

boden wand decke **bwd**

Das Fußbodenmagazin für Handwerk und Handel

Designbeläge

Hier kommen die Wachstums-Träger

Calciumsulfat-Fließestriche

Wenn Architekten und Bauherren den Bodenleger in die Bredouille bringen

Handwerkerumfrage

Was zeichnet einen Designbelag aus? Und: Lässt sich damit Geld verdienen?

Verlegepraxis Schritt für Schritt

Gestalten mit Fliesen und Planken

MUREXIN

Auch Profis brauchen
von Zeit zu Zeit
**ein Update im
Technikum.**

Stefan Ewald

Der Parkett Franz
aus Zillingdorf



BEST4YOU

Die Produktlinie für Profis

Wenn es ein neues Produkt gibt, sind meine Mitarbeiter immer vorn dabei, mit Schulungen im neuen MUREXIN Technikum. Dort lernt man auch alles über **BEST4YOU**, die Produktlinie mit Premium-Qualität, großer Umweltfreundlichkeit, maximaler Performance und hoher Arbeitserleichterung.

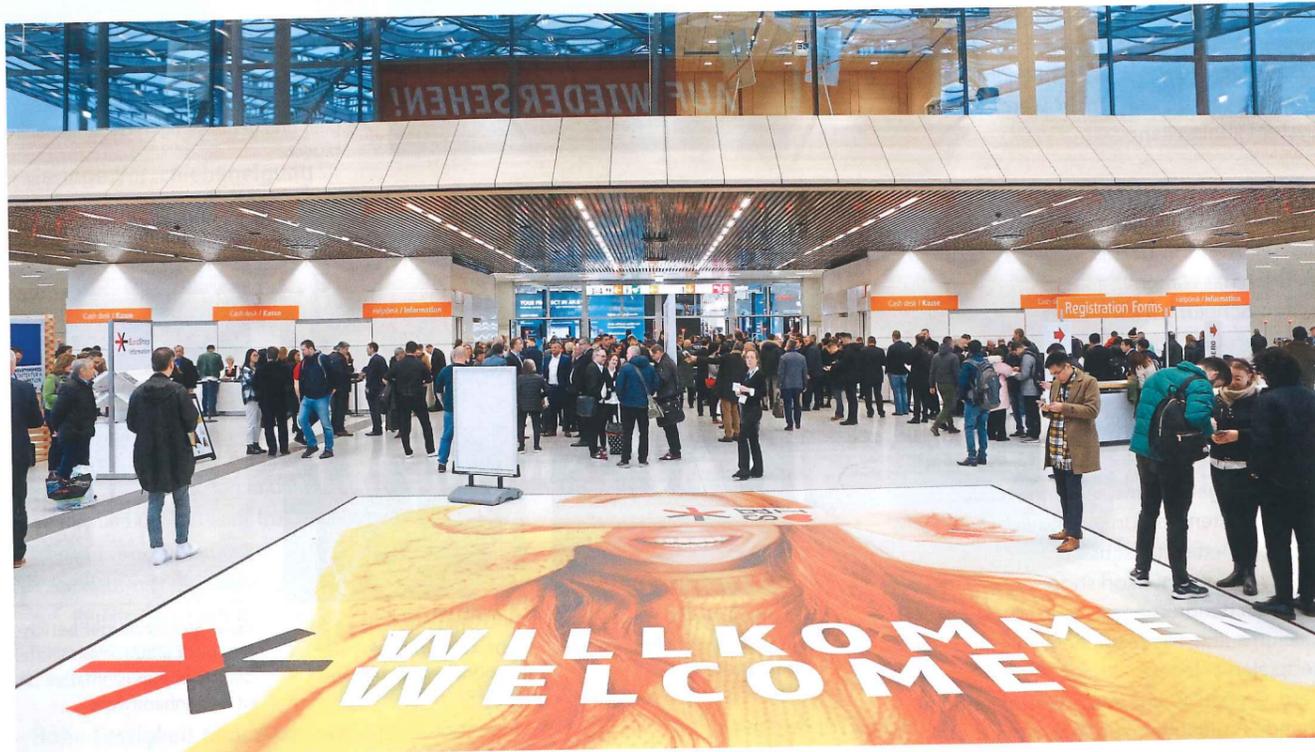
Mein Produktipp: Parkettprofis stehen auf das Murexin Silan-Verfestigungsharz **MS-X 1**

MUREXIN. Das hält.

EuroShop 2020

Fußbodentrends im Ladenbau

Design, Robustheit und Flexibilität lauten die Schlüsselwörter bei Bodenbelägen im Ladenbau. Looselay-Belägen werden im Shop-Segment deutliche Zuwächse prophezeit. Im Trend liegt die Kombination von Designplanken und Textilfliesen.



Seit langem auch ein Thema für Bodenbelagshersteller. Die Messe EuroShop in Düsseldorf. Bild: Messe Düsseldorf/ctillmann

Wer wissen will, von wo aus der Designbelag einst seinen Siegeszug angetreten hat, landet schnell im Ladenbau. Designbelag, das war dort lange Zeit gleichbedeutend mit Amtico. Inzwischen tummeln sich in der trendigen Shoppenszene eine ganze Reihe von Bodenbelagsanbietern. Davon konnte man sich Mitte Februar wieder auf der weltweit führenden Fachmesse für den Investitionsbedarf des Handels, der EuroShop in Düsseldorf, überzeugen. Beim Messerundgang trafen wir natürlich auf Amtico, den Bodenbelagsaussteller der ersten Stunde, aber eben unter anderem auch auf Forbo, Objectflor, Gerflor, Kährs, Windmüller, Egger oder IVC. Selbst Profilverstärker wie Auer, Küberit oder Prinz zog es mit ihren ladenbaukompatiblen Sortimenten an den Rhein. Allein die-

ser Herstellerquerschnitt zeigt: Längst hat sich das Portfolio an Bodenbelägen für den Ladenbau geändert. Unter dem Label Designbelag findet sich heute ein breites Spektrum an Belagsalternativen, seien sie nun aus Kunststoff, Holz, Kork, Textil oder Verbundwerkstoffen. Allen gemein ist: Optisch müssen sie hohe Anforderungen erfüllen und obendrein strapazierfähig und möglichst schnell zu verlegen sein. Extreme Belastbarkeit, Funktionalität und Wirtschaftlichkeit auf der einen – und individuelle Gestaltungsmöglichkeiten und kreative Spielräume auf der anderen Seite sind gefragt.

