

Unser Thema:



Rückblick auf die „Parador Perspectives“

Sie lesen heute:

VDP-Fachveranstaltung Parkett in Franken	Seite 1
Trend-Forum Leyendecker Holzland informiert zu Neuheiten	Seite 3
Jubiläum Bauvista Sparte Baustoff-Fachhandel feiert	Seite 3
Bodenbeläge Holz-Massivbau mit Parkett von Tilo	Seite 4
Enia flooring bietet Kollektion mit Großformaten	Seite 4
Ein Boden für alle Fälle: Joka-Designböden	Seite 5
UV-Schutz für Holz von Naturhaus Naturfarben	Seite 5
Bodenbeläge für Feuchträume von ter Hürne	Seite 6
Parador positioniert sich als globale Marke	Seite 7
Wineo-Bioboden in historischer Feuerwehrrhalle	Seite 8
Florale Designs bringt die neue Kaindl-Kollektion	Seite 9
Fassadenschutz Neues wasserabweisendes Holzöl von Mocopinus	Seite 9
Verbände, Märkte, Trends EPLF feiert 30-jähriges Bestehen	Seite 8
Baywa-Aktionäre unterstützen neuen Kurs	Seite 10
Eurobaustoff zieht Zwischenbilanz	Seite 10
FEP analysiert europäische Parkettproduktion	Seite 11
Studie erwartet Belegung bei Sanierungen	Seite 11

Parkettverband verdeutlicht: Holz weist in die Zukunft

Veranstaltung »Parkett in Franken« beleuchtet Herstellung, Ästhetik und Rohstoffsituation des Bodenbelags

Unter dem Titel „Parkett in Franken“ trafen sich die Mitglieder des Verbands der Deutschen Parkettindustrie (VDP) am 16. und 17. Mai in Würzburg zu einem Fachprogramm und ihrer jährlichen Mitgliederversammlung. Vom Besuch des Parketherstellers- und -dienstleisters Bembé, über die Besichtigung einer sanierten Privatwohnung, bis hin zu Informationen zur Rohstoffsituation in den Bayerischen Staatsforsten (BaySF) und zur Ästhetik von Holz in Innenräumen, bot die Veranstaltung ein breites Themenspektrum rund um Parkett und Raum für Gespräche.

Erstmals lud der Verband der Deutschen Parkettindustrie anlässlich der Mitgliederversammlung Vertreter der Fachpresse und Mitglieder zur gemeinsamen Fachveranstaltung, sodass Verbandssprecher Alexander Knebel bei sonnigem Wetter rund 30 Teilnehmer in Würzburg begrüßen konnte. Gemäß Veranstaltungstitel spiegeln viele Themen den regionalen Bezug von Parkett-Herstellung, -Handwerk - und -Nutzung wider.

Vom kleinen Holzverarbeitenden Betrieb zum Konzern

Zu einem ersten Programmpunkt lud Bembé Parkett, Hersteller und Dienstleister für Bodenbeläge mit Hauptsitz in Bad Mergentheim und Teil der Wirthwein SE, die Teilnehmer in den eigenen Showroom in Würzburg ein.

Marcus Wirthwein, Vorsitzender des Aufsichtsrats bei Wirthwein, skizzierte für die Teilnehmer die Geschichte der Unternehmensgruppe, zu der heute weltweit 22 Tochterun-

ternehmen gehören. 1949 von Walter Wirthwein gegründet, fertigte der kleine Holzverarbeitende Betrieb zunächst Federballschläger und Befestigungslösungen für Eisenbahnschwellen aus Holz. In den 60er-Jahren richtete sich das Unternehmen zunehmend auf die Kunststofftechnik aus und liefert heute – noch immer als familiengeführte Gruppe – mit Standorten in Europa, Asien und den USA und Hauptsitz im baden-württembergischen Creglingen, Kunststoffkomponenten aller Art in die Automobil- und Hausgeräteindustrie sowie in die Bahn- und Medizintechnik.

Mit der Übernahme von Bembé Parkett kehrte Wirthwein 2004 nicht nur zurück zu den hölzernen Wurzeln, sondern führt zugleich die Tradition des 1780 als Tapissier- und Dekorationsgeschäft von Johann Benedikt Bembé in Mainz gegründeten Unternehmens fort. Bembé trat mit eigener Parkettfabrik in Köln-Ehrenfeld erstmals 1840 auf und führte damals wie heute das Verlege-Handwerk als Säule des Betriebs, wofür



Denny Ohnesorge, Hauptgeschäftsführer beim Hauptverband der Deutschen Holzindustrie, Michael Schmid, VDP-Vorsitzender, Marcus Wirthwein, Aufsichtsratsvorsitzender Wirthwein SE, Bernhard ter Hürne, Geschäftsführender Gesellschafter bei ter Hürne, und Bernd Ehrler, Geschäftsleitung Bembé Parkett GmbH & Co. KG., diskutierten in Würzburg viele Aspekte rund ums Parkett. Foto: E. Knör

schon damals ein französischer Parkettexperte zur Ausbildung der Handwerker eingestellt wurde. 1878 startete die Parkett-Fertigung in Bad Mergentheim, 2004 übernahm die Familie Wirthwein den Betrieb. So viel zu Handwerkstradition und Geschichte. Und was passiert heute?

Bembé erwirtschaftete im vergangenen Jahr mit 700 Mitarbeitern rund 85 Mio. Euro Umsatz und verlegte 600.000 m² Boden. „Täglich sind deutschlandweit etwa 400 Leute von uns auf den Knien, die Böden ver-

legen“, verdeutlichte Geschäftsführer Hans-Jürgen Schmitz die Manpower im Handwerk. Die Souveränität langjähriger Erfahrung spielte der Bembé-Geschäftsführer humorvoll aus: „Alle Fehler, die man im Zuge der Holz- und Parkettverlegung machen kann, die haben wir gemacht. Manche sogar mehrfach – und viel daraus gelernt.“

Viel Anerkennung im Kreis der Teilnehmer erntete ein Musterstück des restaurierten Tafel- und Intar-

Fortsetzung auf Seite 2

FEB: Neuer Verlege-Leitfaden

Der Boden ist ein gutes Medium, Wärme gleichmäßig über große Flächen in den Baukörper einzubringen. Je größer die Wärmequelle, desto niedriger kann die Vorlauftemperatur angesetzt werden. Daher gelten Fußbodenheizungen als energieeffiziente Heizsysteme – vor allem in Kombination mit regenerativen Energiequellen. Im Neubau ist eine Fußbodenheizung häufig Standard, aber auch für Bestandsgebäude können sie eine Lösung sein, etwa indem für eine Sanierung geeignete Systeme nachträglich eingebaut werden. Vorteil ist die geringe Aufbauhöhe der Systeme und der elastischen Bodenbeläge. Dabei können Fußbodenheizungen oft auch zur Kühlung eingesetzt werden und über den Fußboden Wärme abführen.

Um dem Informationsbedarf zu Vorgaben für eine sach- und fachgerechte Untergrundvorbereitung und

Verlegung elastischer Bodenbeläge auf temperierten Böden nachzukommen, hat der Fachverband der Hersteller elastischer Bodenbeläge (FEB) die „FEB TI 7“ (technische Information) aufgelegt. Sie geht auch auf Sonderkonstruktionen und den nachträglichen Einbau von Fußbodenheizungen ein. Die Information richtet sich an Planer, Architekten, Heizungsbauer, Bodenleger und Nutzer und berücksichtigt folgende Themen:

- ◆ Definitionen wichtiger Begriffe, z.B. den Taupunkt
- ◆ Arten von Flächenheizungen und -kühlungen
- ◆ Anforderungen an Untergründe
- ◆ Systeme
- ◆ Verlegewerkstoffe und Bodenbeläge.

Der Leitfaden steht als kostenfreier Download zur Verfügung unter:

► feb-ev.com/aktuelles/feb-ti-7-neuer-leitfaden-zur-verlegung-auf-temperierten-untergrunden/

VDP begrüßt Fördermitglied

Anlässlich seiner Mitgliederversammlung in Würzburg begrüßte der Verband der Deutschen Parkettindustrie (VDP) die Pallmann GmbH, Würzburg, als neues Fördermitglied. Pallmann bietet Produkte rund um Neuverlegung, Renovierung und Werterhalt von Parkettfußböden an und gehört zur in UIm ansässigen Uzin-Utz-Gruppe. „Mit seinem Knowhow in Sachen Oberflächen ist Pallmann eine wichtige Bereicherung für die Verbandsarbeit, gerade auch im Kontext unserer Arbeit zur Nachhaltigkeit und Langlebigkeit von Parkett“, erklärt der VDP-Vorsitzende Michael Schmid. „Wir freuen uns darauf, künftig dieses Netzwerk nutzen zu können und uns tatkräftig in den Verband einzubringen“, erklärt Stefan Neuberger, Geschäftsführer der Pallmann GmbH.

Jordan: Neue Niederlassung eingeweiht

Die Jordan-Gruppe, Großhändler von Bodenbelägen, Türen, Holz, Holzwerkstoffen und Sonnenschutz mit Sitz in Kassel, hat am 26. April ihre neue Niederlassung in Hannover-Isernhagen samt „Joka“-Showroom eingeweiht. Die Leitung der neuen Niederlassung und des 15-köpfigen Teams übernimmt Eugen Becker. Das zweistöckige Gebäude wurde in den vergangenen 18 Monaten in Zusammenarbeit mit Beissner Architekten und der Firma Goldbeck als Bauträger errichtet. Der geschäftsführende Gesellschafter Jörg L. Jordan, eröffnete die Veranstaltung gemeinsam mit seinem Sohn Johann Ludwig Jordan, der kürzlich die Vertriebsleitung Deutschland „Joka“-Bodenbeläge und -Heimtextilien übernommen hat.

Parkettverband verdeutlicht: Holz weist in die Zukunft

Fortsetzung von Seite 1

sien-Parketts aus dem Grünen Kabinett der Residenz Würzburg, das Bambé – wie viele weitere etwa in der Residenz in München, der Rotunde in Wiesbaden oder der ehemaligen Kaiserlich-Deutschen Botschaft in Istanbul – glanzvoll aufgearbeitet hat.

Nicht zuletzt wurde das Ausbildungs-Engagement von Bambé hervorgehoben: Etwa 100 Auszubildende unterweist der Betrieb jedes Jahr und sichert mit eigenem Ausbildungszentrum die hohe Handwerks-Qualität.

Holz punktet bei Sanierung von Bestandswohnung

Die Bedeutung von Holz und Parkettboden in der baulichen Sanierung von Bestandswohnungen beleuchteten in ihrem Vortrag sowie im Projekt vor Ort Prisca Wolters, Innenarchitektin, und Thomas Bieber, Innenarchitekt von Thomas Bieber Innenarchitekten (Tbia). Das Würzburger Innenarchitektur-Büro hat in den vergangenen Jahren zahlreiche Projekte umgesetzt, bei denen Holz sowohl konstruktiv wie auch im Innenausbau eine tragende Rolle spielte. Nicht nur für die Oberflächen und die visuelle Gestaltung, sondern auch für den technischen Ausbau liege Holz im Trend, wie Wolters betonte. Dabei sei die enge Kooperation mit Handwerksbetrieben und Herstellern wichtig. Im Sinne eines Strukturwandels beim Bauen zeigte sie den Stellenwert des Bauens im Bestand auf, wobei Wolters hier eine adäquate Sanierungsförderung vermisst.

Eine von Tbia sanierte 100 m² große Bestandswohnung in der Würzburger Altstadt, die im August 2023 fertiggestellt wurde, durften die Teilnehmer bei der Veranstaltung besichtigen. Alle Innenwände seien hier im Zuge der Sanierung gefallen, um dem Wunsch der Bauherren nach Großzügigkeit und Offenheit zu entsprechen, erläuterte Wolters. Dabei galt es, die vorhandene Bausubstanz als wertvolle Ressource bestmöglich zu nutzen, um die Wohnqualität zu steigern. Das Material Holz sollte nicht nur zur optischen Gestaltung sondern auch im technischen Ausbau eingesetzt werden. Im Wohn- und Küchenbereich realisierten die beteiligten Gewerke den schwellenfreien Belagswechsel zwischen Parkett und Fliesen mit einer Korkfuge. Unter anderem die Verlegung auf Trockenestrich und die enge Abstimmung mit der Hannweber Flooring GmbH & Co. KG, die den Boden verlegte, ermöglichte die Kernsanierung mit einer kurzen Bauphase von drei Monaten abzuschließen. Holz sei in diesem Projekt eine verbindende Elementgruppe: für die Tragstruktur mit Holzbalkendecke und Holzständerwänden, den Innenausbau, die Beläge, den Möbelbau – wiederaufbereitet oder als Teilersatz.

Eine Brücke zu Anwendungen im Objektbereich schlug Frank Beerhorst, Vertriebsleiter bei Schotten und Hansen. Das Unternehmen mit Sitz im oberbayerischen Peiting hat

weltweit Hotellerien mit Parkett ausgestattet – unter anderem ein Motel One in Würzburg. Schotten und Hansen entwickelt und fertigt seit 1984 Böden und Holzoberflächen für das gesamte Interieur – Wand, Decke und Möbel – mit dem Konzept, Holz im Innenbereich aus einer Hand gestalten zu können.

In der eigenen Manufaktur werden Holzoberflächen speziell veredelt. Ein späteres Abschleifen ist damit nicht erforderlich – selbst im beanspruchten Objektbereich nicht. „Wir nutzen die Natürlichkeit der Zellstruktur, öffnen mit einem Reinigungsprozess die Pore und bringen natürliche Wachse, Öle und Harze ein, um die Langlebigkeit zu erhalten“, fasst Beerhorst den Prozess zusammen. Entscheidend sei, dass die schützende Imprägnierung ins Holz eindringt und nicht als Schicht oben aufliege – „dann spürt man direkt das Holz“, charakterisiert er den Unterschied etwa zu lackierten Oberflächen. Die große Farbvielfalt erzielt man in der Manufaktur mit natürlichen Pigmenten. Und noch etwas macht den Unterschied: Gebrauchsspuren betrachtet man bei Schotten und Hansen als

Teil eines natürlichen Alterungsprozesses, der Holz einzigartig macht und Patina verleiht. Unter dem Label „Wood Wellness“ bietet der Hersteller eigene Produkte für die Oberflächenpflege an.

Ästhetik von Holz

Die ästhetische Dimension von Holz analysierte Professor Michael Heinrich, der an der Hochschule Coburg den Fachbereich Innenarchitektur und das Institut für Mensch und Ästhetik leitet, mit seinem Vortrag „Psychologische Wirkung von Holz und anderen Natur-

materialien in Innenräumen“. Er führte aus, dass das ästhetische Empfinden auf drei Erfahrungs- und Erkenntnisebenen beruht: Einer biologischen Ebene, die sich davon ableitet, dass wir mit Instinkten ausgestattet sind, die eine Matrix an ästhetischem Erleben bilden. So wurde beispielsweise eine fruchtbare, weite Landschaft über Jahrhunderte hinweg und in allen Kulturen als schön empfunden. Eine zweite Ebene ist die biografische, die mit individuellen Erfahrungen, ein privates Ästhetikverständnis prägt. Die Kultur, als dritte Ebene, wirkt sich wiederum auf das universale Empfinden von Ästhetik aus und ist Veränderungen unterworfen. Demnach bedingen evolutionsbiologische Anlagen, dass viele Menschen Natur gerne mögen. „Zu allen Zeiten und in allen Kulturen haben Menschen versucht, Natur in ihre Innenräume zu holen, weil die Natur und die Formen, die sie hervorbringt, ihnen zutiefst vertraut sind“, verdeutlichte Heinrich und führte die Zuhörer damit zurück zum Holz.

Wichtig für die ästhetische Wahrnehmung sei der Umstand, dass Menschen Sinneseindrücke nicht automatisch verarbeiten, sondern immer auch der Bedeutungszusammenhang eine Rolle spielt. Wie etwas wahrgenommen wird, hängt vom Framing ab, das heißt, von der Um-



Ein Musterstück des dreischichtigen Tafel- und Intarsienparketts, das Bambé im Grünen Kabinett der Residenz Würzburg aufgearbeitet hat, konnten die Teilnehmer im Bambé-Showroom besichtigen. Der Parkettgrund ist aus Mecsruce, die Ornament- und Blüteeinlagen aus Afrormosia, Ahorn, Bongossi, Eiche, Grenadill und Zitrone. Foto: E.Knör

gebung, in die es eingebettet ist und vom Narrativ, das mit einer Erzählung den Zugang zu einer Sache erleichtert.

Ästhetik könne grundlegende menschliche Bedürfnisse nach Faszination (fascination), Wohlfühlen (homeyness) und Sinnzusammenhang (coherence) erfüllen. Hier zeigt das Material Holz gerade für den Bereich Wohnen eine hohe Bedürfnispassung. Es fasziniert mit lebendigen Strukturen, bietet mit Wärme und Geborgenheit Homeyness und kann einen großen Zusammenhang schaffen, der nicht monoton ist.

Der Einfluss, den die Gestaltung von Innenräumen auf Menschen ausübt – sie bilden quasi eine intime Schale mit vielen Sinneseindrücken – beschäftigt auch die medizinische Psychologie. Wie zahlreiche Studien zeigen, kann Natur – selbst wenn sie abstrakt, spurenhaltig, stilisiert oder als Analogie im Raum realisiert wird –, positive Wirkung auf den Menschen entfalten, so Heinrich.

