

Premieren, Trends und Tendenzen



**Generalsekretär
Endre Varga**

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

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

Seite 34



**Christoph
Bawart**

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

Seite 96

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

Seite 58



Beat Ludin

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

Seite 24

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

Seite 110

Parkett Star 2012 Fachhändler des Jahres

Parkettstar 2012

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