DER BODEN INSZENIERT DAS WARENANGEBOT

In Zeiten des zunehmenden Wettbewerbsdrucks durch neue Online-Vertriebsformen

muss der stationäre Handel mehr denn je Konsumenten ein attraktives Shopping-Erlebnis bieten. Und längst ist bewiesen, dass der Boden einen erheblichen Einfluss auf das Einkaufserlebnis und damit auf das Einkaufsverhalten hat. Das gilt im klassischen Einzelhandel, in mondänen Boutiquen, Concept-Stores und Pop-up-Läden gleichermaßen. Bodenbeläge helfen, das Warenangebot zu inszenieren. Die Kombination unterschiedlicher Designs und Belagsarten ermöglicht Zonierungen, beispielsweise wenn es darum geht, Aktionsflächen hervorzuheben.

In stark frequentierten Lebensmittelbereichen und Supermärkten, hier zählt vor allem auch der Aspekt der Reinheit, müssen Bodenbeläge extrem pflegeleicht und hygienisch sein. Optische Verschleißerscheinungen sind hier nicht akzeptabel. Anders im Lagerbereich, wo mitunter schwere Lasten bewegt werden: Hier kommt es in erster Linie auf Abnutzungs- und Verschleißfestigkeit an. In Umkleidekabinen hingegen ist Wohlfühlambiente gefordert. Warm, weich und haptisch angenehm muss hier der Boden sein. Interne Beratungszonen, beispielsweise in einem Optikergeschäft, verlangen wiederum einen Bodenbelag mit guten akustischen Eigenschaften.



Uwe Leupold, IVC: „In ‚Corona-Zeiten‘ ist es ein Vorteil, in Belgien zu produzieren.“ Bild: Heinze

Gerflor Marketingleiter Frank Selbeck präsentiert ein Design aus der neuen my Taralay Impression 2.

Bricht eine Lanze für hochwertiges Parkett im Ladenbau: Kährs-Geschäftsführer Robert Bieger.

Amtico Geschäftsführer Oliver Kluge. Die Ersten, die auf der EuroShop ausgestellt haben.

nungen sind hier nicht akzeptabel. Anders im Lagerbereich, wo mitunter schwere Lasten bewegt werden: Hier kommt es in erster Linie auf Abnutzungs- und Verschleißfestigkeit an. In Umkleidekabinen hingegen ist Wohlfühlambiente gefordert. Warm, weich und haptisch angenehm muss hier der Boden sein. Interne Beratungszonen, beispielsweise in einem Optikergeschäft, verlangen wiederum einen Bodenbelag mit guten akustischen Eigenschaften.

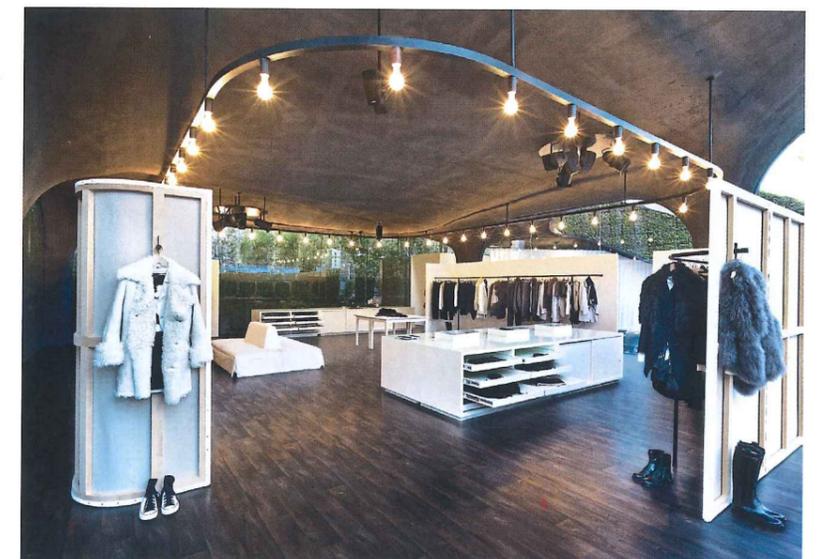
Auch im Ladenbau bestimmen Einsatzbereich, Materialität und letztlich der Preis die Bodenbelagswahl. In der exklusiven Boutique kann ein oxidativ geölter Eichenholzboden mit einer warmen und natürlichen Ausstrahlung erste Wahl sein. Eine kostengünstigere Alternative ist manchmal Laminat, das mit einer hohen Oberflächenabriebfestigkeit punktet. Vom Preis-Leistungs-Verhältnis und in puncto Flexibilität haben Vinylbeläge vielfach die Nase vorn. Nicht wegzudenken sind textile Beläge und Sauberlaufsysteme.

BODENAUSTAUSCH ÜBER NACHT ODER BEI LAUFENDEM BETRIEB

Weil man sich aus wirtschaftlichen Gründen keine Ausfallzeiten leisten kann, muss die Bodenverlegung im Ladenbau, entweder bei laufendem Betrieb oder über Nacht stattfinden. Und am liebsten alles ohne große Untergrundvorbereitung. Je kürzer die Renovationszyklen eines Shopbetreibers sind, desto wichtiger werden deshalb schnelle Verlegesysteme. Looselay-Varianten sind daher aktuell groß im Kommen, sagt IVC-Verkaufsleiter Danijel Baric. Das sieht man auch bei Forbo so, wo man aktuell das Looselay-Angebot deutlich ausbaut.