Holz stimuliert die Aufmerksamkeit, wirkt sich positiv auf das Kurzzeitgedächtnis aus und fördert die kognitive Leistung und Produktivität – und besitzt daher auch ökonomisch Relevanz. Hinsichtlich der Gesundheit reduziert Holz Stress und moduliert den Blutdruck. „Deshalb ist Holz aus psychologischer Sicht eines der wertvollsten Materialien für den Menschen“, so Heinrich.

Verfügbarkeit des Rohstoffs Holz gesichert?

Einen ganz anderen Blickwinkel aufs Holz bot sich den Zuhörern mit dem Vortrag „Rohstoff für die Parkettindustrie – Verfügbarkeit aus der Sicht des Waldbesitzers“. Martin Müller, Leiter des Bereichs Holz, Vertrieb, Logistik bei den Bayerischen Staatsforsten (BaySF), gab hierin den Blick frei auf die im Wald stehenden Vorräte – hinsichtlich der zu erwartenden Rohstoffversorgung mit Holz, den Wald im Klimawandel und die Herausforderungen der Forstwirtschaft.

Mit einem Umsatz von 1/2 Mrd. Euro im letzten Geschäftsjahr und einem Ertrag von 70 Mio. Euro sind die BaySF der europaweit größte Waldbesitzer. Dabei sind in den Wäldern der BaySF umgerechnet auf die Wirtschaftsfläche rund 200 Mio. m³ Holz stehend bevorratet, davon 70 % Nadelholz, wobei Fichte (48 %) und Kiefer (14 %) dominieren, und 30 % Laubholz mit Buche (19 %) und Eiche (5 %). Der jährliche Zuwachs liegt bei über 6 Mio. m³ und damit über dem nachhaltigen Hiebsatz (4,9 Mio. Fm) im letzten Geschäftsjahr und über dem gebuchten Holzeinschlag von 5,4 Mio. Fm. Betrachtet man die Vorratsentwicklung genauer, so zeigt sich zwischen 2005 und 2022 eine Ver-

schiebung in Richtung stärkerer Durchmesser. Es sei also gelungen, trotz Schadereignissen wie Borkenkäfer und Stürmen den Vorrat so zu entwickeln, dass er für den Markt interessant ist, so Müller.

Insgesamt verkauften die BaySF 2023 rund 4,7 Mio. Fm Holz (2022: 4,4 Mio. Fm): Fichte (71 %), Kiefer (14 %) und Buche (13 %), Eiche (2 %), überwiegend Stammholz. „Wir sehen einen ambivalenten, schwierigen Markt für alle Teilnehmer: Das Nachfrageverhalten ist eher gering, die Schnittholzpreissituation nicht attraktiv und mit viel Unsicherheit belastet.“ Entsprechend gehe man mit einem moderaten Ansatz, d.h. einem Mengenangebot von etwa 4,5 Mio. m³ ins nächste Geschäftsjahr. Bei anspringenden Märkten sei man sehr schnell in der Lage, das Einschlagvolumen nach oben anzupassen.

Resilienter Mischwald angestrebt

Eine enorme Herausforderung für die Forstwirtschaft sei es, den Wald in einen an den Klimawandel angepassten Zukunftswald zu überführen, zumal Hitzeschäden, Dürre und Borkenkäferbefall zunehmend auch Laubholzbaumarten wie Buche und Eiche bedrohten. Müller warnte daher: „Wir müssen uns darauf einstellen, dass weitere Baumarten betroffen sein werden“, auch deshalb sei es wichtig, einen gemischten Zukunftswald anzustreben, dem Baumarten wie Kirsche, Edelkastanie, Elsbeere, Ahorn, Flatterulme oder Wildbirne angehörten.

Das Allgemeine Bestockungsziel (ABZ) nach Fläche, das den angestrebten Waldumbau wiedergibt, sieht eine Erhöhung des Laubholzanteils auf 45 % vor (Buche von 19 auf 25 %, Eiche von 6 auf 8 %, Edellaubholz von 5 auf 7 %), die Nadelhölzer sollen mit 55 % weiter dominieren, wobei der Fichtenanteil von 41 auf 33 % verringert werden soll, der von Kiefer von 15 auf 9 %, Tanne und Douglasie sollen dagegen vermehrt im ABZ vorkommen. Allein im Geschäftsjahr 2022 sind dafür in Summe 5,8 Mio. Stück Pflanzen aus 50 Baumarten ausgebracht worden.

Eine Rohstoffknappheit fürchtet Müller für die BaySF nicht. „Wir können uns gut mit Holz versorgen. Der Vorrat ist da und wächst nach wie vor zu, es geht darum, dass wir ihn gemeinsam nutzen.“ Damit leitete er zu einem für die Forstwirtschaft brisanten Thema über: Der Akzeptanz, den Wald wirtschaftlich zu nutzen. Hier sieht er eine weitere Herausforderung für seine Branche. „Es geht um die License to operate“, so Müller. „Es ist normal, dass man einen Baum umschneidet, es ist normal dass wir mit schweren Maschinen in den Wald fahren“, verdeutlichte der



Schwellenloser Übergang mit Korkfuge: Das 2-Schicht-Parkett „Duo-Line Eiche harmony“ von Jaso mit 10 mm Stärke und 4 mm Nutzschicht erlaubt einen Bodenaufbau mit geringer Höhe. Foto: tbia

Fachmann. Besonders im urbanen Raum sei dies zunehmend schwierig.

Abschließend zeigte er die Bedeutung des Clusters Forst und Holz für die Gesellschaft auf, als bedeutender Arbeitgeber, als verlässlicher Partner für die Rohstoffversorgung mit Holz und die Pflege von Wald als Kohlenstoffspeicher und Sauerstoffproduzent. VDP-Vorstand Michael Schmid hob angesichts des von Krisen gezeichneten Umfeldes die guten Kooperationen mit dem Handwerk, mit Innenarchitekten, Architekten und dem Handel hervor. „Alle Marktakteure arbeiten gut zusammen und am Ende des Tages wird sich Parkett als der beste und langlebige Bodenbelag für nachhaltiges Bauen erweisen“.

Impressum



Eine Holz-Zentralblatt-Publikation

Herausgeber:
Dipl.-Kfm. Karl-Heinz Weinbrenner †
Dipl.-Kfm. Claudia Weinbrenner-Seibt

B+H erscheint unter Mitarbeit des Gesamtverbandes Deutscher Holzhandel e. V.
ISSN 0942-0193

Erscheinungsweise: sechsmal jährlich

Verlagsleitung:
Uwe M. Schreiner
Redaktion:
Eva-Maria Knör
Anzeigenleitung:
Peter Beerhalter (verantwortlich)
Anzeigenpreise: Millimeter-Grundpreis pro Spalte (45 mm breit) 5,60 Euro.
Es gilt die Preisliste Nr. 48 vom 1. Oktober 2023.
Bezugspreise: Einzelpreis 7,95 Euro.
Jahresabonnement 47,70 Euro (inkl. 7 % Mehrwertsteuer), im Ausland 59,40 Euro. Das Abonnement verlängert sich um ein Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Jahresfrist gekündigt wird.
Druck:
Freiburger Druck GmbH & Co. KG
Lörcherstraße 3
D-79115 Freiburg
Erfüllungsort: Leinfelden-Echterdingen
Gerichtsstand: Nürtingen

DRW-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG
Fasanenweg 18
D-70771 Leinfelden-Echterdingen
Postfach 100157
D-70745 Leinfelden-Echterdingen
Redaktion: Fon 07 11/7591-203, Fax -267
E-Mail: bh@holz-zentralblatt.com
Anzeigen: Fon 07 11/7591-250, Fax -266
E-Mail: pbeerhalter@holz-zentralblatt.com
Anzeigenverkauf:
Fon 07 11/7591-250, Fax -266
E-Mail: pbeerhalter@holz-zentralblatt.com
Abonnement: Fon 07 11/7591-247, Fax -368
E-Mail: hz-abo@holz-zentralblatt.com

Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen übernehmen die Herausgeber, die Redaktion und der Verlag keine Haftung. Es besteht auch kein rechtlicher Anspruch auf deren Veröffentlichung. Namentlich gekennzeichnete Beiträge von Fremdautoren geben nicht in jedem Fall unbedingt die Meinung der Herausgeber und der Redaktion wieder. Alle in dieser Zeitschrift erscheinenden Beiträge, Fotos und Grafiken sind urheberrechtlich geschützt. Reproduktionen, gleich welcher Art, ob Fotokopie, Mikrofilm, Vervielfältigung auf CD-ROM oder die Erfassung in Datenverarbeitungsanlagen, ist ausdrücklich nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages erlaubt. Alle Rechte, auch die von Übersetzungen, sind vorbehalten.

Austausch über Trends bei Leyendecker Holzland

„Trend-Forum“ 2024 begeisterte im Mai mehr als 200 Gäste

Am 16. Mai veranstaltete Leyendecker Holzland sein „Trend-Forum“ 2024. Das Schnittholzlager war für Fachinformationen bis auf den letzten Platz belegt und auch für das leibliche Wohl war gesorgt.

Das „Trend-Forum“ von Leyendecker Holzland ist inzwischen zu einem festen Programmpunkt im Veranstaltungskalender des rheinland-pfälzischen Familienunternehmens geworden. Am 16. Mai empfing das Unternehmen im dekorierten Schnittholzlager in Trier wieder mehr als 200 Gäste aus Architektur und Holzhandwerk und informierte zu Branchen-Trends. Unter dem Titel „Trends in Materialien und Oberflächen für Architektur und Innenraum. Was kommt – Was bleibt?“ referierte Prof. Brigitte Steffen, Materialexpertin und Design-Publizistin, und informierte das Fachpublikum mit eindrucksvollen Bildern zu den neuesten Highlights und Trends.

Inspiziert von Mailänder Messe „Eurocucina“

Ein Schwerpunkt des Vortrags waren Impressionen von der „Eurocucina“, die im Rahmen des „Salone del Mobile Milano“ seit 2018 zum ersten Mal wieder in gewohnter Form stattfinden konnte. Die Trends wurden über alle Hersteller hinweg eindeutig interpretiert: Pastellige Farben wie Rosé, leichte Blau- und Grüntöne von Pastellgrün bis Tannengrün wurden in den Fronten kombiniert mit viel



Der Einladung des Leyendecker Holzlands zum „Trend-Forum“ 2024 waren mehr als 200 Gäste – Lieferanten und Kunden – nach Trier gefolgt, die sich unter anderem an den Ständen der Aussteller informierten. Foto: Leyendecker Holzland

Marmor, sehr hellen oder dunklen Hölzern mit ruhiger Oberfläche. Wichtig waren Materialkontraste von Supermatt bis Hochglanz, Kontraste in den Tönen von sehr hell bis dunkel und Farbkombinationen, die Spannung erzeugen. Wie Steffen weiter berichtete, wurde Weiß ersetzt durch ein angenehmes, leicht graues Beige. Alles war mit indirektem Licht meisterhaft inszeniert. Dabei gab es kaum stilistische Unterschiede zwischen den deutschen und europäischen Top-Marken. Vor allem die Italiener waren im Einsatz von Marmor allerdings etwas mutiger, was im Ursprungsland dieses Materials nicht zu verwundern vermag.

Die Referentin schilderte weiter, dass deutlich erkennbar der Einsatz von Holz und Holzwerkstoffen in Längsstrukturen war. Relieffartig auf-

gebaut oder farblich abgesetzt waren sie überall zu sehen. Auch in der Gestaltung der Messestände.

Ausstellung der Industriepartner

Wie immer waren zahlreiche Industriepartner von Leyendecker Holzland zum „Trend-Forum“ gekommen, um parallel zum Vortrag ihre Neuheiten zu präsentieren. Für Aussteller und Besucher eine wichtige Veranstaltung, um sich auszutauschen und die Anregungen des Vortrags direkt umsetzen zu können.

Einmal mehr zeigte das „Leyendecker Trend-Forum“, dass die Branche mit Engagement, Initiative und Kreativität auch in nicht ganz einfachen Zeiten Menschen inspirieren kann und Mut für die Zukunft macht.



Frisch prämiert mit dem Red Dot Award – die neue Bauwerk Parkett-Kollektion „Spinpark“. Foto: Bauwerk Parkett

Bauwerk erhält Designpreis

Red Dot-Auszeichnung für Kollektion „Spinmark“

Die Kollektion „Spinpark“ von Bauwerk Parkett, Hersteller von Parkett- und Echtholzböden mit Stammsitz im schweizerischen St. Margrethen, wurde im Wettbewerb Red Dot Award 2024 für Product Design prämiert.

Ein einfaches Prinzip hat die Jury des Red Dot Award überzeugt: Mit der Drehung der Holzmaserung um 45° zur Diele lässt „Spinpark“ neue Fußbodenoptiken entstehen. Für die Entwicklung der neuen Bodenkollektion arbeitete Bauwerk Parkett mit dem renommierten Schweizer Architektur- und Designstudio Atelier oi zusammen, das sich dafür intensiv mit dem Naturprodukt Holz auseinandergesetzt hat. „Holz ist ein natürliches und warmes Material, welches man erst versteht, wenn man es berührt. Mit Holz zu arbeiten bedeutet, etwas verwandeln zu können, das bereits ein Leben hatte und nun ein wei-

teres erhält“, erklärt Armand Louis, Mitgründer vom Atelier oi.

„Spinpark“ ist seit Januar in den drei Farbnuancen Eiche Natur, Eiche Avorio und Eiche Caramello erhältlich, alle mit naturgeölter Oberfläche und in lebhaften Sortierung. Insgesamt sind nach Herstellerangaben zehn unterschiedliche, kreative Verlegearten mit dem neuen Produkt von Bauwerk Parkett möglich. Eine Besonderheit ist, dass sich mit „Spinpark“ die kunstvolle Chevron-Optik bereits mit einer Parallelverlegung erzielen lässt. Durch die Fertigung ohne Fasen entsteht mit „Spinpark“ eine flächige Optik, die bewirkt, dass die Konturen der einzelnen Dielen in den Hintergrund rücken.

Die Auszeichnung unterstreiche die internationale Anerkennung der Designphilosophie des Unternehmens wie auch sein Streben nach stetiger Innovation und Exzellenz, betont Pia Kautz, Head Brand & Communications Bauwerk Group.

Drop-Lock-Technologie für Fischgrätböden

Die Unternehmensgruppe i4F, die Patente und Technologien für die Fußbodenausbaubranche anbietet, möchte mit dem neuen, patentierten Single-Panel-Drop-Lock-System „Herringbone“ die Installation von Fischgrätenplatten vereinfachen, wie das Unternehmen mitteilt. Das neue System erleichtere die Einpassung der kurzen Seite einer Fischgrätenplatte an der langen Seite der anliegenden Platte. Es müssten keine A- und B-Platten mehr gespiegelt werden, was auch die Demontage und den Austausch einzelner Platten problemlos ermögliche. Dabei sind nach Unternehmensangaben bei Befestigung und Leistung keine Abstriche hinzunehmen. Die gesamte Lieferkette profitiere von Effizienzsteigerungen, da keine A- und B-Platten mehr gespiegelt werden müssten: Hersteller könnten die Produktion rationalisieren und die Kosten für Verpackung, Versand und Anleitungen senken. Einzelhändler könnten die steigende Nachfrage nach Fischgrätböden befriedigen, indem sie ein einfaches Installationssystem anbieten. Die Verarbeiter profitieren davon, dass weniger Platten verschwendet werden, da sie die benötigte Anzahl von Kartons genau berechnen können. Die neue Technologie eignet sich laut i4F für Bodenelemente aus SPC-, EPC-, LVT-, Laminat- und Holzböden.

Bauwerk Group reduziert CO₂-Emissionen

Die Bauwerk Group, Hersteller von Parkett- und Echtholzböden mit Stammsitz in St. Margrethen in der Schweiz, hat ihre fossilen CO₂-Emissionen pro Quadratmeter produziertem Parkett seit 2019 um 60 % reduziert. Damit hat die Unternehmensgruppe ihre Zielsetzung für 2026 nach eigenen Angaben bereits übertroffen. Ziel sei es, einen messbaren Beitrag zu einer nachhaltigen Welt zu leisten für Menschen heute und für nachkommende Generationen, erläutert Patrick Hardy, CEO der Bauwerk Group. Die Reduzierung fossiler CO₂-Emissionen und die Installation einer großen Solaranlage für den Eigenverbrauch am Produktionsstandort Kroatien seien wichtige Schritte in diese Richtung. In Kroatien soll künftig auch eine Kraft-Wärme-Kopplungsanlage, die noch im Bau ist, den energetischen Selbstversorgungsgrad deutlich erhöhen.

Um seine Nachhaltigkeitsbemühungen transparent zu machen, hat die Unternehmensgruppe kürzlich ihren Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht, der erstmals angelehnt sei an die European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Zur Bauwerk Gruppe gehören die Marken „Bauwerk Parkett“ und „Boen“ und seit 2022 auch das nordamerikanische Unternehmen Somerset Hardwood Flooring.

Der Mensch steht im Mittelpunkt

Bauvista feiert 50-jähriges Jubiläum der Sparte Baustoff-Fachhandel

Die Einkaufskooperation Bauvista hat am 16. Mai das 50-jährige Jubiläum ihrer Sparte Baustoff-Fachhandel in der Zeche Zollverein in Essen gefeiert.

