröll, Geschäftsführer Tilo, Österreich
„Parkettprodukte dürfen nicht noch billiger werden“ 109

Handwerk

Dr. Norbert Arnold:
10 Jahre Initiative Parkett im Klebeverbund
Vollflächiges Kleben nachhaltig gefördert 110

Bundesleistungswettbewerb der Parkett- und Bodenleger
Arbeitstechniken entschieden über Top oder Flop .. 116

Handel

Internetseiten unter der Lupe
Auch Gutes lässt sich noch verbessern 126

Service

Termine im Überblick 13
Personalien + Geburtstage 132
Impressum 133
Bezugsquellen + Stellenmarkt 136