Als bester Messestand ausgezeichnet: Der Auftritt von Gerflor. Bild: Gerflor



Im Ladenbau starteten Designbeläge bereits vor Jahrzehnten ihren Siegeszug. Bild: IVC



Küberit Vertriebsleiter Lars Maier und Heike Menzel (Öffentlichkeitsarbeit) zeigten mit Design-Profilen in Düsseldorf Flagge.



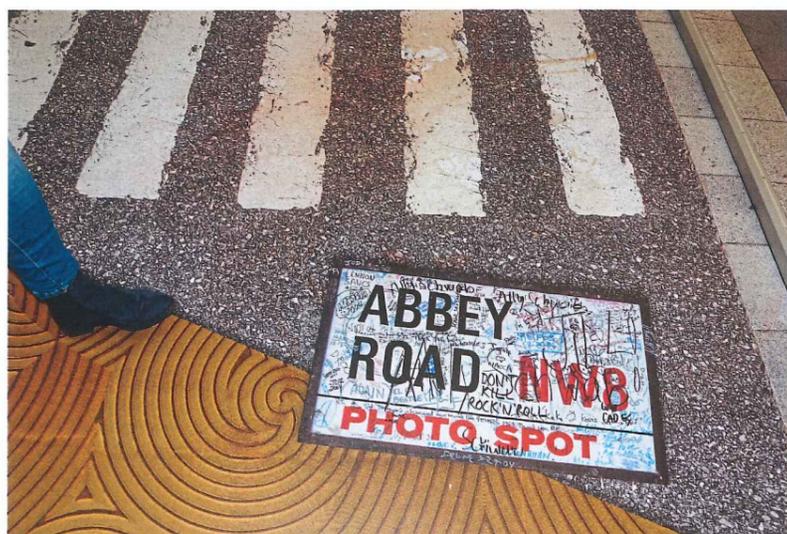
Dennis Weller, Verkaufsleiter Egger: „Robust und nachhaltig, diese Eigenschaften beschreiben einen wesentlichen Trend bei Bodenbelägen im Ladenbau.“



Objectflor stellte Expona Design in den Mittelpunkt und: „Die Kombination von Designbelägen mit Teppichfliesen ist ein Thema“, sagt Geschäftsführer Stephan Wolff.



Die großen Shop-Betreiber geben das Thema Nachhaltigkeit vor. „Unsere Cradle-to-Cradle-Zertifizierung hilft uns jetzt“, sagt Annika Windmüller (links) neben Ulrich Windmüller und Wineo-Marketingleiterin Bettina Höner.



Begehrter am Stand von Fotoboden: Der legendäre „Beatles-Zebrastreifen“ der Abbey Road in London.

Aber nicht nur in Bezug auf den schnellen Belagswechsel haben Looselay-Beläge die Nase vorn. „Eine der größten Herausforderungen wird im Ladenbau künftig das Thema Kreislaufwirtschaft sein“, ist Forbo Flooring-Geschäftsführer Martin Thewes überzeugt. Looselay-Beläge lassen sich, so Thewes, einfacher wieder in den Wertstoffkreislauf zurückführen, beispielsweise, weil die aufwendige Trennung von rückseitig anhaftenden Verlegewerkstoffen entfällt. Maximale Flexibilität verspricht Forbo mit der neuen Kollektion „Fast Flooring“ mit klebstofffreien Produkten, inklusive Sauberlaufzonen und Bodenbelägen in Bahnen-, Fliesen- und Plankenformaten. Beim „Designstudio Moods“ von IVC erfolgt die schnelle und einfache Verlegung mittels selbstklebender Unterlage, was die schnelle und unkomplizierte Wiederaufnahme des Bodens gewährleisten soll.

ÖKOLOGISCHE ASPEKTE ZÄHLEN

Zu den ohnehin hohen Ansprüchen an Gebrauchseigenschaften wie Strapazierfähigkeit und Pflegeleichtigkeit gesellen sich auch beim Bodenbelag verstärkt ökologische Aspekte. „Immer mehr Architekten und Ladenbauer bevorzugen Produkte mit einer makellosen Öko-Bilanz – idealerweise „Cradle-to-Cradle-zertifiziert“, beobachtet man bei Wineo. Der ostwestfälische Hersteller hat seine neuen Bodenbeläge in Düsseldorf unter dem Motto „Flooring for Future“ präsentiert und stellte dabei einmal mehr seinen Purline-Bioboden in den Vordergrund.

Neben der Funktionalität und dem Nachhaltigkeitsaspekt bleibt der hohe Designanspruch im Ladenbau unangefochten.



TFD bietet Vollvinyl mit einer Nuttschicht von 0,55 mm an. Dettlef Osterhoff, Gebietsverkaufsleiter: „Wir wollen wachsen, aber in der Nische bleiben.“



Forbo-Geschäftsführer Martin Thewes legt sich fest: „Rigid wird im Objekt keine Rolle spielen.“ Aktuell forciert Forbo unter anderem die neue Kollektion Allura.

Bilder: Heinze

Keramische Dekore und großflächige Fliesenformate seien, so Objectflor-Geschäftsführer Stefan Wolff, im Augenblick gefragt. Im Gegensatz zum keramischen Original, das nach Einschätzung von IVC im Ladenbau rückläufig ist, punkten Designbeläge

mit niedrigen Aufbauhöhen und flexiblem Austausch. Der Keramikfliesenanbieter Agrob Buchtal trägt dem Trend nach schnellen und flexiblen Lösungen mit seinem Trockenverlegesystem DryTile Rechnung. Überhaupt zählt im Ladenbau

Trendumfrage

Branchenköpfe im bwd-Videoclip

Ergänzend zu unserer Berichterstattung im Heft finden Sie auf **bwd online** einen aktuellen Video-clip mit Bodenbelagsausstellern auf der EuroShop.

seit jeher der flexible Mix von Bodenbelägen. Im Trend liegt die Kombination von LVT mit Teppichfliesen.