Mit mehr als 300 Gästen feierte die Kooperation Bauvista am 16. Mai das 50-jährige Jubiläum der Sparte Baustoff-Fachhandel auf der Zeche Zollverein in Essen. Mit bis zu 700 Standorten und einem gemeinsamen Außenumsatz von rund 1,5 Mrd. Euro ist die Bauvista eine Einkaufskooperation für den DIY-Einzelhandel und Baustoff-Fachhandel, 2016 gebildet aus der Fusion von Baustoffring und EMV-Profi Systemzentrale, so die Kooperation. „Als vor 50 Jahren acht Baustoffhändler im Raum Euskirchen einen gemeinsamen Verbund, die Baustoffring Förderungsgesellschaft, gründeten, wollten sie einen Gegenpart zu den damaligen Verbundgruppen schaffen“, sagt Johannes Häringslack, Bauvista-Geschäftsführer. „Einer ihrer wichtigsten Grundpfeiler ist auch in diesen Tagen unser Motto: Der Mensch steht im Mittelpunkt.“

Häringslack und sein Geschäftsführer-Kollege Jörg Kronenberg nahmen die Gäste mit auf eine Zeitreise durch die Unternehmensgeschichte. Dabei hoben die Gastredner Stephan Eichhorn und Joachim Schulte als Vertreter des Aufsichtsrats das außergewöhnliche Engagement der Gesell-



Johannes Häringslack (links) und Jörg Kronenberg, Bauvista-Geschäftsführer, bedankten sich bei den Lieferanten für die partnerschaftliche Zusammenarbeit. Foto: Bauvista

schafter hervor. Günther Muck und Gernar Baumgärtel, die ehemaligen Geschäftsführer der Baustoffring Förderungsgesellschaft, erinnerten an viele emotionale Momente in der Unternehmensgeschichte.

BDB-Präsidentin Katharina Metzger und Gerhard Wellert, Vertriebsdirektor bei Knauf Gips, sowie Volker Christmann, Geschäftsführer Deutsche Rockwool, sprachen ihre Glückwünsche zum 50. Jubiläum aus, lobten die partnerschaftliche Zusammenarbeit und beschworen das Bestreben zum gemeinsamen Handeln als Vertreter der Bau-Branche.

Marcus Dörndorfer und Erk-Peter Radbruch ehrten im Namen des Auf-

sichtsrats die langjährigen Gesellschafter Matthias Kircher Baustoffe, Wesch Baubedarf, Bubenzer Baustoffhandel, Schlösser Baustoffe + Naturstein und Schmitz Bauzentrum für 40 bzw. zu 50 Jahre Mitgliedschaft. „Wir bedanken uns bei unseren Gesellschaftern, unseren Mitarbeitenden und natürlich bei unseren Lieferanten und weiteren Gästen, die diesen Abend für uns als Kooperation unvergesslich gemacht haben“, fasste Jörg Kronenberg das Jubiläum zusammen und verwies darauf, dass in zwei Jahren die Bauvista mit den beiden Sparten Baustoff-Fachhandel und DIY-Einzelhandel bereits ihr zehnjähriges Jubiläum feiern wird.

Lichtdurchflutete Holz-Massivbauweise

Tilo hat ein Wohnhaus im österreichischen Waldzell mit hochwertigen Parkettböden ausgestattet

Tradition und moderne Ästhetik vereint in einem außergewöhnlichen Wohnhaus, das schuf Architekt Michael Sandriester, Key Account Manager im Lichtplanungsbüro Illumina, im österreichischen Waldzell. Im Innenraum wurden 223 m² Eichen-Landhausdielen des österreichischen Bodenbelagherstellers Tilo verlegt.

Die Anlehnung an die Moderne, ohne die Tradition aus den Augen zu verlieren, war bei diesem Objekt ein wichtiges Anliegen von Architekt Michael Sandriester. Die traditionelle, symmetrische Form sollte sich mit Zurückhaltung und reduzierter Formsprache in das bestehende Umfeld eingliedern. „Es ist so, dass die Architektur das kodifizierte Landschaftsbild essenziell prägt. Die Architektur ist für die Landschaft und die Baukultur ein Statement, ein USP ...“, erklärt Sandriester.

Im Innern des Gebäudes ist das Esszimmer ein zentraler Punkt, von dem aus die Bewohner in alle Richtungen des Bauwerkes blicken können und die Dimensionen des Wohnraums spürbar wird. Im Obergeschoss befinden sich Kinderzimmer und Schlafzimmer, Sauna sowie eine offene Galerie mit Arbeitsplätzen. Ein großzügig überdachter Außenbereich, der im Sommer vor Sonne schützt, im Winter den ganzen Tag über Licht in den Wohnraum lässt, eröffnet den Blick in die grüne Landschaft des Innviertels.



„Architektur ist für den Menschen da und nicht umgekehrt“, sagt der österreichische Architekt Michael Sandriester, der in Waldzell ein Haus in Holz-Massivbauweise realisierte, bei dem Holz als verbindendes Element auch im Innenraum eine große Rolle spielt. Für den Boden lieferte der österreichische Parketthersteller Tilo 223 m² Eichen-Landhausdielen.



Holz als zentrales Gestaltungselement

„Tradition, Holz, Moderne“ – mit diesen Begriffen beschreibt der Architekt das Wohnhaus. Das Holz ist dabei das Bindeglied. Holz sei mittlerweile ein echter Hightech-Baustoff, der seit jeher Anwendung fand.

Die reduzierte Materialauswahl sowie die Verwendung von natürlichen Rohstoffen, ist dem Architekten ein zentrales Anliegen. Für den Boden bedeutete dies, einen Belag auszuwählen, der im ganzen Gebäude verlegt werden konnte – so auch in der Küche und der Garderobe. Zur Anwendung kamen 223 m² Landhausdielen „Marcanto Trend“ Eiche Natur

geölt des oberösterreichischen Bodenherstellers Tilo.

Auch die Fassade und die Deckenflächen bestehen aus Holz. Eiche in eher ruhiger Sortierung findet sich immer wieder – beim Esstisch, in der Küche und im Badezimmer. Eiche sei ein Dauerbrenner, abgesehen davon ist sie sehr widerstandsfähig, wie Bodenbelagshersteller Tilo mitteilt. Ein harter Boden werde unterschiedlichen Anforderungen gerecht. Wenn man barfuß geht, ist die Wärme und Behaglichkeit, die das Parkett ausstrahlt, ein wichtiges Entscheidungskriterium. „Es sind die Details, die es ausmachen, um einen stimmigen Gesamteindruck zu erzielen“, so Sandriester.

Regionalität – es sollte jedenfalls ein österreichisches Produkt sein –, Qualität und die Verfügbarkeit, sowie einfache Verlegbarkeit waren wichtige Aspekte bei der Bodenauswahl.

Architektur ist für den Menschen da

Qualität spielt sich dabei für Sandriester auf verschiedenen Ebenen ab. „Grundsätzlich muss der Boden der Nutzung gerecht werden, mechanisch widerstandsfähig und gut zu verlegen sein. Eine gewisse Nutzschicht, die die Option bietet, den Boden später abzuschleifen, sowie einfache Pflege und geringer Wartungsaufwand sind weitere Qualitätskriterien“, zählt

Sandriester auf. Schließlich ist auch die Gestaltung der Dielen selbst ein wichtiger Faktor – etwa Proportion, Fasung, Schliff oder Bürstung. Neben dem Design waren Langlebigkeit, Sicherheit in Form von Rutschfestigkeit und die Wertigkeit des Bodens entscheidend.

Der Parkettboden soll außerdem in Würde altern. Er darf mit der Zeit eine Geschichte erzählen, deshalb fiel die Entscheidung des Architekten auf einen geölten Boden, da dieser Gebrauchsspuren zulässt und mit den Jahren eine Patina bekommt, ohne jedoch seine Schönheit einzubüßen, denn „Architektur ist für den Menschen da und nicht umgekehrt“, betont Sandriester.

Kollektion „Soller“ bietet Grossformate mit sinnlicher Haptik

Enia flooring hat im Juni eine neue Parkett-Kollektion aufgelegt

Mit extra großen Formaten und fünf neuen Parkettvarianten präsentiert der Schweizer Parkett-Hersteller Enia flooring, der zur Shark Group gehört, seine neue 3-Schicht-Parkettkollektion „Soller“. Sie setzt auch als Wandpanel Akzente und ist seit Juni erhältlich.

Die neue Parkettkollektion „Soller“ von Enia flooring umfasst laut Herstellerangaben fünf Parkettvarianten, die Natur und Eleganz widerspiegeln und durch die handwerkliche Bearbeitung und eine attraktive Preisgestaltung überzeugen. Mit erstklassiger Qualität bietet „Soller“ vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten.

Verbindung von Design und Handwerkskunst

„Soller“ ist in den Farbtönen „Eiche Nature“ und „Eiche Stark Geräuchert“ erhältlich. Der Farbton wird darüber hinaus in zwei Sortierungen aufgelegt: Die Sortierung „harmonisch“ zeigt auch etwas größere Äste, die Sortierung „lebendig“ ist rustikaler und weist durch gespaltelte Risse in den Dielen noch mehr Charakter auf.

Mit sinnlichen, warmen Oberflächen sei die Kollektion „Soller“ ein Blickfang im Raum und erzeuge mit ihrer Haptik Behaglichkeit. Die neue Kollektion stelle eine Verbindung von zeitlosem Design, Handwerkskunst und innovativer Technologie dar, erläutert dazu Ingo Seemayer, Geschäftsführer von Enia flooring.



Die 3-Schicht-Fertigparkett-Kollektion „Soller“ (im Bild links „Soller oak najer“) kann mit einer Nutzschicht von 4 mm mehrmals aufgefrischt werden. Mit extra großen Dielen im Landhausdielenformat erzeugt sie eine großzügige Raumwirkung. Als Wandpaneele setzt das Design „Agua“ (Bild rechts) im Raum eindrucksvolle Akzente. Die Parkett-Kollektion „Soller“ gibt es in fünf Dekor-Varianten (Bild rechts unten).



Wengleich Parkettböden mit ihren Bewohnern leben und mit den Jahren ihren individuellen Charakter entfalten, könne „Soller“ aufgrund seiner 4 mm Nutzschicht problemlos mehrmals aufgefrischt werden, informiert der Hersteller.

Die Parkettvarianten der „Soller“-Kollektion sind im modernen XL-Landhausdielenformat von 2200 x 260 mm erhältlich. Vollflächig verlegt lässt dieses extragroße Format einen Raum größer wirken. Die Parkettoberfläche wird gebürstet und oxidativ geölt, was für eine natürliche Optik sorgt und wiederum eine angenehm weiche Haptik erzeugt – nicht nur für Freunde des Barfußlaufens.

Schnell verlegt mit „Fold-down“-Klickverbindung

Zu den technischen Merkmalen gehören eine 3-Schicht-Fertigparkett-Konstruktion mit einer Gesamtstärke von 15 mm und einer Nutzschicht von 4 mm aus europäischer Eiche. Die Verlegung gestaltet sich mit der „Fold-down“-Klickverbindung einfach und schnell. „Soller“ kann schwimmend verlegt oder auch vollflächig verklebt werden. Die dezente vier-seitige Fase sorgt für ein elegantes Aussehen und die gefragte landhausdielenähnliche Optik.

Ein Highlight der Kollektion ist nach Herstellerangaben das Design

„Agua“ mit besonders charakterstarken Böden. Hierfür werden stark geräucherte Eichendielen in harmonischer Sortierung von Hand gehobelt. Die Oberfläche zeigt durch diese Handarbeit typische Ausbuchtungen und eine außergewöhnliche, starke Struktur, die sich beim Barfußlaufen besonders gut anfühle und für Wohlbefinden Sorge, so der Hersteller. Die Optik von „Agua“ erinnere an gekräuseltes Wasser, veranschaulicht der Hersteller. Die außergewöhnliche Optik von „Soller“ könne auch als Wandpanel bei der Wandgestaltung besondere Akzente setzen.

Hersteller: Sharkgroup AG, 8610 Uster (Schweiz)



Ein Boden für alle Fälle

»Joka«-Designböden überzeugen mit Einsatzmöglichkeiten im Wohn- und Objektbereich

Ein Dekor – vom Schlaf- über das Wohnzimmer, die Küche und das Bad bis hin zur Treppe. Diese Vielseitigkeit in der Anwendung ermöglichen die neuen hochwertigen Designböden von „Joka“ einer Marke der W. & L. Jordan GmbH aus Kassel. Sie bieten ein stilvoll harmonisches Ambiente im Wohn- wie im Objektbereich.

Mit der Neuauflage der Kollektion „340 Design“ bringt die W. & L. Jordan GmbH, Anbieter von Bodenbelägen, Türen, Holz, Holzwerkstoffen, Sonnenschutz und Wohnstoffen mit Hauptsitz in Kassel, einen Boden für alle Fälle auf den Markt. „Joka“-Designböden wurden nach Angaben des Herstellers in den vergangenen Jahren stetig weiterentwickelt, sodass sie robust, pflegeleicht und ästhetisch ansprechend sind sowie emissionsarm und in Teilen recycelbar. Und auch die Oberflächen werden laut Hersteller zunehmend authentischer: Vor allem Holzdekore mit einer Synchronprägung, also Böden, bei denen die Prägung genau auf das Dekor abgestimmt ist, seien optisch kaum noch von echten Holzböden zu unterscheiden.

Von der Natur inspiriert

Die Holzdekore der „Joka“-Kollektion Joka „340 Design“ reichen farblich von heller Tannenhölzoptik über warme Eichtöne bis zu skandinavisch kühl-grauer Pinie. Für den angesagten Industrial-Look im Wohnbereich oder auch für Küche, Bad oder Flur – dort wo sonst eher Fliesen liegen – hält die Kollektion auch sieben Stein-, Beton- und Schieferdekore bereit.

Die Kollektion „340 Design“ ermöglicht, für jeden Raum ein neues



Die Designböden der neuen „Joka“-Kollektion „340 Design“ – im Bild „2854 Fresh Oak“ – sind robust, pflegeleicht und optisch ansprechend.

Bodenthema zu wählen oder dasselbe im ganzen Haus anzubringen, zum Beispiel in Form einer Klebevariante in stark beanspruchten und reinigungsintensiven Bereichen wie Flur, Küche oder Bad.

Oder in der naturnahen HDF-Click-Variante mit integrierter Kork-Trittschalldämmung im Wohnbereich, auf den Treppen sowie in den Schlafzimmern. Alle „Joka“-Designböden eignen sich dank ihrer Langlebigkeit und flexiblen Nutzung gut für Neubauten. Aber auch bei Renovierungen sind sie geeignet, da sie durch ihre geringe Aufbauhöhe auch über bestehenden Böden verlegt werden können.

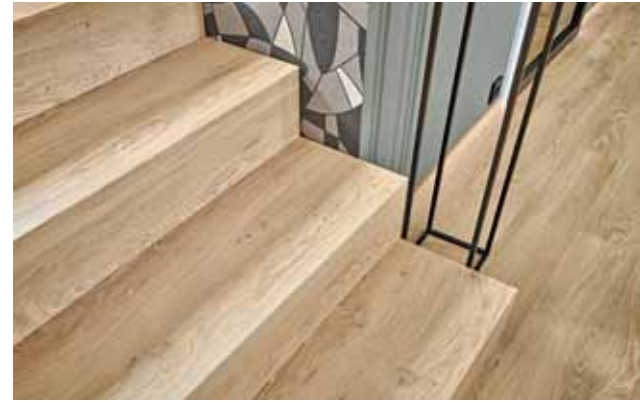
Drei Systeme bieten viele Möglichkeiten

Viele der Dekore sind in drei Verlegevarianten erhältlich: Klebe-,

Click- und HDF-Click. Welche sich am besten eignet, hängt vom Einsatzort und den Gegebenheiten ab.

Designböden zur vollflächigen Verklebung sind besonders beständig gegen hohe Belastungen und Feuchtigkeit. Designböden mit Click-Verbindung hingegen können bei Bedarf rückstandslos wieder entfernt werden, was besonders bei Mietobjekten vorteilhaft ist. Die Böden der Kollektion „340 Design“ sind neben der Click-Variante mit einer mineralischen Trägerplatte auch in der HDF-Click-Variante erhältlich.

Für diese Optiken sind auch dekorgleiche Treppenstufen mit HDF-Träger erhältlich. Sie zeichnen sich neben den natürlichen Komponenten vor allem durch ihre Robustheit und Stärke aus. Der sechsschichtige Aufbau gleicht leichte Unebenheiten im Boden noch besser aus, daher sind sie auch für die Renovierung bestehen-



Ein rundes Bild ergeben die zum Wohnbereich dekorgleichen Treppenstufen – hier ebenfalls mit dem „Joka“-Designboden „2854 Fresh Oak“. Fotos: W. & L. Jordan GmbH

der Treppen gut geeignet. Professionell verlegt entsteht so eine stabile, harmonische Verbindung vom Keller bis zum Dachboden – wie aus einem Guss, so der Hersteller. Nach langer Lebensdauer können die Qualitäten mit HDF-Verbindung recycelt und zu neuen Böden verarbeitet werden.

Für den Fachhandel: Bewährtes besser machen

Mit der Neuauflage der bewährten Kollektion „340 Design“ sowie der Auszugskollektion „340 Design Allround“ liefert Jordan ein Gesamtkonzept: 40 Dekore, drei Verlegesysteme sowie passende und teilweise dekorgleiche Treppenstufen und Sockelleisten stehen zur Auswahl.