Unterschiedlich schätzen die Aussteller aktuell die Renovationszyklen im Ladenbau ein. Weil die Shopinszenierungen immer mehr auch über Accessoires liefern und weniger über den Boden, beobachten einige Anbieter inzwischen längere Liegezeiten. Diese Einschätzung teilt Objectflor Geschäftsführer Wolff nicht. Generell habe sich an der Bedeutung des Bodenbelags im Ladenbau nichts geändert. **Stefan Heinze** stefan.heinze@holzmann-medien.de



LUXURY VINYL TILES

LAYRED 55

Engineered Vinyl Flooring von IVC Group

Das Beste in Sachen Design, Komfort und Strapazierfähigkeit! LayRed 55 ist die nachhaltige Bodenbelagslösung von IVC Group für stark frequentierte Bereiche.

- Die weichste harte Planke im Markt
- Arbeiten im laufenden Betrieb
- Schnell, leise und staubfrei
- Einfache Verlegung auf Altuntergründen
- Hohe Strapazierfähigkeit
- Hervorragende akustische Eigenschaften
- Vollständig recycelbar

IVC Group GmbH
Reisholzer Werftstr. 33
40589 Düsseldorf
T +49 (0)211 - 598 930 00

projektdach@ivc-commercial.com
www.ivc-commercial.com

Designbeläge/LVT

Wahre Wachstums-Träger

Designbeläge und LVT bleiben die Shooting-Stars bei den Bodenbelägen. Die Hersteller reagieren mit einem enormen Innovationstempo auf die Bedürfnisse des Marktes. Neue Aufbauten sollen jetzt auch der keramischen Fliese Konkurrenz machen.



Die Keramikfliese im Visier: Böden wie der „Disano Classic Aqua“ von Hamberger Flooring können vollflächig verklebt auch in Feuchträumen und auch auf vorhandene Fliesen verlegt werden – und zwar auch an der Wand.

Bild: Hamberger Flooring GmbH & Co. KG/Haro

Österreich und der Schweiz seinen Anteil an der verlegten Fläche nahezu verzehnfachen konnte: Von einst 2 Prozent auf mittlerweile 19 Prozent ist der Marktanteil von Designbelägen gestiegen.

Die Verlegefreundlichkeit von Designböden greift einen der momentanen Megatrends in der Bodenbranche auf, die nach wie vor zu wenig Fachkräfte und zu wenig Nachwuchs hat. Zu den Gewinnern zählen durchweg jene Produkte, bei denen mit weniger Mannstunden mehr Quadratmeter geschafft werden können. Es war ein anderer Trend, der das schier ungebremste Wachstum doch noch zu stoppen oder zumindest einzutrüben drohte: der Wunsch nach Wohngesundheit und Nachhaltigkeit, verstärkt durch die aktuelle Diskussion um Klima- und Umweltschutz. Der Umgang der Hersteller mit diesem Phänomen macht deutlich, dass nicht nur die Marketing-Strategen, sondern auch die Produktentwickler Großes leisten. Immerhin ist PVC eigentlich die Abkürzung für Polyvinylchlorid – ein Umstand, der sich durch Bezeichnungen wie „Vinyl“ oder „Luxury Vinyl Tiles“ (LVT) lange erfolgreich ebenso aus der unmittelbaren Kundenwahrnehmung heraushalten ließ wie der Umstand, dass das von Haus aus starre PVC erst durch den Einsatz klassischer Weichmacher elastisch wird – wobei diese im Verdacht stehen, gesundheits-schädlich zu sein.

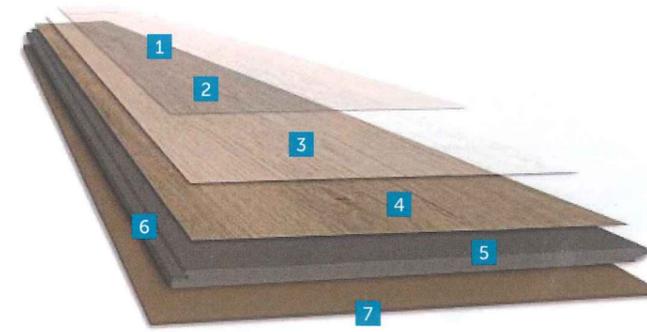
Erst das inzwischen stark gestiegene Umweltbewusstsein stürzt nun die Verbraucher jäh in Sorge über Inhaltsstoffe aus der Petro- und Chlorchemie, während der Wunsch nach Umweltverträglichkeit oder Wohngesundheit wächst. Darauf hat die Industrie im Wesentlichen zwei Antworten: Zum einen wird das Sortiment an PVC-freien Designbelägen zunehmend erweitert, zum anderen ersetzen alternative Werkstoffe auf natürlicher Basis das in Ver- ruf geratene PVC. Noch haben PVC-freie Varianten einen eher kleinen Anteil am gesamten Sortiment, was sich nach überein-

Ob zum Klicken, lose verlegt oder zum Kleben: Mit einer großen Anzahl an Optiken und Spielarten ermöglichen Designbeläge/LVT eine nicht minder große Vielfalt kreativer Fußbodengestaltung. Das Wachstum in diesem Bodenbelags-Segment war in den vergangenen Jahren ungebrochen, und auch die Aussichten für die Zukunft werden von allen Marktteilnehmern weiterhin als äußerst positiv eingeschätzt. Ein Grund liegt im hohen Tempo, mit dem die Hersteller einerseits auf neue Bedürfnisse des Marktes reagieren und andererseits Mängel und Schwächen in den Griff bekommen, noch bevor die Erfolgskurve einknickt.

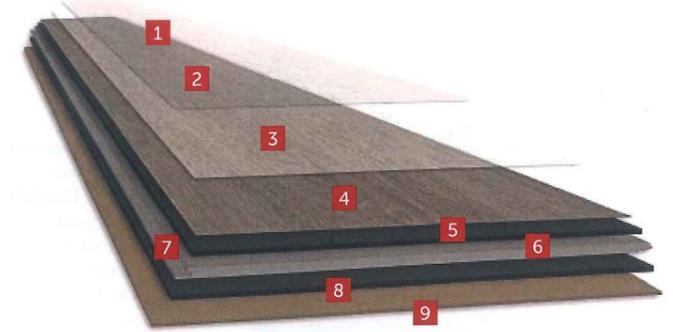
Die modernen Designbeläge haben die Bedürfnisse des Marktes voll im Griff: Beim Boden-Profi sammeln sie Sympathie, weil die Planken oder Fliesen leichter zu verlegen sind als Bahnenware, oft sogar schwimmend mit Klick-Mechanismus. Sie sind zu-

dem auch leichter zu transportieren, haben eine geringe Aufbaudicke und sind teils mit Rigid-Trägern ausgestattet und damit so stabil, dass sie kleinere Unebenheiten im Bodenunterbau ausgleichen können. Außerdem lassen sich bei Reparaturen nicht nur lose verlegte, sondern auch geklebte einzelne beschädigte Planken oder Platten austauschen, ohne dass der gesamte Boden bearbeitet werden muss.

Mit Oberflächen in täuschend echten Holz- oder Fliesenoberflächen punkten Designbeläge beim Endkunden, der es gerne strapazierfähig und pflegeleicht hat. Hier kann die Kopie oftmals mehr als das Original, zumal laut Hersteller entsprechende Varianten wasserfest sind und sich im Gegensatz zu Parkett oder Laminat für die Verwendung in Feuchträumen eignen – zumindest bei fachgerechter Verlegung durch den Profi. Kein Wunder also, dass LVT in den vergangenen zwölf Jahren in Deutschland,



- | | |
|------------------------|--------------------|
| 1 Oberflächenvergütung | 5 Produktträger |
| 2 Oberflächenstruktur | 6 Profilverbindung |
| 3 Nuttschicht | 7 Unterlagsmatte |
| 4 Dekorfilm | |



- | | |
|--------------------------|---------------------------|
| 1 Oberflächenvergütung | 6 Produktträger |
| 2 Oberflächenstruktur | 7 Profilverbindung |
| 3 Nuttschicht | 8 Elastische Unterschicht |
| 4 Dekorfilm | 9 Unterlagsmatte |
| 5 Elastische Oberschicht | |

Rigid-Böden können unterschiedlich aufgebaut sein. Im Gegensatz zum üblichen Aufbau (links) setzt zum Beispiel Windmüller auf zusätzliche Schichten, die Stabilität und Komfort unter einen Hut bringen sollen (rechts).

Bild: Windmüller Flooring

stimmenden Einschätzungen von Branchenkennern aber rasch ändern wird – ein Trend, der womöglich schon in diesem Jahr deutlicher spürbar wird als bisher.

Mit den Produkten von einst, die der Bodenleger als dünnen PVC-Boden hauptsächlich im Ladenbau auf einen zuvor entsprechend vorbereiteten Untergrund verlegt hat, haben die heutigen Designbeläge

wenig gemeinsam. Schon länger gibt es entsprechende Träger mit Klickprofilen, um Designböden auch auf Altbelägen und unebenen Untergründen schneller und ohne viel Vorarbeit verlegen zu können. Wichtigstes Ergebnis dieser Bemühungen sind heute, nach 60 Jahren, mehrschichtig aufgebaute Klick-Designböden mit Rigid Core Boards (englisch rigid = starr), die als Träger

von PVC natürlich nicht PVC-frei sind, aber oft ohne Weichmacher auskommen. Die starren Rigid-Böden sind zwar nicht sehr elastisch, haben aber eine höhere Dimensionsstabilität und sind weniger empfindlich hinsichtlich ihrer Ausdehnung bei Wärme.

Erhältlich sind Rigid-Böden mit geschäumtem Träger (EPC = Expanded Polymer Core), am meisten verbreitet aber sind

3 Fragen an den Sachverständigen Dominik Kison

Bodenleger soll Produkt-Versprechen „übersetzen“



Dominik Kison.

Bild: bwd

Designbeläge wollen Alleskönner sein. Wird der Bodenleger hier bald überflüssig?

Trotz der aktuellen Produktentwicklungen wird das nicht der Fall sein. Die Versprechen der Hersteller zum „einfachen Einbau“ oder „leichter Verarbeitbarkeit“ sind in meinen Augen bewusst gewählte Marketing-Behauptungen, um diese Produkte breit zu platzieren. Ähnliches hat die Branche mit den Laminatböden erlebt, die mit gleichen Versprechen vermarktet wurden und bei denen sich später herauskristallisierte, dass Fachkenntnisse im Bereich Fußbodenverlegung unabdingbar sind, wenn das Produkt dauerhaft als Fußboden funktionieren soll.

Bei zu hohen Erwartungshaltungen durch blumige Aussagen der Marketingabteilung oder des Produktmanagements sind außerdem Enttäuschungen bei Nichterfüllung vorprogrammiert. Wenn es darum geht, derlei Versprechen für Kunden zu „übersetzen“, ist der Fachmann mit seiner langjährigen Erfahrung gefragt.

Wo lauern Fehlerquellen bei der Verlegung?

Kein noch so großartiges Produktversprechen entbindet den Verleger von den notwendigen Prüfpflichten! Genau da liegt der Unterschied zwischen Heimwerker und ausgebildetem

Fachmann, der komplexe Zusammenhänge bei einer Fußbodenkonstruktion erkennen und beurteilen kann.