Neben den Bestsellern der vergangenen Kollektion enthält das Update 14 neue Dekore, die sich optisch eher natürlich und ruhig zeigen. Die insgesamt 40 Qualitäten enthalten hauptsächlich Holzoptiken sowie sieben Stein- und Betonoptiken. Alle Dekore sind zur Verklebung geeignet, fünf davon mit authentischer Synchronprägung. 22 Dekore sind sowohl mit einer Click- als auch mit HDF-Click-

Verbindung mit integrierter Kork-Trittschalldämmung und einer Aufbauhöhe von 9,6 mm erhältlich. Mit HDF-Click-Verbindung sind sie darüber hinaus zu neuen Böden recycelbar. Bei der SPC-Click-Version wurde der SPC-Träger verstärkt und die IXPE-Trittschalldäm-

mung minimal verdünnt. Diese führt zu einer stärkeren Click-Verbindung bei gleichbleibend guter Trittschalldämmung und einer praktischen Aufbauhöhe von 5 mm.

Neben der umfangreichen Gesamtkollektion bietet Jordan Händlern zur besseren Beratung ihrer Kunden die kompakte Kollektion „340 Design Allround“ an, die ausschließlich die Dekore enthält, die sowohl in Klebe-, Click- und HDF-Click verfügbar sind. Somit kann eine Aussage für alle Produkte getroffen werden. Für diese 22 Dekore sind sowohl dekorgleiche Sockelleisten als auch Treppenstufen verfügbar. Die Treppenstufen werden auftragsbezogen gefertigt und besitzen einen HDF-Träger, der mit der HDF-Click-Variante kompatibel ist.

Alle „340 Design“-Böden sind nach Herstellerangaben mit dem Siegel „Eurofins Indoor Air Comfort Gold“ zertifiziert und erfüllen damit die gängigen Anforderungen an ein Bauprodukt mit besonders niedrigen Emissionen.

Hersteller: W. & L. Jordan GmbH, 34134 Kassel

Natürlicher Sonnenschutz für Parkett und Möbel

Forschungsprojekt entwickelt biobasierten UV-Schutz für Holzoberflächen

Damit Möbel und Fußböden aus Holz nicht vorzeitig altern, gilt es, sie vor UV-Strahlung zu schützen. Dabei sollen Optik und Haptik ihrer Oberfläche erhalten bleiben. Transparente Schutzlacke können aber teils gesundheitsbedenkliche chemische Verbindungen enthalten. Das Fraunhofer-IVV, Freising, entwickelte daher gemeinsam mit der Naturhaus Naturfarben GmbH eine Formel für einen transparenten und biobasierten UV-Holzschutz.

Ohne Beschichtung kann UV-Licht der Wellenlängen 330 bis 380 nm mit Holzoberflächen interagieren und durch Photooxidation zu Verfärbungen und Schäden führen. Zahlreiche auf dem Markt erhältlichen transparente Schutzlacke enthalten als UV-Blocker chemische Additive wie etwa Benzophenone, Benzotriazole oder Phenyltriazinderivate, die gesundheitsbedenklich sind.

Kritisch sei, dass diese flüchtigen Substanzen über die Atmung direkt in den Körper gelangen können, etwa während des Trocknungsvorgangs, wie das IVV mitteilt. Biobasierte Alternativen seien farblich und damit



Ohne Beschichtung kann UV-Licht mit Holzoberflächen interagieren und zu Verfärbungen und Schäden führen.

lichtundurchlässig. Um geeignete pflanzliche Komponenten für eine natürliche Holzbeschichtung zu finden, welche das Material vor UV-Strahlung schützt und gleichzeitig dessen Struktur sichtbar lässt, startete das Fraunhofer IVV 2021 gemeinsam mit der Naturhaus Naturfarben GmbH das Projekt „Pro-Tann“.

Sekundäre Pflanzenstoffe für UV-Schutz

Dafür erschlossen die Wissenschaftler einen neuen Forschungsbereich: „Zur natürlichen Bindung in

Beschichtungssystemen nutzen wir am Fraunhofer IVV schon seit Längerem sehr erfolgreich Proteine“, erläutert dazu Melanie Platzer, wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Verfahrensentwicklung Pflanzliche Rohstoffe.

„Neu für uns war die Kombination mit sekundären Pflanzenstoffen, die als UV-Schutz für einen wasserbasierten Lack dienen sollten.“ Eines der Projektziele bestand dementsprechend darin, die entstehende Vernetzung zwischen Proteinen und sekundären Pflanzenstoffen im Lack herauszuarbeiten und letztlich dafür zu



Oberflächenantrag der Protein-Additiv-Kombination mit ölbasierter Endsicht auf Eichenparkett.

Fotos: Naturhaus Naturfarben GmbH

sorgen, dass sich die beiden Substanzen fest miteinander verbinden.

Rohstoffe aus der Region nutzen

Während der etwa zweijährigen Projektlaufzeit erprobten die Wissenschaftler viele Kombinationen und arbeiteten auch mit Mischungen unterschiedlicher sekundärer Pflanzenstoffe. „Letztlich hatten wir viele Treffer, was mögliche Protein-Additiv-Kombinationen für den UV-Schutzlack anging, und konnten uns der Frage widmen, welche Formulie-

rung sinnvoll ist, wenn man in Richtung Produktion denkt – auch was die Regionalität und Verfügbarkeit der verwendeten Rohstoffe angeht“, fasst Platzer den Prozess zusammen. Wo es möglich sei, beziehe man in die Entwicklungsarbeit Reste aus der Agrar- und Lebensmittelindustrie ein, etwa Schalen aus der Apfelsaftherstellung oder Trester aus der Weinproduktion, so das Fraunhofer IVV.

„Die ausgewählte Modellformel befindet sich derzeit in der Weiterentwicklung bei der Naturhaus Naturfarben GmbH mit dem Ziel, die Zusammensetzung so anzupassen, dass sie in größerem Maßstab hergestellt werden kann. In der Anwendung könnte die wasserbasierte Formel dann in mehreren Schichten aufgetragen und durch einen weiteren Naturlack versiegelt werden, um langanhaltenden Schutz für Parkett und Möbel zu bieten.“ Unbedenklich seien die Optionen allesamt, wie das Fraunhofer IVV mitteilt. Auch der direkte Kontakt oder das Einatmen schaden weder Mensch noch Tier. Ein Folgeprojekt für weitere Anwendungsmöglichkeiten der UV-abweisenden Protein-Pflanzenstoff-Kombinationen etwa in der Verpackungsbeschichtung oder im Hautschutz wurde bereits ange-
stoßen.

Holz- und Designböden erobern neues Terrain

Ter Hürne bietet ein breites Boden-Portfolio für Feuchträume

Während keramische Fliesen lange Zeit der Platzhirsch für Küche und Bad waren, gibt es inzwischen überzeugende Alternativen. Der Bodenbelags-Hersteller ter Hürne, mit Sitz im nordrhein-westfälischen Südlohn, zeigt mit innovativen Kollektionen, dass die neuen Lösungen den hohen Anforderungen in Feuchträumen standhalten.

Moderne Wohnkonzepte setzen auf offene Grundrisse und nahtlose Designlösungen, was bei der Planung von Bodenbelägen besondere Aufmerksamkeit erfordert. Hierbei Alternativen zu Keramik ins Auge zu fassen, dafür gebe es vielfältige Gründe, zeigt man sich bei ter Hürne überzeugt.

Einer von vielen ist die komfortable, schnelle und nahezu schmutzfreie Verlegung von XXL-Fliesenformaten auch in der Ein-Mann-Verlegung, so der Hersteller. Ein vergleichsweise geringeres Gewicht, wenig anspruchsvolle Untergrundvoraussetzungen, schmale Fugen, kleinere Fugenflächen, und die schnelle Nutzbarkeit nach der Verlegung seien weitere Pluspunkte vieler Bodenbeläge im ter-Hürne-Portfolio.

**Für Handelspartner:
Gut in der Beratung**

Ter Hürne bietet verschiedene Kollektionen, die mit hoher Wasserbeständigkeit punkten. Die Produkte für Bad und Küche sind innerhalb des Portfolios so angelegt, dass Handelspartner ideal entlang des Budgets



Der Designboden „Avatara“ ist wasserfest sowie frei von PVC, Chlor, Phthalaten und Lösemitteln. Moderne Druckverfahren ermöglichen ein natürliches, authentisches Bodenbild, mit einem nahezu wiederholungsfreien Design. Foto: ter Hürne

und den Anforderungen beraten können. Folgende Premiumprodukte stellt ter Hürne vor:

Holz: „Hywood“

Wohngesunde, nachhaltige und umweltschonende Fußbodenkonzepte, sind im Bereich Echtholz trendbestimmend. „Hywood“ sei ein Hybrid-Echtholz-Fußboden, der durch patentierte Produktionsprozesse als wasserbeständiger Holzfußboden punkte.

Durch seine hohe Beständigkeit gegen Kratzer und Beschädigungen sei er im ganzen Haus einsetzbar und sorgte für Langlebigkeit und langjährig hohe Wertigkeit.

Holzwerkstoff: „Dureco“

Nahezu vollständig aus Holz und organischen Materialien gefertigt, vereint „Dureco“ laut Hersteller Nachhaltigkeit und Wohngesundheit. Zudem ist er wasserbeständig, robust, antibakteriell und pflegeleicht. Ein wichtiger Baustein ist das Klicksystem „Smart Connect Pro Aqua“, das dafür sorgt, dass der Boden an den empfindlichen Profilübergängen sehr gut verriegelt ist und damit widerstandsfähiger gegen das Eindringen von Wasser. Zudem sei auch die Trägerplatte quellreduziert, als Wasserschutz von innen. Die Wasserbeständigkeit beträgt gemäß Herstellerangaben nun 48 Stunden. Preissensitiven

Kunden empfiehlt ter Hürne den 24h-wasserbeständigen Laminatboden „Lkō“.

Polymer: „Avatara“

Wasserfestigkeit zeichnet besonders den Designboden „Avatara“ aus. Wie ter Hürne mitteilt, ist der Bodenbelag PVC-frei, chlorfrei sowie frei von Phthalaten und Lösemitteln. Überdies zeichne ihn aus, dass er antibakteriell und emissionsfrei ist.

Der Einsatz moderner Druckverfahren ermögliche dabei die scharfe Abbildung natürlicher Materialien sowie ein natürliches, authentisches Bodenbild, mit einem nahezu wiederholungsfreien Design. „Avatara“ ver-

binde Wohngesundheit, Design und Funktion. So bieten gemäß Hersteller auch die neuen Steindekore gegenüber Fliesen Vorteile in Gewicht, Verlegung und späterer Austauschbarkeit. Die erstmalig für die Verklebung vorgestellte „Pro Variante“ bietet XXL-Formate in 1200 mm × 600 mm. Eine Alternative sei der Design-Vinylboden „Soya“ mit einem pflanzlichen Weichmacher auf Soya-Basis. Auch hier gibt es für Bad und Küche Fliesendesigns im Großformat 1200 × 600 mm – auch im Holzdesign. Alle „Soya“-Designvinylböden werden im 3-in-1-Konzept zum Klicken, zur Verklebung und auf Trägerplatte angeboten in der Nuttschichtstärke 0,55 mm. Preislich attraktiv seien die Vinylböden „Friends by ter Hürne“, ebenfalls wasserfest und beständig mit 0,33mm Nuttschicht.

„Unique-Design“- Paneele

Die neue „Unique-Design“-Paneele geben als Elemente für Wand und Decke Räumen eine persönliche Note. Sie sind pflegeleicht sowie UV- und feuchtbeständig.

Die „Decor Edition“ steht für klare Linien und ist wahlweise in acht verschiedenen Holzönen oder puristisch in den Uni-Tönen wie Schwarz und zwei Weiß-Nuancen zu haben. Die „Linear Edition“ bietet sechs Designs in Holz- und Uni-Tönen. Mit ihrem Lamellen-Look kann sie mit der puristischen „Decor Edition“ wie auch mit den Holzdesigns gut kombiniert werden.

Hersteller: ter Hürne, 46354 Südlohn

Moderner Boden in historischer Feuerwehrrhalle

Elastischer Polyurethan-Boden kommt ohne den Zusatz von Chlor, Weichmachern oder Lösemitteln aus

Der Architekt und Bauherr ist mit dem Ausbau seiner Firmenräume in einer historischen Feuerwehrrhalle zufrieden. Ein Bioboden von Wineo verbindet nun den ursprünglichen Charme des Gebäudes mit einem modernen Ambiente.

Manchmal entwickeln Strukturen bei längerem Hinschauen ein erstaunliches Eigenleben: Sie geraten in Bewegung und setzen überraschende Akzente. Diese Erfahrung machte Florian Dorsch, Architekt und Geschäftsführer des Messebau-Spezialisten Kohlhaas, als er den Bioboden „Floating Wood“ von Wineo entdeckte.

Für sein Firmengebäude in Hannover, das in einer Feuerwehrrhalle aus der Gründerzeit untergebracht ist,

hatte er einen Bodenbelag mit passendem Design gesucht. Ziel war, mit der Optik eine Brücke zwischen dem historischen Gebäude und dem designaffinen Unternehmen zu schlagen – dem historischen Charakter des Gebäudes sollte Rechnung getragen werden.

Belag transportiert Design-Anspruch

Der Bioboden „Floating Wood“ aus der „Wineo-1500-Serie“ konnte den Bauplaner überzeugen. „Der Belag transportiert auf wunderbare Weise unseren Designanspruch“, so der Architekt. Auf den ersten Blick wirkt die Oberfläche wie Holz, das die Maserung erkennen lässt. Auf den zweiten Blick beginnen die Struktu-



Der elastische Polyurethan-Boden lässt die Architektur des Raumes zur Geltung kommen.

Fotos: Wineo



Der Bioboden „Floating Wood“ wirkt auf den ersten Blick wie Holz, das die Maserung erkennen lässt. Auf den zweiten Blick beginnen die Strukturen wie auf einer Wasseroberfläche zu zerfließen.

ren wie auf einer Wasseroberfläche zu zerfließen. Die Kombination aus der schwebenden Komponente des Wassers und der warmen Anmutung von Holz fasziniert Dorsch gestalterisch besonders.

„Es ist eine Struktur, die unaufdringlich wirkt und die Architektur des Raumes wirken lässt“, begründet er seine Wahl. Dorsch nutzte die Möglichkeit, dass das Dekor in zwei verschiedenen Farben erhältlich ist, um verschiedene Zonen zu gestalten. „Floating Wood Snow“, das wie weiß lasiertes Holz wirkt, markiert den Be-

reich der Kreativabteilung mit vielen jungen, designaffinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Funktionszonen wie Teeküche, Sekretariat und Administration, in denen auch Beschäftigte aus der Produktion mit Sicherheitsschuhen ein- und ausgehen, sind in einem Eichenton („Floating Wood Sand“) gehalten.

Verbundwerkstoff vorwiegend aus Pflanzenölen

Diese Treffpunkte mit hoher Beanspruchung profitieren besonders von

der Robustheit des elastischen Biopolyurethan-Bodens. Er ist nicht nur leicht zu reinigen, sondern trägt auch zu einem gesunden Raumklima bei. Die Basis bildet der Verbundwerkstoff „Ecuran“, der vorwiegend aus Pflanzenölen wie Raps- oder Rizinusöl und mineralischen Komponenten wie Kreide hergestellt wird – und damit ohne den Zusatz von Chlor, ohne Weichmacher und Lösungsmittel auskommt.

Hersteller: Windmüller GmbH, 32832 Augustdorf

Parador feiert Produktneuheiten und setzt auf ein starkes Markenprofil

Kürzere Produktzyklen, neue Märkte, ein umfassendes Nachhaltigkeitsmanagement: Parador will sich als globale Marke positionieren

ek Mit einem glanzvollen Empfang, Fachvorträgen, Produktschulungen sowie Führungen durch die Produktion und das neue Logistikzentrum empfing die Parador GmbH*, Hersteller für die Innenausstattung, Handelspartner und Gäste am Unternehmenssitz in Coesfeld. Drei Tage lang präsentierte das Unternehmen bei seiner Inhouse-Messe Produkt-Highlights und Innovationen und verbreitete jede Menge positive Aufbruchstimmung. Unter dem Motto „gemeinsam nach vorne schauen“ waren rund 400 Gästen aus mehr als 40 Ländern zu Parador ins Münsterland gereist.

Parador erfüllte mit seiner Inhouse-Messe auch hoch gesteckte Erwartungen, denn der Bodenbelagshersteller präsentierte sich von 10. bis 12. März am Firmensitz in Coesfeld Handelspartnern und Gästen aus mehr als 40 Ländern in positiver Aufbruchstimmung. Vom schwierigen Marktumfeld in der Bodenbelagsbranche und Auftragsengpässen war kaum etwas zu spüren. Viel Organisationsgeschick manifestierte sich im Ablauf der Veranstaltung vom Shuttle-Service bis zum Fachprogramm – und selbst das Timing für eine Neueröffnung saß: So konnte Parador für seine Gäste die Tore zu einer der bislang größten Investitionen in der Firmengeschichte öffnen und bot Führungen durch das neu gebaute 30 000 m² große Logistikzentrum.

Es umfasst auf einem Betriebsgelände von 60 000 m² Lagerkapazität für 30 000 Paletten und ermöglicht, die gesamte Logistik effizienter zu ge-

* Parador ist eine Tochtergesellschaft des indischen Baustoffproduzenten HIL Limited, der zur CK Birla Group gehört.



Bei der Inhouse-Messe „Parador Perspectives“ konnten Handelspartner und Gäste neue Entwicklungen bei Produkten und Services entdecken – und auch in der Unternehmensstrategie zeigten die Coesfelder Perspektiven auf.

stalten und Außenlager in der Umgebung zu ersetzen. Dadurch könnten nach Unternehmensangaben rund 30% der bisherigen Transporte entfallen, was etwa 6 000 Fahrten pro Jahr entspricht. Auf dem Dach sorgt eine PV-Anlage für die eigene Stromproduktion, die einen Beitrag zur CO₂-neutralen Produktion leisten soll, welche Parador bis 2025 anstrebt.

Schulterschluss mit den Handelspartnern

David Neel Bradham, seit 11. Juli 2023 als CEO und Geschäftsführer gemeinsam mit Lutz Michaelen (CSCO) und Pier Vincenzo Marozzi (CTO) an der Spitze des Unternehmens, bedankte sich strahlend bei den Händlern und betonte die gegenseitige Partnerschaft: „Sie stehen für unsere Produkte, für unsere Lieferung und unsere Marke. Wir stehen für ihre Qualität und ihre Technolog-

gie“. Den Erfolg dieser Partnerschaft unterstrich er mit einer Zahl: „Hier im Raum haben wir heute mehr als 3 Mrd. Euro Umsatz versammelt, die wir gemeinsam erwirtschaften.“ Der gemeinsame Schulterschluss zog sich durch den Abend, an dem die Gäste im Parador-Trendcenter zwischen Champagner und Akrobatik neue Dekore und Produktlinien entdecken konnten.

Dass Bradham auf die Marke setzt, auf raschere Produktzyklen und neue Märkte, machte er im Pressegespräch deutlich. „I’m a brand guy“, charakterisierte er sich und seine Ziele mit Parador. Junge Kunden legen Wert auf eine nachhaltige Marke zu der sie stehen können, so Bradham. Eigenschaften wie Qualität, Verlässlichkeit und Tradition seien im Unternehmen verankert und spiegeln sich im Portfolio wieder. Auch das Team sieht er für große Vorhaben gut aufgestellt.

Dabei blickt der CEO mit seinen Zielen über die Produktebene hinaus, „going beyond products“ nennt er das. Dafür stehe man mit weiteren Investitionen bereits in den Startlöchern. „Unser Ziel ist es, eine weltweit bedeutende Marke zu werden“, betonte Bradham und veranschaulichte die Situation: „Wir haben ein richtig gutes Fahrrad, jetzt müssen wir losfahren. Und dafür werden wir jetzt den Motor ans Rad bringen.“

Bereits in fünf Jahren sollen mehr als die Hälfte der Verkaufsabschlüsse außerhalb Europas erfolgen, nennt Bradham eine konkrete Zielmarke und fokussiert auf die USA und Asien.

Mehr Kundennähe und kürzere Innovationszyklen

Neue Produkte sollen künftig nicht mehr im Zweijahresrhythmus, sondern auch unterjährig gelauncht werden. Wichtig sei, dass diese klar kommuniziert werden, so Bradham. Hierfür setze man neben Online-Kanälen auch weiterhin auf den klassischen Messeauftritt: Mehr als 15 Messen hat Parador in den kommenden Monaten auf der Agenda. Um näher am Kunden zu sein, sollen Vertriebskanäle und Kollektionen künftig auf das jeweilige Land abgestimmt werden. In Kooperation mit namhaften Designern und Architekten – wie bereits in der Vergangenheit mit Hadi Tehe-



Im Trendcenter präsentiert Parador individuelle Bodenlösungen aus dem Bereich Commercial Business. Dank eigener Produktion in Coesfeld und Güssing (Österreich) sind maßgeschneiderte Anfertigungen für Kunden möglich.



Die Geschäftsführer Lutz Michaelen (CSCO), David Neel Bradham (CEO und Vorsitzender) und Pier Vincenzo Marozzi (CTO) (von links) gaben sich optimistisch: Parador ist bereit für die Zukunft. Fotos: E. Knör

rani, Afredo Häberli oder Zaha Hadid – will Parador als Interior Brand mit kreativen Design-Samples überzeugen.

Das Internet sei grenzenlos, E-Commerce Realität, sieht Bradham neue Vertriebskanäle vor sich. Das Bekenntnis zum Standort Deutschland und zum europäischen Markt stellt er dabei nicht in Frage. Dass der Ökonom kein Zauderer ist, zeigt er mit einer amerikanischen Hands-on-Mentalität: „Ich würde sagen, wir versuchen das Flugzeug zu fliegen und bauen es zur selben Zeit“, erklärte er schmunzelnd.

Dass Parador bereit für Innovation und Wachstum ist, zeigt sich auch an den Produktneuheiten bei allen Bodenarten vom Parkett bis zum Modular One. Bei den Laminatböden präsentiert Parador 18 neue Dekore, die neue Produktlinie „Trendtime 8“ im modernen Chevron-Format mit extra breiten Dielen (33 cm) sowie technische Upgrades bei bestehenden Produktlinien.

Die Eiche bleibt bei den neuen Laminatdekoren mit warmen Honigtönen im Trend – vom schlichten „Eiche Mont Blanc“-Dekor ohne Äste und Risse, das in fünf verschiedenen Farben erhältlich ist, bis hin zu „Eiche Everglade“ aus der Produktlinie „Trendtime 6“, die es in zwei kontrastierenden Farbstellungen gibt und die mit teils faustgroßen Ästen eine kernige Optik erzeugt. Das Dekor „Eiche Loire“ schließlich adaptiert das klassische Chevron-Design. Dabei betonen

schwarze Fugen die Riegel. Die breiten Dielen der „Trendtime 8“ in linker und rechter Ausführung mit Nut und Feder zum Verkleben werden in drei Farben aufgelegt und bieten vielfältige vergleichsweise preisgünstige Gestaltungsmöglichkeiten, wie Matthias Hensen, Produktmanager Laminat, ausführte.

Ein technisches Highlight ist das Upgrade der Produktlinie „Classic 1050“: Mit der neuen Nutzungsklasse AC5/NK33 erfüllt dieses Laminat hohe Ansprüche an Strapazierfähigkeit und Haltbarkeit und eignet sich für gewerblich genutzte Räume.

Parkett: Reaktionsbeize für kräftige Farben

26 neue Oberflächen bereichern die Auswahl im Parkett-Sortiment. Christoph Ribbers, Produktmanager Parkett, verwies besonders auf Oberflächen, die das Ergebnis einer Reaktionsbeize sind und eine dunkelbraune bis schwarze Farbgebung zeigen (Eiche Pinot schwarz, Eiche Brunello braun). Mit ihnen könne Parador dem internationalen Trend nach starken Farben entsprechen.

Eine Alternative zur Eiche sieht Ribbers im Eschen-Parkett mit schöner Fladerung und eichenähnlicher Struktur. Neu gibt es dieses auch mit deckend weißer Oberfläche. Die beliebten Fischgrät-Böden der Produktlinie „Trendtime 3“ wurden um drei



Eiche trendet liegt nach wie vor im Trend: Laminat der Produktlinie „Trendtime 8“, Dekor „Eiche Loire beige“ in traditioneller Chevron-Optik (Bild oben) und Parkett „Eiche Pinot schwarz“, Landhausdiele der Produktlinie „Classic 3060“ (Bild unten) beide von Parador. Fotos: Parador GmbH



Parador feiert Produktneuheiten und setzt auf ein starkes Markenprofil

Fortsetzung von Seite 7

neue Farben erweitert. Zwei neue splintfreie Sortierungen („Living Plus“ und die rustikalere „Character“) beleben bei den Parkettoberflächen zudem das Erscheinungsbild.

Dass auch im Objektgeschäft ein Fokus auf Parkett liegt, erläuterte Luisa Rohlf, Produktmanagerin Parkett Commercial: Bereits ab einer Fläche von 300 m² fertige Parador hier individuelle Lösungen für Kunden. Eigens fürs Objektgeschäft entwickelt wurde „Esche Kir“, ein gebeizter, weiß-matt lackierter Boden mit harmonischem Verlegebild.

Bei den PVC- und weichmacherfreien Designböden des Modular-One-Sortiments kommen 33 neue Dekore hinzu mit synchroner Oberflächenstruktur bei allen neuen Holzdesigns sowie als Highlight erstmals eine Fischgrät-Kollektion, die sechs der neuen Dekore aufgreifen. Die widerstandsfähigen Modular-One-Böden zeigen eine hohe Wasserbeständigkeit von bis zu 100 Stunden. Technische Upgrades im bestehenden Sortiment runden die Neuerungen ab.

54 neue Vinyl-Dekore mit synchronen Strukturen, eine neue Produktlinie im modernen Fischgrät-Format („Trendtime 3“), der sich mit Nutzungsklasse 33 sowohl in der SPC-Variante als auch als Vinyl zum Verkleben für den Objektbereich eignet, sind die großen Neuerungen im Vinylsortiment.

Drei Tage lang tauschten sich Gäste aus vielen Nationen bei den „Parador Perspectives“ über alle Sprachbarrieren hinweg zum Design und zur ästhetischen Gestaltung von Innenräumen aus. Dabei waren Bodenbeläge in Coesfeld optisch ein Erlebnis,



Gäste aus 40 Nationen informierten sich in Coesfeld zu Paradors Produkt-Innovationen. Foto: E.Knör

nis, haptisch begreifbar und auch im akustischen Vergleich die Unterschiede eindrucklich, sodass die Teilnehmer mit vielen Impressionen, Informationen und Perspektiven die Rückreise antreten konnten. Und auch Parador-Geschäftsführer Bradham zog ein positives Fazit: „Der enorme Zuspruch und die positive Resonanz unserer Handelspartner zeigen, dass Parador den richtigen Weg eingeschlagen hat.“

EPLF feiert 30-jähriges Jubiläum

Verband fungiert als Sprachrohr der Laminatbodenbranche

In diesem Jahr kann der Verband der Europäischen Laminatfußbodenhersteller sein 30-jähriges Bestehen feiern. 1994 von acht europäischen Produktionsunternehmen gegründet, ist die Organisation im Laufe der Jahre deutlich gewachsen: Derzeit gehören ihr 15 Produzenten, 25 Zulieferer sowie einige anerkannte Prüfinstitute an. Damit ist sie eigenen Angaben zufolge der größte Verband für Laminatböden der Welt und ein anerkanntes Sprachrohr der Laminatbodenbranche in Europa.

Das 30-jährige Bestehen des Verbands der Europäischen Laminatbodenhersteller (EPLF) markiere einen bedeutenden Meilenstein in der Geschichte der Laminatböden, wie der Verband im Mai mitteilte. Heute sei er das anerkannte Sprachrohr der Laminatbodenbranche in Europa, das den Verpflichtungen der Branche in Bezug auf Nachhaltigkeit, Innovationen und Qualität Rechnung trägt.

Drehzscheibe für Austausch

Die Mitglieder beliefern rund 55 % des weltweiten Laminatbodenmarkts und mehr als 80 % des europäischen Markts, so der EPLF. Derzeit gehören dem EPLF insgesamt 15 Laminatbodenhersteller aus acht europäischen Ländern an, 25 Zulieferunternehmen für die Laminatbodenbranche und anerkannte Prüfinstitute. Im Laufe seines Bestehens habe der EPLF die Laminatbodenbranche nicht nur bei ihrer Normierung,

Forschung und nachhaltigen Entwicklung unterstützt, sondern sei zu einer internationalen Drehscheibe für den Austausch von Ideen und Erfahrungen zwischen Produzenten und Zulieferern geworden. Zu den Gründungsmitgliedern gehörten Alspan (Frankreich), Hamberger (Deutschland), Kaindl (Österreich), Meister Leisten (jetzt Meisterwerke Schulte GmbH), Dekaply (Belgien), Unilin (Belgien), Vesterby (Dänemark) und Witex (jetzt Windmüller GmbH).

Anlässlich des 30-jährigen Bestehens benennt Max von Tippelskirch (Swiss Krono Group), Präsident des EPLF, Meilensteine der Verbandsarbeit: Einer sei zweifellos die Einführung der Norm DIN EN 13329 im Jahr 2000, der ersten europäischen Norm für Laminatböden. Diese klare Qualitätsmaßstäbe und Beanspruchungsklassen fest und stärkte damit das Vertrauen der Verbraucher in Laminatböden. Internationale Kooperationen wurden durch die erstmalige Teilnahme des EPLF an der Fachmesse für Bodenbeläge in Peking im Jahr 2001 gestärkt. 2005 beschloss der EPLF, auch Zulieferbetriebe in seinen Mitgliederkreis aufzunehmen, was die Weiterentwicklung von Technologien und Dekoren für Laminatböden widerspiegelte. 2007 erzielte der Verband mit 507 Mio. m² Laminatböden weltweit den höchsten Absatz in der Verbandsgeschichte.

Schwerpunkt Nachhaltigkeit

Der Einsatz für Nachhaltigkeit begann im Jahr 2009 mit der Veröffent-

lichung der ersten technischen Merkblätter und Umweltproduktdeklarationen. 2019 erfolgte der Umzug der Geschäftsführung nach Brüssel, um näher an den europäischen Institutionen und Organisationen zu sein, und den Einfluss in der EU zu stärken. 2020 formulierte der Verband seine Vision, Laminat als nachhaltigen Bodenbelag zu positionieren.

Es folgte eine neue Mission sowie der Claim „Made with Wood“, der die Verbindung zwischen Laminatprodukten, Holz und ihrer Recyclingfähigkeit unterstreicht.

In den vergangenen Jahren hat der EPLF sein Bemühen um Nachhaltigkeit noch einmal verstärkt und einen Schwerpunkt auf geringere Materialverluste bei der Produktion gelegt, etwa mit Technologien, die es ermöglichen, das geometrische Profil und Holzzuschneite zu optimieren, um dünnere Produkte mit einer Dicke von 7-10 mm gegenüber 9-14 mm zu produzieren. Dank eines patentierten Schnittverfahrens ist eine Produktbreite von rund 3% mehr als mit Standardmethoden erreichbar, was Materialeinsparungen von bis zu 4% ermöglichte.

Angeht es um ein nachhaltiges Produkt, das ein Nebenprodukt anderer Branchen sei und zur kaskadischen Holznutzung und zur Bindung von CO₂ beitrage, blicke man optimistisch in die Zukunft, so Tippelskirch, weshalb die Nachhaltigkeit, das Design und die Widerstandsfähigkeit der Produkte zunehmend positive Anerkennung erfahre. „Laminat hat sich als gut geeignete Lösung erwiesen, die eine umweltfreundliche, realistische und kostengünstige Auswahl bietet.“

Bodenheizung im Bestand nachrüsten

Auf der Plattform wirliebenbau.de können Bau-Profis, Architekten, Planer, Ingenieure und alle Interessierten kostenfrei Online-Seminare und Fortbildungen etwa zum Thema „Schnelles, ökologisches Nachrüsten von Fußbodenheizung im bewohnten Bestand“ sowie zu anderen Themen aus der Baubranche streamen. Das Online-Webinar zum Nachrüsten von Fußbodenheizung im bewohnten Bestand bieten die Firmen Herotec GmbH, Ahlen, und Unifloor, Mönchengladbach, gemeinsam auf der Plattform. Wie schnell und ökologisch Fußbodenheizungen im bewohnten Bestand nachgerüstet werden können, thematisieren die Referenten Arnd Richarz, Produktmanager bei Herotec, und Rüdiger Dicke, Verkaufsleiter für Deutschland und die Schweiz bei Unifloor, in einer Live-Performance. Anhand eines Referenzobjektes zeigen die beiden Industriepartner, wie die „Energiewende leise im Bestand“ funktionieren kann. Neben allgemeinen Grundlagen werden auch die fachlichen Schwerpunkte wie Aufbauhöhen, Sicherheit, Brandschutz, Trittschall und Nachhaltigkeit thematisiert. Die Veranstaltungen sind kostenfrei, online und akkreditierbar. Für das 90-minütige Event am 30. September um 14 Uhr kann man sich ab sofort auf der Webseite wirliebenbau.de anmelden.

Parkett häufig schwimmend verlegt

In Österreich brach die Nachfrage nach Bodenbelägen und Parkett im vergangenen Jahr deutlich ein, was auch die Hersteller für Verklebetechnik vor große Herausforderungen stellte. Wie aus einer aktuellen Marktstudie des Marktforschungsinstituts Branchenradar.com Marktanalyse GmbH hervorgeht, sind die Herstellererlöse der Bodenbelags- und Parkettkleber 2023 um 15,3 % gegenüber dem Vorjahr auf 22,8 Mio. Euro gesunken.

Damit verringerte sich der Umsatz im Jahresabstand um rund mehr als 4,1 Mio. Euro. Alleine rund 3 Mio. Euro davon entfielen auf Kleber für Parkett und Holzböden, was einem Rückgang von knapp 19 % gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Verantwortlich dafür sei jedoch nicht alleine die geringere Nachfrage nach Parkett und Laminat in Österreich, so Studienautor Dominique Otto. „Es wurden auch deutlich weniger Bodenbeläge verklebt, nicht zuletzt, weil der Markt zu Dreischichtparkett tendierte.“

Der Umsatz mit Klebern für elastische und textile Bodenbeläge sank zwar ebenso signifikant, im Schnitt um 10,2 % gegenüber dem Vorjahr. Aufgrund der vergleichsweise geringeren Marktbedeutung mussten die Hersteller in diesen Produktgruppen jedoch nur Einbußen von in Summe 1,1 Mio. Euro hinnehmen.