Mögliche Fehlerquellen lauern oft da, wo eben diese Prüfpflichten des Fachmanns ansetzen, zum Beispiel bei der Beschaffenheit des Untergrunds: Feuchtegehalt, Tragfähigkeit, Gesamtzustand, Ebenheitsanforderungen und schließlich die Grundrisse der zu belegenden Flächen gilt es zu beachten. Die geplante spätere Nutzung und viele weitere Aspekte spielen ebenso eine Rolle für den Erfolg des Projekts.

Wo liegen die Grenzen und Chancen von LVT/Designbelägen?

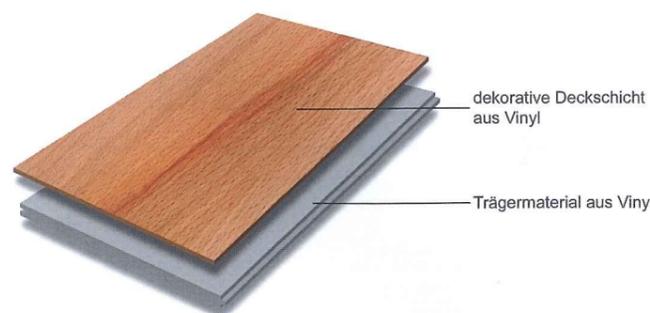
Ich bin davon überzeugt, dass schwimmend verlegte LVT/Designbeläge im Objektbereich mit hohen Nutzungsfrequenzen sehr schnell an ihre Grenzen stoßen. Bei ordnungsgemäßer Verarbeitung halte ich daher die schwimmende Verlegung von LVT/Designbelägen für Flächen mit moderater Nutzungsfrequenz für geeignet. Die schwimmende Verlegung ist allerdings von Vorteil, wenn es um Nachhaltigkeit und Recycling geht: Ein nicht mit dem Baukörper verklebter Bodenbelag ist natürlich einfacher und unproblematischer zu recyceln als ein verklebtes Produkt. Dass diese Böden ohne Verklebung und damit ohne chemische Produkte verlegt werden können, geht argumentativ in eine ähnliche Richtung.



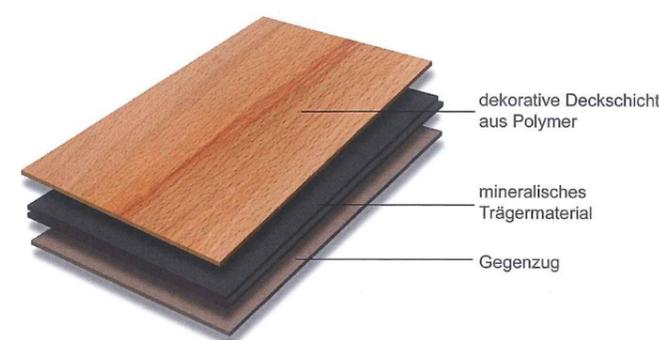
*Dicke der Korkschicht < 2,5 mm

In der Kategorie „Wood“ ist das Trägermaterial auf Holzbasis. Wahlweise, wie in diesem Beispiel, sind Produkte auch mit Gegenzug und ankaschierte Unterlage ausgestattet.

Bilder: MMFA



In der Kategorie „Polymer“ finden sich zum einen klassische LVT-Click-Designböden, bei denen Deckschicht und Trägermaterial aus Vinyl bestehen. Auch diese Produkte sind mit Dämpfungsschicht und ankaschierte Unterlage erhältlich.



Die Kategorie „Mixed“ fasst Aufbauten zusammen, bei denen entweder die Deckschicht aus Polymer und die Trägerplatte aus mineralischem Material ist (wie hier im Bild), aber auch ein Trägermaterial aus Polymer ist möglich. Dann ist oft die Deckschicht aus Leder oder Textil.

kompakte, extrudierte Solid-Polymer-Produkte (SPC = Solid Polymer Core). SPC erfreut sich schon jetzt großer Beliebtheit, wie der Verband der mehrschichtig modularen Fußbodenbeläge (MMFA) berichtet, und die Zeichen stehen weiter auf Wachstum (siehe auch Bericht in bwd Ausgabe 03/20, S. 16).

ALTERNATIVEN ZU PVC

Hoch im Kurs sind aber auch Werkstoffe, die das PVC komplett ersetzen können. Eine mögliche, aber teure Alternative bietet Polyurethan – mit Preisen, die laut einhelliger Expertenmeinung derzeit am Markt nicht durchsetzbar wären. Also eine Alternative zur Alternative verwenden? Diese Strategie verfolgt zum Beispiel **Windmüller** und hat **„Ecuran“** entwickelt: Üblicherweise in der Polyurethanrezeptur genutzte petrochemische Polyole werden hier durch natürliche Inhaltsstoffe ersetzt. Statt Weichmachern, Lösungsmitteln oder Chlor ent-

hält dieses „Bio-Polyurethan“ Produkte wie Raps- oder Rizinusöl und natürlich vorkommende mineralische Komponenten wie Kreide. Dafür gab es unter anderem die Umweltsiegel „Blauer Engel“ und ein Cradle-to-Cradle-Zertifikat in Silber. Classen setzt bei wohngesunden und nachhaltigen Designbelägen auf lebensmitteltaugliches Polypropylen: Der im eigenen Haus entwickelte Werkstoff „Ceramint“, aus dem wasserfeste Trägerboards für Wand und Boden zum Klicken und Kleben gefertigt werden, besteht zu 70 Prozent aus Steinmehl und zu 30 Prozent aus dem Bindemittel Polypropylen. Das Ergebnis sind PVC-freie Produkte, frei von Phthalaten, Weichmachern, Schwermetallen oder anderen löslichen oder flüchtigen Schadstoffen – ausgezeichnet mit dem „Blauen Engel“ und dem „ECO-Siegel“ und dazu geeignet, der keramischen Fliese im Bad Konkurrenz zu machen. Classen führt an, dass diese Alternative leichter zu handhaben, schneller zu verarbeiten und letztlich auch im Preis günstiger sei. Der aufwendige Ausbau alter Fliesen entfällt, weil sich auch dieser Belag auf vorhandene Wand- oder Bodenfliesen aufbringen lässt.