Himacs-Projekt von Becher ausgezeichnet

Der Wiesbadener Holzgroßhändler Becher erhielt kürzlich die Auszeichnung „Best Project Excellence“ für eine Designtheke im Düsseldorfer Szene-Lokal The Paradise Now, bei der das Solid-Surface-Material Himacs verwendet wurde. Verliehen wurde die Auszeichnung durch LX Hausys, Mutterunternehmen von Himacs, beim Himacs Strategic Partners Meetings 2024 im kroatischen Dubrovnik. „Dieser Preis ist eine große Wertschätzung für unser Team von InoArt by Becher und für unseren Schreinerkunden Heller, der das anspruchsvolle Projekt umsetzte. Mit unserer Expertise standen wir in der Projektphase beratend zur Seite, unter anderem durch Verarbeiterschulungen“, sagt David Wolf, Leiter InoArt bei Becher und Becher Akademie.

Himacs kann thermisch in jede beliebige Form gebracht werden, ist fast so robust wie Stein, könne aber ähnlich verarbeitet werden wie Holz, wie Becher mitteilt. Die Anwendungsgebiete sind demnach im Interieur-Bereich vielfältig – für Räume für das Gastgewerbe, Einzelhandelsgeschäfte und Gewerbebetriebe. Für 2024 wurde die Farpalette erweitert. Ein Highlight sei die Trendfarbe „Pink Leia“ in der „Solids“-Kollektion. Weitere Farbtöne wurden entwickelt für die „Aurora“- , „Marmor“- , „Gravilla“- und die „Solids“-Kollektion sowie für die „Intense-Ultra“-Serie.

Baywa baut regionale Marktpräsenz aus

Baywa investiert in Baustoffhandel Schwabmünchen

Neue Büros, neue Lagerhalle, neue überdachte Verladezone: Mehr als 7 Mio. Euro investiert die Baywa AG in den Neubau ihres Baustoffhandels in Schwabmünchen. Im Juni geht es los, kaum ein Stein bleibt auf dem anderen. Die Fertigstellung ist für Ende 2025 geplant.

Der Baustoffhandel der Baywa AG in Schwabmünchen (Landkreis Augsburg) ist schon heute Anlaufstelle für das Bauhandwerk in der Region. Als Vollsortimenter aufgestellt, deckt die Niederlassung den gesamten Bedarf der Gewerke in den Bereichen Hoch- und Tiefbau, Dach und Fassade sowie Garten- und Landschaftsbau ab.

Das Wachstum der vergangenen Jahre hat dazu geführt, dass die Kapazitäten am Standort an ihre Grenzen gestoßen sind. Um den Baustoffhandel zukunftsfest aufzustellen, weiteres Wachstum zu ermöglichen und attraktivere Arbeitsplätze für die Mitarbeiter zu schaffen, investiert die Baywa AG mehr als 7 Mio. Euro in Schwabmünchen.

Die Investition sei ein klares Bekenntnis zur Region, zu den Mitarbeitern vor Ort und zu den Kunden, sagt Steffen Mechter, Leiter Geschäftsbereich Bau der BayWa AG. Das im Eigentum der Baywa stehende Grundstück an der Landsberger

Straße (rund 23 000 m²) werde in den kommenden Monaten bei laufendem Betrieb schrittweise umgebaut. Bis auf die Lagerhalle werden alle Bestandsgebäude abgerissen. Gegenüber der Lagerhalle entsteht eine zweite Lagerhalle. Beide Hallen (zusammen rund 2 600 m²) werden in Zukunft durch eine überdachte Verladezone miteinander verbunden sein. Das neue Bürogebäude erhält einen großzügigen Fachmarkt für Handwerker und Privatkunden unter anderem mit Artikeln für Bau, Sanierung und Renovierung. In den Ausstellungsbereichen werden Fenster und Türen sowie Terrassenplatten, Natursteine und weitere Baustoffe für den Garten- und Landschaftsbau präsentiert.

„Kaum ein Stein bleibt auf dem anderen“, sagt Jochen Schneider, Leiter Standortentwicklung Baywa Bau, mit Blick auf die anstehenden Maßnahmen. „Neben der Lagerhaltung optimieren wir auch die Verkehrsführung am Standort. In Sachen Warenverfügbarkeit, Service und Kundenorientierung machen wir einen weiteren Schritt nach vorne. Wachstumspotenzial sehen wir vor allem in den Zielgruppen Hochbau, Dach sowie Garten- und Landschaftsbau. Darüber hinaus werden wir unsere Spezialisierung im Bereich Bauelemente in Schwabmünchen weiter vorantreiben.“

Florale Designs geben den Ton an

Für die neue „Flooring Collection 2024“ von Kaindl war die Natur Vorbild

Mit hoher Feuchteresistenz, innovativen Oberflächen und trendigen Designs stellt Kaindl, Hersteller von Holzwerkstoffen, Laminat- und Holzfußböden im österreichischen Wals-Siezenheim, die „Flooring Collection 2024“ vor. Ihre Strukturen, Formen und Farben sind das Gesicht der nachhaltigen Bodengeneration mit neuen „Floororganic“-Dekoren.

Die neue Kollektion des österreichischen Familienunternehmens Kaindl Flooring OG, das seinen Sitz Wals-Siezenheim hat, verbindet trendige Dekorkonzepte mit moderner Technologie. Neu ist das Dekor „Eiche Cremona“ aus der „Floororganic Natural Touch“-Produktlinie. Es weist eine auf das Design abgestimmte synchrone „Natural Touch“-Oberfläche auf und ist in drei Farbstellungen erhältlich, wie das Unternehmen angibt.



Warme Naturtöne zeigt die „Finest Selection Eiche Nobile Sepia“.

Alle Produkte aus der „Floororganic“-Produktlinie sind mit der feuchteresistenten „Aquapro“-Technologie ausgestattet. Dabei verfügt die anthrazitfarbene feuchteresistente „Aquapro“-HDF-Trägerplatte über ein selbstschließendes Nut-Feder-Profil mit einer feuchtigkeitsabweisenden, versiegelten Fuge.

Darüber hinaus punktet das Konzept mit der integrierten „Eco“-Unterlagsmatte aus recyceltem Papier und dunkelgrauem Look. Sie sorgt für niedrige Gehschallwerte und eine schnelle Verlegung. Abgerundet wird das „Floororganic“-Produktsortiment durch zusätzliche Holzdekore in matter Holzstruktur und Designs in Hochglanzoptik.

Werkstoff echtes Holz

Wärme und Behaglichkeit vermittelt die neue „Finest Selection“, denn das Echtholz erstrahlt hier in warmen Naturtönen, und die satte Tiefe der matten Oberfläche sorgt für eine einladend helle Atmosphäre.

Auch bei dieser Produktlinie sorgt die „Aquapro“-Technologie nach Herstellerangaben für Sicherheit bei Feuchtigkeit, und durch die Verarbeitung von Furnieren als ressourcenschonende Alternative zu Massivholzböden



Herringbone in natürlicher Eleganz: „Eiche Edinburgh“.

Fotos: Kaindl

leistet der „Veneer Parquet“ einen Beitrag zur Schonung der Ressource Holz.

Natur als Vorbild

Die „Natural Touch“-Oberfläche komme der Natur sehr nahe, so der Hersteller. Dabei mache der Detailreichtum die „Aquapro Natural Touch“-Dekore der „Floororganic, Select & Supreme“-Produktlinie zum Blickfang.

Auch das Dekor „Eiche Milano“ in Mosaikoptik wurde um eine elegante Variante ohne Risse in zwei neuen Farbstellungen erweitert. Das eingesetzte Breitdielenformat ermöglicht eine rasche Verlegung und verleiht dem Boden ein dynamisches Gesamt-

bild. Mit im Bunde sind fünf Designs der „Strato Tile“-Linie in Metall- und Betonoptik. Das tief strukturierte Porrenbild und kontrastreiche Glanzgrade lassen sie dem natürlichen Vorbild nahe kommen.

Eine weitere Neuerung präsentiert Kaindl im Bereich der Herringbone-Designs mit schönen Dekoren und authentischen Synchronoberflächen. Sie verleihen jedem Raum ein luxuriöses Flair und strahlen Wohnlichkeit aus. Besonders hervorzuheben ist nach Angaben des Herstellers auch hier die einfache Verlegung, da die Dielen in jede Richtung verlegt werden können.

Hersteller: Kaindl GmbH,
5071 Wals/Salzburg (Österreich)

Bjelin gewinnt „Neo-Con 2024 Award“

Bjelin mit Sitz im schwedischen Välinge wurde für seinen Bodenbelag „Woodura“ aus gehärtetem Holz, in Chicago mit dem „Best of Neo-Con 2024 Award“ ausgezeichnet. Bjelin ist Teil der Pervanovo Invest AB Group und fertigt eine breite Produktpalette sowohl traditioneller Holzböden als auch innovativer Böden aus neuen Materialien. Die Entwicklung erfolgt in Zusammenarbeit mit der Schwesterfirma Välinge. Die „Woodura“-Holzböden zeichnen sich gemäß Hersteller durch ein modernes skandinavisches Design aus und basieren auf der Kombination innovativer Technologien: der „Woodura“-Oberflächentechnologie, dem Välinge „Composite Core“ für Feuchtigkeitsbeständigkeit und dem auslaufsicheren „5G Dry“-Bodenverriegelungssystem. Das Ergebnis ist nach Herstellerangaben ein ausgehärtetes Holz, das um ein Vielfaches fester ist als normale Holzböden, während Aussehen und die Griffigkeit erhalten blieben. Gehärtetes Holz, das mit der „Woodura“-Technologie hergestellt wird, ist von der Gruppe Välinge Innovation AB patentiert. Es handele sich um einen robusten, wasserfesten Bodenbelag, der viele Jahre überdauern könne und einfach zu installieren sei. Das Holz für die Böden stamme aus FSC-zertifizierten europäischen Wäldern. Die „Woodura“-Holzböden sind in einer Vielzahl von Größen, von S bis XXL, und in verschiedenen skandinavischen Farben erhältlich. Der robuste Bodenbelag eigne sich sowohl für Wohn- als auch für stark frequentierte Gewerbebereiche.

Layer setzt auf erneuerbare Energien

Layer-Großhandel, ein Familienunternehmen mit Sitz in Tettmang am Bodensee, hat die Photovoltaik-Anlage auf den Dächern seiner Lager- und Geschäftsgebäude in Betrieb genommen. Die Anlage, bestehend aus 512 Modulen mit einer Leistung von jeweils 415 Wp, erreicht eine Gesamtleistung von 212,48 kWp. Auf einer reinen Generatorfläche von circa 1000 m² erwartet das Unternehmen einen Jahresertrag von 245 000 kWh, was ungefähr dem Verbrauch von 60 durchschnittlichen Haushalten entspricht. Umgesetzt wurde das Projekt in Zusammenarbeit mit der Dehm GmbH aus Friedrichshafen.

„Die Integration erneuerbarer Energien in unsere Betriebsstrukturen zählt sich aus, besonders in der Energiekrise. Sie macht uns unabhängiger von Marktpreisschwankungen und potenziellen Engpässen“, erklärt Patrick Layer, Geschäftsführer von Layer-Großhandel. „Doch unser Engagement in dieser Richtung geht über ökonomische Vorteile hinaus. Unser Ziel ist es, kontinuierlich nachhaltiger zu werden.“ Die Umsetzung dieses Projekts verdeutlicht das Bestreben des Betriebs, ressourcenschonende Lösungen zu implementieren. Die Investition in Solarenergie steht im Einklang mit der Philosophie von Layer-Großhandel, nachhaltiges Wirtschaften mit praktischem Unternehmertum zu verbinden.

Mit einem stark hydrophobierenden Effekt bietet die neue lösemittelfreie Beschichtung „Hydrostop H₂O Lignopro“ laut Hersteller Mocopinus für seine Fassadenprofile eine hohe Schutzwirkung. Durch eine spezielle Kombination von in Wasser emulgierten natürlichen Ölen wird eine hohe Sättigung der Holzzellen erreicht. Dadurch sei die Fassade für lange Zeit stark wasserabweisend.

Das Industriehobelwerk Mocopinus, Produzent hochwertiger Fassaden, Terrassendielen und Profildreher, fertigt die Produktreihe von „Hydrostop H₂O Lignopro“ auf Wunsch auch mit modifizierter Nordischer Fichte.

Dazu setzt der Hersteller ein Fertigungsverfahren ein, welches die Dauerhaftigkeit deutlich steigert und wodurch das Holz nach eigener Angabe die Dauerhaftigkeitsklasse 3 erreicht. In das Holz wird Salz per Kesseldruckverfahren eingebracht und somit in seiner Zellstruktur modifiziert. Das macht die modifizierte Nordische Fichte witterungsbeständiger und langlebiger als die naturbelassene Fichte und damit zu einem Substitutionsprodukt für die Sibirische Lärche. Zudem sind die Oberflächen gegen Schimmel- und Pilzbefall besser geschützt.

Keine Nachbehandlung der Fassaden nötig

Mocopinus schützt Holz mit stark hydrophobierendem Holzöl auf Wasserbasis

„Hydrostop H₂O Lignopro“ ist tief in der Holzfaser verankert und somit entstehen keine Auswaschungen an der Fassade. Das Quellen und Schwinden des Holzes reduziere sich auf ein Minimum.

Risse und Verwerfungen würden im Vergleich zu herkömmlichen Lasuren weitgehend unterbunden, so der Hersteller. Zudem bestehe keine Gefahr des Abblätterns. Darüber hinaus seien die Oberflächen der Profile schmutzabweisend und es bilden sich keine Wasserränder.

Da das Saugverhalten jeder Fassadenleiste unterschiedlich ist, wirke die Optik sehr natürlich. Die werkseitig zweifach mit „Hydrostop H₂O Lignopro“ beschichtete Oberfläche geht mit den Jahren in eine natürliche Patina über und erfordert somit keine Nachbehandlung. Die verschiedenen Bewitterungszonen bilden dazu gleichmäßige Übergänge und somit entsteht ein einheitliches Fassadenbild.

Es werden in „Natural Silver“ und „Natural Grey“ jeweils acht Farbtöne angeboten. Auf Wunsch sind weitere Farbtöne möglich. Ob feingesägt, microgeriffelt oder strukturiert, die Innovation ist in nahezu allen Profilverarianten erhältlich.

Hersteller:
Mocopinus GmbH & Co. KG,
89079 Ulm



Der stark hydrophobierende Effekt sorgt für eine hohe Schutzwirkung bei den Fassadenprofilen. Bilder: Mocopinus

Holzfußboden geht auch farbig

Farbige Öle auf pflanzlicher Basis setzen bei Holzböden Akzente

Als Fußboden aus dem nachwachsenden Rohstoff Holz besitzt Parkett durch die natürliche Holzstruktur einen eigenen Charakter. Diese Struktur lässt sich durch gezielte Farbgebung weiter gestalten und aufwerten.

Parkett soll gut gepflegt und behandelt werden, damit es den täglichen Beanspruchungen standhält. Deshalb empfiehlt es sich, die Deckschicht mit Öl oder Lack zu behandeln – ganz gleich, ob es neu verlegt oder nach längerer Nutzung aufgefrischt wird, wie der Verband der Parkettindustrie (VDP) empfiehlt.

Häufig kommen hier farblose oder transparente, matte Lacke oder Öle zum Einsatz, so dass die Deckschicht, nahezu wie unbehandelt aussieht. Doch die Möglichkeiten, den Boden mit einer Behandlung neu zur Geltung zu bringen, sind weitaus größer: Mit farbigen Ölen auf pflanzlicher Basis lassen sich Akzente setzen, welche die Natürlichkeit des Holzes mit besonderen Design-Effekten kombinieren. Ähnliches gilt für Lacke.

Die Tönung des Bodens sei neben der Wandfarbe entscheidend für die Wirkung von Räumen, erklärt der VDP-Vorsitzende Michael Schmid. „Weiß transparente Farbtöne fürs Parkett lehnen sich an skandinavische Stile an, sind zurückhaltend und öffnen den Raum.“ Braune Töne wie Nussbaum, Cognac oder ein trendiges Grau seien hingegen dominanter,



Landhausdielen behandelt mit Öl-Beize in den Farbtönen Silbergrau und Weiß in der Duo-Ton-Technik. Auf einer strukturierten Oberfläche werden zwei Farbtöne kombiniert. Foto: Osmo

der Fußboden rückt dann eher in den Vordergrund, könne aber ebenso einen heimeligen Wohlfühleffekt entfalten.

Einen besonderen Farb-Trend beobachten die Experten laut VDP in London: Dort werden intensiv schwarz gefärbte Parkettböden immer beliebter: „Das ist ein starkes Design-Statement, sei es in Gewerbeimmobilien oder in den eigenen vier Wänden“, so Schmid.

Farblich aufgewertetes Parkett lässt sich unabhängig vom Verlegemuster des Bodens realisieren. Unterschiede gibt es aber bei den Holzarten: Besonders gut für eine Farbbehandlung eig-

net sich die in deutschen Parkett-Sortimenten weit verbreitete Eiche. „Aufgrund ihrer Porenstruktur und -tiefe ist Eiche ein sehr dankbares Holz, das die Farbpigmente bestens aufnimmt“, erläutert Schmid. Besonders aufnahmefähig für Farbe ist Parkett auch, wenn es durch Bürsten vom Hersteller aufgeraut wurde.

Im Umkehrschluss heißt das: Entscheidet man sich für dunkle Töne ist die Umwandlung in einen helleren Boden meist mit großem Aufwand verbunden. Denn die Farb-Pigmente graben sich in die Holz-Poren ein und die abzuschleifende Schicht sei entsprechend dicker.