Ein ähnliches Ziel, aber auf einem anderen Weg, verfolgt US Floors: Der neue Belag „Ceratach“ wurde als Alternative zu keramischen Fliesen entwickelt und selbstbewusst auf der Cersaie in Bologna präsentiert, der Weltleitmesse für keramische Bodenbeläge. US Floors stattet diesen ebenfalls PVC-freien Multilayerbelag allerdings mit einer mineralischen Trägerplatte aus Magnesiumoxid aus.

Doch längst nicht jeder Designbelag ist auch für Feuchträume geeignet – zum Beispiel dann, wenn die Trägerplatte aus HDF ist oder sonstige Holzkomponenten beinhaltet. Das war im Übrigen auch einer der Schwachpunkte, die von den Herstellern

nach und nach beseitigt wurden und an deren Ende die Entwicklung der starren, sehr dimensionsstabilen Rigid-Platten stand. Der Zugewinn an Härte bringt viele Vorteile mit sich: Die Beläge lassen sich schwimmend verlegen, sind mit stabileren Klickmechanismen ausgestattet und reduzieren auch auf unebenen Böden den Telegraphie-Effekt. Temperatureinflüsse bleiben ohne Folgen und die Produkte sind wasserfest.

Aber wo viel Licht ist, gibt es auch beim Designboden zumindest einen Schatten: Denn je härter die Böden wurden, desto anfälliger wurden sie auch in Sachen Trittschall. Doch auch darauf findet die Industrie eine Antwort, indem sie den dichten und schweren Platten mit solidem Kern (SPC = Solid Polymer Core) weichere Trägerplatten aus aufgeschäumtem Material an die Seite stellt, deren Luftporen das ganze System weicher machen (EPC = Expanded Polymer Core). Die nächste Mission für die Forschungs- und Entwicklungsabteilungen steht also fest. Es geht darum, weiche Böden mit der nötigen Härte zu versehen und umgekehrt – was beinahe der Quadratur des Kreises gleicht, dem Hersteller IVC aber in Gestalt der „weichsten harten Planke“ bereits gelungen ist: einer Rigid-Variante, bei der sich in insgesamt zwölf Schichten härtere und weichere Materialien abwechseln.

Auch bei dieser Anforderung ist klar, dass die Hersteller in ihrer Kreativität mehrere Wege finden werden, die ausgelobten Ziele zu erreichen. So sind auch Project Floors und Aspecta dabei, neuartige Materialkombinationen zu testen, die noch besser als bisher das Beste aus zwei Welten vereinen sollen: Rigid-Core-Trägerplatten aus PVC mit echten Belägen aus Holz, Stein oder Keramik. Die Zahl der Möglichkeiten wird also, ebenso wie das ganze Designboden-Segment, weiter wachsen.

Jan Rieken

jan.rieken@holzmann-medien.de

Designbeläge

Vor- und Nachteile der einzelnen Spielarten

Der Verband der mehrschichtig modularen Fußbodenbeläge (MMFA) hat die schwimmend verlegten und aus einzelnen Modulen zusammengesetzten Böden in drei Kategorien eingeteilt: „Wood“, „Polymer“ und „Mixed“. Bei Polymer gibt es Unterkategorien. Hier eine Übersicht, welcher Bodenaufbau für welche Anforderung geeignet ist:

Wood:

Träger aus Holzwerkstoff/HDF (mit mehr als 65 % Holzpartikeln/-fasern im Träger), Oberfläche aus Polymer oder Kork (Dicke unterhalb der Korkbodennorm, also weniger als 2,5 mm)

- weicher als starre Rigid-Böden: weniger Trittschall, mehr Gehkomfort
- nur bedingt für Feuchträume geeignet

Polymer:

Träger UND Oberfläche sind aus Polymer, unterteilt in die Kategorien „LVT Click“ und „Rigid“.

LVT Click:

- leise, sauber und geruchsfrei zu verarbeiten; Verlegearbeiten auch über Nacht problemlos möglich
- für Fußbodenheizung geeignet
- Untergrund muss eben sein, außerdem sauber, ausreichend trocken, staub- und rissfrei
- bei mineralischen Untergründen empfiehlt sich eine Grundierung
- möglicherweise Click-Unterlage erforderlich: Trittschall- und Wärmedämmung sowie Ausgleich geringer Unebenheiten und Verunreinigungen; zwingend bei den Untergründen Parkett, Laminat, keramischen Fliesen, PVC-Belägen und ebenen Steinböden

Rigid: umfasst aufgeschäumte Trägerplatten aus EPC (Expanded Polymer Core) und kompaktere mit SPC (Solid Polymer Core).

Rigid-EPC:

- fußwarme Oberfläche
- weicher als SPC, deshalb hoher Gehkomfort, oft bessere Trittschalldämmung
- weniger Gewicht
- für Fußbodenheizung geeignet
- geeignet für gewerblichen Einsatz oder stark beanspruchten Wohnbereich
- geringe Aufbauhöhe (2 bis 5 mm) eignet sich für Renovierung
- Klebevarianten sollten durch Profis verlegt werden

Rigid-SPC:

- hohe Dimensionsstabilität
- pflegeleicht, strapazierfähig, feuchtraumgeeignet
- über bestehende Untergründe (Keramik, Parkett oder Dielen an Boden und teilweise Wand) verlegbar
- keine intensive Vorbereitung der Unterkonstruktion nötig (Gutachter empfiehlt vorherige fachmännische Prüfung)
- schwimmende Verlegung, kurze Nutzungsunterbrechung
- geringerer Gehkomfort und eingeschränkter Trittschall

Mixed

Alle anderen Aufbauten, beispielsweise MMF-Module mit Klicksystem und textiler Deckschicht oder solche auf mineralischem Trägermaterial oder mit Kork-Mittellage. In allen drei Kategorien können als Polymere sowohl PVC als auch alternative Kunststoffe vertreten sein.

jr

Sie haben
das Konzept.
Wir den
passenden
Boden.