Eurobaustoff mit leichtem Rückgang beim Einkaufsvolumen

Kooperation will Thema energetische Sanierung weiter forcieren

Die Fachhandelskooperation Eurobaustoff traf sich von 13. bis 15. Juni zu ihrer Gesellschafterversammlung in Wien und zog eine Zwischenbilanz für 2024. Demnach verzeichnet die Kooperation zum 31. Mai für die ersten fünf Monate 2024 beim zentralen Einkaufsvolumen einen leichten Rückgang im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Auch die Prognose für den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres ist zurückhaltend, wie die Kooperation am 15. Juni mitteilte.

Erneut musste die Eurobaustoff in den ersten fünf Monaten des Geschäftsjahres einen Rückgang des Einkaufsvolumens im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verbuchen. Bereits im vergangenen Geschäftsjahr musste mit einem Einkaufsvolumen von 7,687 Mrd. Euro ein Rückgang hingenommen werden – nach dem Rekordjahr 2022 und der nachfolgend einsetzenden Baubremse, erläutert Finanzgeschäftsführer Jörg Hoffmann.

In diesem Zusammenhang verweist die Kooperation auf ein Gutachten des Instituts für Wirtschaft (IW) für den Hauptverband der deutschen Bauindustrie die besagt, dass im gesamten ersten Quartal 2024 22,2 % weniger Wohnungen genehmigt wurden als im Vorjahresquartal. Deutschland steuere auf einen Rekord-Wohnungsmangel mit rund 800 000 fehlenden Wohnungen zu, so die Kooperation und moniert weiter:

Von politischer Seite fehle nach wie vor eine geeignete Wohnungsbaupolitik mit verlässlichen Strukturen, die der Bauwirtschaft helfe, die Baukrise zu überwinden und bezahlbaren Wohnraum zu schaffen. Die herausfordernde Marktsituation zeige sich in unterschiedlicher Ausprägung in den einzelnen Warenbereichen, sagt Hartmut Möller, Geschäftsführer Gesellschaftsbetreuung, Einkauf und für die Landesgesellschaften Österreich und Schweiz.

So seien etwa im Einzelhandel die schmalen Budgets der Endverbraucher spürbar und daher in Summe keine außergewöhnlichen Impulse für dieses Jahr zu erwarten.

Verschiebung vom Neubau zur Sanierung

„Die derzeit komplexen Herausforderungen in der Bauwirtschaft beschäftigen uns auch in Österreich und der Schweiz. So wurde in Österreich mit einem Minus von 27 % bei den baubewilligten Wohneinheiten in 2023 ein neuer Negativrekord festgestellt. In der Schweiz ist der Baumarkt zwar noch relativ stabil, aber angesichts der Zinssituation und des zunehmenden Fachkräftemangels nimmt auch hier die Verunsicherung zu“, führt Möller aus.

Aufgrund der aktuellen Marktlage rechnet die Geschäftsführung allerdings mit weiteren Verschiebungen vom klassischen Neubaugeschäft hin zu Nachverdichtung, Sanierung und Renovierung. „Dabei ist das Sanie-

rungsvolumen in Deutschland, Österreich und der Schweiz grundsätzlich deutlich größer als das Neubau-Segment“, so Möller.

Energetische Sanierung forcieren

Daher plant die Eurobaustoff, das 2023 gestartete Vertriebskonzept „Koordinator Energetische Sanierung (KES)“ weiter zu forcieren. Knapp 300 Mitarbeiter aus den Gesellschafterhäusern seien darüber bereits zu „Koordinatoren Energetische Sanierung“ geschult worden mit dem Ziel, den Kunden im Schulterchluss mit den Fachunternehmen im Handwerk auf dem Weg zur staatlichen Förderung zu unterstützen und den Sanierungsmarkt voranzutreiben.

Die Prognosen der Geschäftsführung für den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres sind aufgrund der anhaltenden Belastungen für die Bauwirtschaft zurückhaltend und man erwartet 2024 noch keine Dynamisierung des Geschäfts. Dabei sieht sich die Kooperation mit der Gemeinschaft von 446 Gesellschaftern, 1716 Standorten (Stand 06/24) und ihrer Kompetenz für die Bewältigung der Aufgaben in einem anspruchsvollen Markt gut aufgestellt.

Zudem sollte auf der Gesellschafterversammlung der 20. Geburtstag der Eurobaustoff als Erfolgsmodell für den mittelständischen Baufachhandel sowie das fünfjährige Bestehen der Landesgesellschaften Österreich und Schweiz gefeiert werden.

Baywa-Aktionäre unterstützen neuen Kurs

Baywa verzeichnet 2023 Konzernjahresfehlbetrag

Die Baywa AG hat im Geschäftsjahr 2023 mit einem operativen Ergebnis unter der Jahresprognose abgeschlossen. Bei der ordentlichen Hauptversammlung der Gruppe am 11. Juni in München wurden alle Beschlussvorschläge angenommen, darunter dass für 2023 keine Dividende ausgeschüttet wird und auch die „Strategie 2030“, welche die Gruppe wieder profitabel machen soll.

Die Aktionäre unterstützen bei der Hauptversammlung der Baywa den von Vorstand und Aufsichtsrat eingeschlagenen Transformationskurs, der die Gruppe rasch wieder profitabel und zukunftsfest machen soll, wie die Baywa am 11. Juni mitteilte. Alle Beschlussvorschläge seien angenommen worden, darunter der Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat, für das Geschäftsjahr 2023 keine Dividende auszuschütten.

„Es hätte keinen Sinn gemacht, eine Ausschüttung aus der Substanz des Unternehmens zu bestreiten. Ich kann Ihnen aber versichern: Wir arbeiten an einer Dividendenstrategie und tun alles dafür, Ihnen nicht noch einmal solch eine Botschaft überbringen zu müssen“, sagte Baywa-CEO Marcus Pöllinger vor 1200 Gästen während seiner Rede im International Congress Center Messe München.

Operatives Ergebnis für 2023 unter der Jahresprognose

Das Geschäftsjahr 2023 hatte die Baywa AG mit einem operativen Ergebnis von 304,0 Mio. Euro knapp unter der Jahresprognose abgeschlossen, wie die Baywa berichtete. Der ra-

sante Zinsanstieg und die im Vorjahresvergleich überproportional angelegene Steuerquote belasteten das Ergebnis über alle Geschäftsbereiche hinweg. Nach Zinsen und Steuern ergab sich ein Konzernjahresfehlbetrag von 93,4 Mio. Euro.

„Mit den Zahlen des vergangenen Jahres können weder wir als Unternehmen noch Sie als Anteilseigner zufrieden sein“, sagte Pöllinger und führte aus, man werde die Baywa-Gruppe neu denken, ohne mit den Werten und Traditionen zu brechen. Er zeigte sich zuversichtlich, dass das Ergebnis in diesem Jahr besser ausfallen werde.

„Strategie 2030“ umsetzen und profitabel werden

Der Baywa-CEO nutzte die Hauptversammlung auch, um den Aktionären die Eckpunkte seiner „Strategie 2030“ zu erläutern: „Wir steuern unser Portfolio aktiv und definieren Wachstums-, Optimierung- und Desinvestitionsfelder. Das bedeutet konkret: Wir investieren in Zukunftsbereiche. Wir optimieren unser Kerngeschäft. Wir trennen uns von Beteiligungen und stärken damit unsere Eigenkapitalquote.“ Wachstumsfelder der Baywa seien der internationale Getreide- und Spezialitätenhandel und die erneuerbaren Energien.

In anderen Bereichen wie Bau oder Agrar und Technik liefern bereits seit 2023 effizienzsteigernde Maßnahmen, die sich im Konzernergebnis des laufenden Geschäftsjahres positiv niederschlagen würden. Zu den Desinvestitionsfeldern gehört unter anderem der Handel mit Solarmodulen.

Toom kooperiert mit Social-Commerce-Start-up

First-Party-Daten ermöglichen Social Media-Ansprache

Seit April unterstützt die Baumarktkette Toom ihre Markenpartner mithilfe von First-Party-Daten aus dem Toom-Onlineshop bei einer kundenzentrierten Kommunikation. Dafür kooperiert die Baumarktkette mit der Hamburger Vermarktungsagentur cmmrcl.ly.

Eine gezielte Kundenansprache und passgenaues Targeting sind im Social-Media-Marketing unverzichtbar. Das stellt Marken ohne eigenen Point of Sale vor eine Herausforderung, der Toom nun in Zusammenarbeit mit dem Vermarkter cmmrcl.ly begegnet, wie Toom berichtet. Seit April unterstützt die Baumarktkette ihre Markenpartner mithilfe von First-Party-Daten aus dem Toom-Onlineshop bei einer kundenzentrierteren Kommunikation.

Gezielte Kundenansprache

Der Toom-Onlineshop ermöglicht es der Baumarktkette, direkte Rückschlüsse auf das Konsumverhalten und die Vorlieben ihrer Kunden zu ziehen. Diese First-Party-Daten nutzt das Unternehmen nun in Zusammenarbeit mit der Hamburger Ver-

marktungsagentur, um Markenpartner bei der gezielten Kundenansprache zu unterstützen. Ohne eigenen Point of Sale fehlten diesen entscheidende Einblicke in die Bedürfnisse der relevanten Zielgruppen, wie Toom ausführt. Gemeinsam setze man auf einen Data-Sharing-Ansatz: Basierend auf First-Party-Daten aus dem Onlineshop könnten die Besucher gezielt durch die Markenpartner auf Facebook, Instagram und Co. angesprochen werden, erläutert Sara Prangenberg, Online-Marketing-Managerin. Im Sinne des Datenschutzes werden dabei nur Gesamtsegmente mit mehreren tausend Nutzern ausgewertet und keine Individualdaten erhoben und analysiert.

Erste Kampagne live

Toom-Markenpartner könnten so zukünftig Kunden mit echtem Interesse an ihrer Marke und direkter Kaufabsicht erreichen. Anfang April ging bereits die erste zielgruppengenaue eingebuchte Kampagne live. „Wir sind gespannt auf viele weitere Markenpartner und freuen uns auf eine spannende Zusammenarbeit“, so Elisabeth Jansen, Head of Digital Marketing.

FEP: Parkettproduktion in Europa geht um 30% zurück

Für 2024 Stabilität auf niedrigem Niveau erwartet

Parkettproduktion und -verbrauch in Europa sind nach Erhebungen des Verbands der Europäischen Parkettindustrie (FEP) 2023 deutlich eingebrochen. Auch für 2024 sieht der FEP die Branche in einem schwierigen Umfeld, wobei sich Parkettproduktion und -verbrauch gemäß FEP auf niedrigem Niveau stabilisieren werden.

Die europäische Parkettproduktion ist 2023 zum zweiten Mal in Folge zurückgegangen, und zwar um 29,5 % gegenüber dem Vorjahr (2022 um -5 % gegenüber 2021). Damit lag die Produktion 2023 auf einem Niveau wie zuletzt im Jahr 1999. Die Zahlen veröffentlichte der FEP bei seiner Generalversammlung am 13. und 14. Juni in Wien. Die Produktion im FEP-Gebiet sank 2023 gegenüber dem Vorjahr um 30,5 % auf 54,4 Mio. m², der Verbrauch sank hier ebenfalls um 30,5 % gegenüber 2022 auf knapp 61,9 Mio. m².

Für dieses Jahr erwartet der Ver-

band beim Parkettverbrauch in Europa Stabilität auf niedrigem Niveau. Es scheint, man habe eine Talsohle erreicht, so der FEP. „Der Lagerabbau ist beendet, und wir beobachten daher nicht mehr Spekulation, sondern realen Konsum.“ Allerdings sei die Situation mit hohen Zinsen, gedämpfter Bautätigkeit und einem möglicherweise unlauteren Wettbewerb von außerhalb der EU weiterhin schwierig.

Eiche dominiert Oberflächen

Mehrschichtparkett blieb mit 84 % an erster Stelle, gefolgt von Massivparkett mit 14 % und Mosaikparkett mit 2 %. Beim Parkettverbrauch pro Land stand Deutschland im FEP-Gebiet trotz eines rückläufigen Anteils mit 17,44 % nach wie vor an erster Stelle, gefolgt von Italien mit 13,35 %, Schweden mit 11,06 % und Frankreich mit 10,44 %. Der Parkettverbrauch pro Kopf ging bezogen auf das gesamte FEP-Gebiet von 0,20 m² in 2022 auf 0,14 m² in 2023 zurück,

wobei folgende Länder hier das Ranking anführen: Schweden (0,65 m²), Österreich (0,578 m²) und die Schweiz (0,58 m²). Bei den Holzarten für die Parkettoberfläche dominierte im Vorjahr weiterhin die Eiche, deren Anteil leicht angestiegen ist auf 83,0 % (2022: 82,1 %), mit weitem Abstand vor der Esche (4,5 %) und der Buche (2,7 %).

FEP begrüßt Antidumping-Untersuchung

Der FEP begrüßt die Entscheidung der Europäischen Kommission, eine Antidumping-Untersuchung zu den Einfuhren von Mehrschichtparkett aus China einzuleiten. Dies sei ein notwendiger Schritt, um die Wettbewerbsbedingungen auf dem EU-Markt angesichts ungerechtfertigter niedriger Preise bei chinesischen Parketteinfuhren zu regulieren. Denn diese Preise deuteten auf Überkapazitäten und strukturelle Verzerrungen auf dem chinesischen Markt hin, so der FEP.



Freuen sich über die Auszeichnung mit dem German Brand Award: Björn Schneider (Geschäftsführer Credia Communications), Sylvia Nyc (Art Director Credia Communications), Kira Wehnert (Projektmanagerin Eigenmarke Holzland) und Frederik Winkel (Bereichsleiter Marketing Holzland). Foto: Grand Visions

Holzland-Marke „HQ“ erhält German Brand Award

Markenrelaunch überzeugt im Wettbewerb

Holzland, die Kooperation für den mittelständischen Holzhandel, hat mit dem Relaunch der Eigenmarke „HQ“ zwei Treffer beim German Brand Award gelandet und wurde am 13. Juni als Gewinner im Bereich „Brand Design und Product Design“ geehrt sowie als „Brand Revival of the Year“.

Mit dem German Brand Award, der am 13. Juni in Berlin verliehen wurde, würdigte die Preis-Jury den Relaunch der Holzland-Eigenmarke „HQ“, die bereits seit mehr als 25 Jahren erfolgreich im Markt etabliert ist.

Mit einem ganzen Bündel an Maßnahmen für eine neue Corporate Identity ihrer Eigenmarke „HQ“ – samt neuem Logo, Slogan, Internetauftritt und emotionaler Bildsprache – sei es der Kooperation in Zusammenarbeit mit der Agentur Credia Communications gelungen, ihre Eigenmarke „HQ“ zu stärken und am Markt zu positionieren. Genau das wurde von der Fachjury geschätzt, teilt Holzland dazu mit.

Das Akronym „HQ“ stehe dabei für Holzland-Qualität und greife auf mehr als 25 Jahre Expertise in der Holzbranche zurück. Die Eigenmarke bietet zudem einen vollumfänglichen Sortimentsbereich bestehend aus Böden, Türen, Wänden, Terrassen und

Zäunen sowie entsprechendem Zubehör.

„HQ zeichnet sich durch die ‚Best of Industries‘-Qualität aus, die in einem hervorragenden Preis-Leistungsverhältnis steht und aktuelle Markttrends analysiert und verarbeitet“, so Frederik Winkel, Bereichsleiter Marketing bei Holzland. „Unser Ziel war es, die Marke ‚HQ‘ sowohl in den B2B- als auch B2C-Märkten noch präziser zu definieren, um neue Geschäftsfelder zu erschließen und die Marke sichtbarer zu machen.“ Die Auszeichnungen zeigten, dass die Kooperation ihre Eigenmarke richtungsweisend in die Zukunft führt, freut man sich bei Holzland.

Der German Brand Award ist ein Branchenpreis für Markenführung, der seit 2016 von der privatwirtschaftlich getragenen Stiftung „Rat für Formgebung“ jährlich vergeben wird. 2024 konnte der Wettbewerb mit mehr als 1300 Anmeldungen aus 19 Ländern eine große internationale Resonanz erzielen. Bewertungskriterien der Jury sind Eigenständigkeit, Markentypik, Prägnanz, Differenzierung und Zielgruppenrelevanz.

Die Markenführung sollte Nachhaltigkeit, Innovation, Kontinuität und Zukunftsfähigkeit berücksichtigen. Auch Gestaltungsqualität, Markenerlebnis-Homogenität und ökonomischer Erfolg sind wichtige Aspekte.

Hagebau weitet die Markenstrategie aus

Nachdem die Kooperation Hagebau ihre neue Dachmarke etabliert hat, passen sich nun auch die Spezialisierungssysteme im Fachhandel mit neuen Logos der Markenstrategie an. „Alle neuen Logos unserer Spezialisierungssysteme folgen dem neuen Corporate Design der Dachmarke. Wir treten dadurch nun noch einheitlicher auf – über die Form, Farbe und Typografie wird stets die Zusammengehörigkeit mit der Hagebau verdeutlicht“, sagt Andreas Wiemers, Bereichsleiter Vertrieb Fachhandel bei Hagebau.

Seit Juni 2022 setzt die Hagebau ihre Dachmarkenstrategie um. Dazu gehört, dass auch der Fachhandel mit der Marke „Hagebau Profi“ ein eigenes Dach hat: Jeder der angeschlossenen Baustoff-, Holz-, und Fliesen-

händler kann die Marke freiwillig nutzen. Die Ausweitung der Markenstrategie auf die Spezialisierungssysteme, die den Händlern Unterstützung in Bezug auf ihre Sortimente, Aktionen und Content bieten, soll die Assoziation mit der Hagebau innerhalb und außerhalb der Kooperation unterstützen.

Getreu dem Hagebau-Claim „Zusammen geht das“, wurde das neue Designkonzept vom Hagebau-Marketing in enger Abstimmung mit den Leitern der Spezialisierungssysteme entwickelt. Zehn der insgesamt zwölf Logos wurden in diesem Rahmen überarbeitet.

Die Logos der zwei weiteren Spezialisierungssysteme sind aufgrund ihres eigenen Corporate Designs nach wie vor unverändert geblieben.

Studie erwartet Belebung im Sanierungsgeschäft noch 2024

Im Fokus der Sanierer stehen finanzielle bzw. energetische Erwägungen

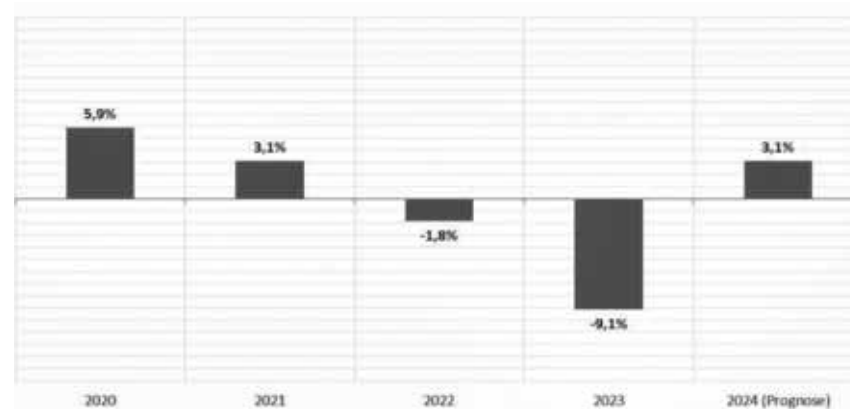
Die Sanierungsstudie* des Bonner Marktforschungsinstituts B+L gibt nach einem schwachem Jahr 2023 einen positiven Marktausblick für das Sanierungsgeschäft in 2024.

Die Studie analysiert die Sanierungsaktivitäten im privaten und gewerblichen Wohnbau und stellt aktuelle Markttrends dar. Im Rahmen einer Online-Konferenz erläuterte die B+L vergangenen Freitag Ergebnisse der Studie. Demnach zeigte sich 2023 bei Bestandsmaßnahmen ein deutlicher Rückgang: Private Eigenheimbesitzer haben weniger saniert als noch in den Vorjahren. Viele Haushalte haben angesichts gestiegener Bau- und Lebenshaltungskosten auf entsprechende Maßnahmen verzichtet oder Maßnahmen, wie die Installation einer Photovoltaik-Anlage, gegenüber anderen Maßnahmen priorisiert, so die Marktforscher.

Sanierungsaktivität bei geburtenstarken Jahrgängen

Aus ihrer Sicht werde sich der deutsche Sanierungsmarkt im laufenden Jahr 2024 wieder erholen und zu steigenden Investitionen im Bestand führen. Dies gelte gleichermaßen für den privaten Wohnbau als auch für die Sanierungsaktivitäten der deutschen Wohnungswirtschaft.

Ihre Prognose untermauern die Marktforscher mit folgenden Punkten: In der Langzeitbetrachtung zeigen sich deutliche Veränderungen hinsichtlich der Soziodemographie



Entwicklung der Investitionen im Wohnbau-Bestand (in % zum Vorjahr, real / preisbereinigt) Quelle: B+L 05/2024

der Sanierer. „Aktuell sanieren andere Bevölkerungsgruppen als noch vor 14 Jahren“, sagt Studienleiter Marcel Dresse. „Wir sehen einen deutlichen Trend zu einer stärkeren Sanierungsaktivität bei den geburtenstarken Jahrgängen der 56- bis 65-Jährigen, der mit einer veränderten Nachfrage am Sanierungsmarkt einhergeht.“

Wie die Studie zeigt, haben die Babyboomer seit dem Jahr 2018 vermehrt mit der Sanierung ihrer Eigenheime begonnen. Vielfach wurden diese Häuser in den 1990er-Jahren gekauft oder gebaut, sodass nun die erste Sanierungswelle bei vielen Bauteilen bzw. Produkten anstehe.

Fokus auf energetische Sanierung

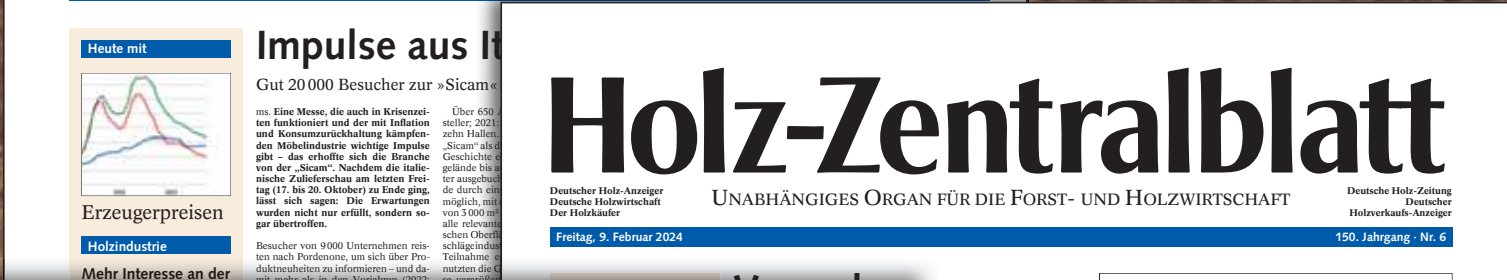
Gleichzeitig findet der Immobilienerwerb aktuell deutlich später statt als noch vor 14 Jahren. Jüngere Altersgruppen treten damit viel seltener am Sanierungsmarkt in Erscheinung. Das Durchschnittsalter der privaten Sanierer ist seit dem Jahr 2014 um 8,8 Jahre gestiegen. Zum Vergleich: der Altersdurchschnitt der deutschen Bevölkerung insgesamt ist in diesem

Zeitraum laut Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung um +0,6 Jahre gestiegen. Neben diesem langfristigen Trend zeigen sich aktuelle Veränderungen an den Sanierungsmärkten. Im Fokus der aktuellen Sanierungen stehen für die Auftraggeber primär finanzielle bzw. energetische Erwägungen: Geld sparen, etwa durch reduzierte Heizkosten, und die Unabhängigkeit von fossilen Brennstoffen bzw. schwankenden Energiepreisen, gehören zu den wichtigsten Sanierungsgründen bei Eigenheimbesitzern. Optische Gründe oder zeitunkritischer Verschleiß sind diesen hingegen untergeordnet.

Die B+L-Prognosen für den Sanierungsmarkt sind dabei positiv: Auch wenn viele Wirtschaftsindikatoren im ersten Quartal noch einen Rückgang der Investitionen der privaten Haushalte erwarten lassen, geht B+L für die kommenden Monate von einem Anstieg der Sanierungsaktivität aus. Die Sanierungsmärkte, die bereits aktuell einen deutlichen höheren Anteil an den deutschen Bauinvestitionen haben als der Neubau, würden weiter an Bedeutung für Absätze und Investitionen gewinnen.

* Die B+L-Sanierungsstudie (8. Ausgabe) basiert auf einer Onlinebefragung von 1232 privaten Haushalten / privaten Sanierern und einer telefonischen Befragung von 44 Unternehmen der Wohnungswirtschaft. Untersucht und analysiert werden 23 Maßnahmen bzw. Gebäudeteile im Detail.

Entweder man findet einen Weg – oder man geht seinen eigenen!



Holz-Zentralblatt

UNABHÄNGIGES ORGAN FÜR DIE FORST- UND HOLZWIRTSCHAFT

Deutscher Holz-Anzeiger Deutsche Holzzeitung Der Holzkäufer Holzverkaufs-Anzeiger

Freitag, 27. Oktober 2023 149. Jahrgang - Nr. 43

Heute mit
Erzeugerpreisen
Holzindustrie
Mehr Interesse an der

Impulse aus Italien

Gut 20.000 Besucher zur »Sicam«
Über 650...
Eine Messe, die auch in Krisenzeiten funktioniert und der mit Inflation und Konsumzurückhaltung kämpfenden Möbelindustrie wichtige Impulse gibt – das erlebte sich die Branche von der »Sicam«. Nachdem die italienische Zuleiterschau am letzten Freitag (17. bis 20. Oktober) zu Ende ging, lässt sich sagen: Die Erwartungen wurden nicht nur erfüllt, sondern sogar übertroffen.
Besucher von 9000 Unternehmen reisten nach Pordenone, um sich über Produktneheiten zu informieren – und zu...

Holz-Zentralblatt

UNABHÄNGIGES ORGAN FÜR DIE FORST- UND HOLZWIRTSCHAFT

Deutscher Holz-Anzeiger Deutsche Holzzeitung Der Holzkäufer Holzverkaufs-Anzeiger

Freitag, 9. Februar 2024 150. Jahrgang - Nr. 6

Holz-Zentralblatt

UNABHÄNGIGES ORGAN FÜR DIE FORST- UND HOLZWIRTSCHAFT

Deutscher Holz-Anzeiger Deutsche Holzzeitung Der Holzkäufer Holzverkaufs-Anzeiger

Freitag, 16. Februar 2024 150. Jahrgang - Nr. 7

Heute mit
Bauen mit Holz
Holzindustrie
Deutsche Exporte in die USA steigen

»Achtung!«

Spielend für's Leben lernen: Vielleicht funktioniert das auch mit Forsttechnik-Spielzeug, denn die Waldbewirtschaftung braucht auch in Zukunft zuspätkommende Hände und kluge Köpfe. An den Spielzeugherstellern, die sich vom 30. Januar bis zum 3. Februar zu ihrer Leitmesse in Nürnberg trafen, soll es nicht scheitern. So konnte sich Bruder, Hersteller von robusten Fahrzeugen (jedoch aus Kunststoff), offenbar auch nicht der Nützlichkeit der Holzgewinnung entziehen. Mit diesem »Einsatzort« erlangt ein Halbjahrgangsmächtigkeitsmännchen bei der »Spielwarenmesse« Werbung für Produkte für kleine Holztricker. Die Leitmesse zeigte natürlich auch, was man tolles aus Holz machen kann. ▶ Mehr ab Seite 113.



150 Jahre Holz-Zentralblatt

Aus EU-Ländern wurden 2023 4,6 Mio. m³ (-3% bzw. -150.000 m³) Nadelholz in die Vereinigten Staaten geliefert, aus Deutschland stiegen die Exporte in die USA auf 2,4 Mio. m³ (+8% bzw. +180.000 m³). ▶ Seite 110

In allen Tarifbezirken steigen nach Gewerkschaftsanfragen ab Herbst die Löhne und Gehälter um 5% (September oder Oktober), nächstes Jahr im Sommer um weitere 3% (Juni oder Juli). Dazu kommen Inflationausgleichsprämien (IAP) von bis zu 2.600 Euro netto in diesem Jahr. Arbeitgeber und Betriebsrat können auch andere Auszahlungspunkte und Stückelungen vereinbaren, jedoch muss die komplette IAP laut Vereinbarung bis November ausgezahlt sein. Auszubildende erhalten mitunter nur die halbe IAP. Die Verhandlungen demnach am 5. März zuzunehmen in gleicher Höhe jeweils zum Ausbildungsbeginn – je nach Tarifgebiet im August oder September. Die Tarifverträge haben eine Laufzeit von 23 Monaten und können erstmals zum 31.

Tarifabschlüsse bei Holz

Löhne steigen in zwei Stufen um 3% und 5% – Inflationsschutz

In acht Tarifgebieten der Holz- und Kunststoffindustrie haben die Arbeitgeber und die IG Metall bisher ein Tarifergebnis erzielt. Drei stehen mit Datum vom 12. Februar noch aus. In Sachsen wollen die Arbeitgeber deutlich weniger zahlen.
In allen Tarifbezirken steigen nach Gewerkschaftsanfragen ab Herbst die Löhne und Gehälter um 5% (September oder Oktober), nächstes Jahr im Sommer um weitere 3% (Juni oder Juli). Dazu kommen Inflationausgleichsprämien (IAP) von bis zu 2.600 Euro netto in diesem Jahr. Arbeitgeber und Betriebsrat können auch andere Auszahlungspunkte und Stückelungen vereinbaren, jedoch muss die komplette IAP laut Vereinbarung bis November ausgezahlt sein. Auszubildende erhalten mitunter nur die halbe IAP. Die Verhandlungen demnach am 5. März zuzunehmen in gleicher Höhe jeweils zum Ausbildungsbeginn – je nach Tarifgebiet im August oder September. Die Tarifverträge haben eine Laufzeit von 23 Monaten und können erstmals zum 31.

Forstwirtschaft

Waldklimafonds WKF nicht verlängert

Der WKF wurde mit dem Haushalt für 2024, der jüngst vom Bundestag beschlossen wurde, nicht verlängert. ▶ Seite 106

Schwörer wirbt für weltoffenes Deutschland

HDH-Erklärung für Kultur und Respekt

Mit einer Erklärung für eine Kultur des Respekts in einer lebendigen Demokratie hat sich Johannes Schwörer, Präsident des Hauptverbands der Deutschen Holzindustrie (HDH), vor dem Hintergrund aktueller politischer Entwicklungen an die Öffentlichkeit gewandt.
»In HDH stehen wir ein für ein weltoffenes Deutschland in Europa, in dem wir gemeinsam Verantwortung für unsere und mit unseren Beschäftigten in den Betrieben übernehmen. Weil wir diese Verantwortung wahrnehmen, wenden wir uns gegen Engstirnigkeit, gegen Angstmacherei und menschenverachtende Ideologien«, heißt es in der Erklärung. Die Wirtschafts- und Wettbewerbskraft der deutschen Holz- und Kunststoff- verarbeitenden Industrie

wurde in generationenübergreifendem Denken. »Dazu gehören ein respektvolles Miteinander und die Achtung fundamentaler menschlicher Werte. Diesen Werten sind wir gerade auch in Zeiten wirtschaftlicher Herausforderungen und tiefer gehender gesellschaftlicher Veränderungen verpflichtet.« Schwörer betonte weiter: »In dem von mir geführten Unternehmen sind Beschäftigte aus 24 Nationen tätig. Für uns ist es selbstverständlich, für eine Kultur des Respekts und der Vielfalt in einer lebendigen Demokratie einzutreten.«
▶ Die gesamte Erklärung findet sich auf der Verbandshomepage unter [holzindustriemagazin.de](#). Direkter Zugang zum PDF auch über QR-Code.

Textilfasern aus Buche industriereif

Vergangenen August nahm das Technikum Laubitz (TLH) in Goppingen (Baden-Württemberg) eine Pilotanlage zur Herstellung von Textilfasern aus Buchenholz in Betrieb. In einem neuartigen, patentierten Verfahren werden dort Textilfasern (Fasern mit praktisch unbegrenzter Länge) aus Buchenholzfasern gewonnen. Die Anlage ist auf die Herstellung von bis zu 50 t pro Jahr ausgelegt. Was bei der Erweitung dieses Jahr (Bild oben) noch eine visionäre Vision war, könnte nach Aussage der Verantwortlichen mittlerweile im Maßstab einer industriellen Produktion umgesetzt werden. ▶ Ausführender Beitrag auf Seite 102 dieser Ausgabe.



Aus der Krise heraus mit Holz

DeSH formuliert Forderungen an die Politik

Der Deutsche Säge- und Holzindustrie-Verband (DeSH) hat am 7. Februar in einer Online-Präsekonferenz ein Positionspapier vorgelegt, dessen fünf Kernforderungen an die Politik angesichts der aktuellen wirtschaftlichen Krise zur Milderung des Wohnraumbedarfs und zum Beitrag zur Erreichung der Klimaziele beitragen sollen.
Der Präsident des DeSH, Dr. Holger W. Müller, erklärte: »Die Holzindustrie ist ein wichtiger Wirtschaftszweig, der die Versorgung mit Holz für den Bau und die Herstellung von Holzprodukten sicherstellt. In der aktuellen Krise ist es wichtig, dass die Politik Maßnahmen ergreift, um den Wohnraumbedarf zu mildern und gleichzeitig die Klimaziele zu erreichen.«

Produktion um 16,7%, der Export um 29,6%. Dramatische Zahlen, die die sinkende Konkurrenzfähigkeit der Erzeuger zeigen, so Lang.
Der Verband schlägt fünf Maßnahmen vor, um mit der Nutzung von Holz die Transformation zu einer nachhaltigen Wirtschaft und Gesellschaft voranzutreiben: den verpflichtenden Einsatz von Holz bei öffentlichen Bauwerken, die finanzielle Förderung klimafreundlicher Baumaterialien abhängig von der gebundenen Kohlenstoffmenge, die Vermeidung weiterer Nutzungsbeschränkungen für den Wald, Bürokratieabbau und speziell die Verschärfung der EUDR bis zur Erarbeitung praxistauglicher Umsetzungsregelungen sowie die Stärkung regionaler Initiativen im Holzverwendung.

150 Jahre Qualitäts-Journalismus für die Branche!