Wir legen Ihnen das objectflor
Universum zu Füßen.

Erleben Sie vielfältige Neuheiten,
authentisches Design und beste
Lösungen für



das schnellste
Verlegesystem am Markt



ideale Bodenbeläge
für Objekte



langlebigen
Bodenbelag



angenehme
Akustik



hohen
Begehkomfort

Wineo

Das Beste aus zwei Welten

Mit der neuen Designbodenkollektion „Wineo 600“ bietet Windmüller dem Fachhandel 24 „Industrial-Styles“ in verschiedenen „wood“- oder „stone“-Optiken zum Kleben oder Klicken an. Die Klickvariante „Wineo 600 rigid“ bietet laut Herstellerangaben einen Produktaufbau, der die Stabilität eines Rigid-Core-Bodens mit der Elastizität eines klassischen Designbodens vereint.

Der Rigid-Boden besteht im Kern aus einem starren Polymermaterial, das mit elastischen Außenschichten ummantelt ist. Aufgrund dieses Aufbaus spricht der Hersteller dem Boden mehrere positive Eigenschaften zu. Er soll langlebig, stabil, gelenkschonend sowie schallsisolierend und angenehm fußwarm sein. „Wineo 600 rigid“ könne ferner schnell, sauber und problemlos über einem vorhandenen Belag installiert werden, ohne dass sich der Untergrund dabei abzeichne. Selbst kleinere Unebenheiten des Untergrundes würden überbrückt und das sogenannte „Durchtelegraphieren“ dank der integrierten „Telestop-Funktion“ verhindert werden.

Das Produkt ist mit einer Nuttschicht von 0,4 mm erhältlich. In den Nutzungsklassen 23, 31 und 41 eigne es sich sowohl für den privaten Einsatzbereich als auch für das „Semi-Objekt“. Dank wasserresistenter Eigenschaften könne der Boden zudem in Nassbereichen verlegt werden.

Um die Vermarktung der neuen Kollektion zu unterstützen, stellt Wineo attraktive Verkaufsförderungsmaterialien zur Verfügung, die direkt über das Wineo-Partner-Portal bestellt werden können. Musterwagen-Bestückungen, Drehkollektion sowie das Leporello vermitteln alle wesentlichen Informationen zum Produkt.

Verkaufsunterstützung bietet zudem der Wineo-Floor-Viewer, mit dem Verbraucher, Planer oder Architekten ihr Wunschdesign im eigenen Raum visualisieren können. Das bringt den Vorteil, sich schon im Vorfeld ein Bild des ausgestalteten Raumes zu machen.

www.wineo.de



Die neue Kollektion „Wineo 600 rigid“ vereint das Beste aus zwei Welten: Die Stabilität des Rigid-Cores mit der Elastizität eines klassischen Designbodens.

Bild: Windmüller



Mit dem Designboden „Wineo 600“ geht jede Renovierung schnell, sauber, einfach und ohne große Untergrundvorbereitung von der Hand. Selbst kleinere Unebenheiten des Untergrundes werden damit überbrückt und das „Durchtelegraphieren“ verhindert.

Bild: Windmüller

service personalien



Jochen Zimmermann besetzt bei Ardex seit 1. Januar 2020 die neu geschaffene Stelle als Vertriebsleiter für die Bereiche Fliese und Bau. Zimmermann hatte in den letzten 13 Jahren die Verkaufsleitung Mitte inne. Davon war er 19 Jahre lang im Baustoffhandel tätig. Dirk Tolksdorf löst ihn als Vertriebsleiter Mitte ab. Nach langjähriger Vertriebsverantwortung in der Bauzulieferindustrie und des Großhandels war er zuletzt als Geschäftsführer bei einem Dienstleistungsunternehmen für den Farbengroßhandel tätig. ■



Bilder: Ardex



Bild: Gerflor

Michael Stein übernahm zum 1. April 2020 zusätzlich zu seiner Aufgabe als Geschäftsführer für Marketing und Vertrieb von Gerflor Mipolam Deutschland auch die Verantwortung über die Aktivitäten in der Schweiz. Er ist bereits seit Ende letzten Jahres Geschäftsführer von Gerflor Österreich und folgt damit auf Gerhard Hausegger, der nach über 25 Jahren in den Ruhestand geht. Stein war schon vor seinem Engagement bei Gerflor Mipolam viele Jahre in unterschiedlichen Führungspositionen tätig – unter anderem als Vertriebs- und Marketing-Direktor bei Desso sowie in leitender Vertriebsfunktion bei Armstrong DLW. ■



Bild: Pajarito

Dr. Matthias Niewind hat zum 1. Februar 2020 die Standortleitung für Pajarito in Mettmann übernommen. Er tritt damit die Nachfolge von Marcus Behrens an, der das Unternehmen auf eigenen Wunsch zum 31. März 2020 verlassen hat. Das Aufgabengebiet von Dr. Niewind umfasst die Koordination von strategischen Weichenstellungen der Marke Pajarito sowie die Einhaltung von Qualitätsstandards in diesem Bereich. Der 51-jährige promovierte Maschinenbauingenieur mit Zusatzqualifikation zum Entwicklungs- und Konstruktionsmanager verfügt über rund 25 Jahre

Führungserfahrung im Umfeld der Montage- und Fertigungstechnik. ■



Bild: Proline

Lisa Leonhard kehrt nach einem einjährigen Gastspiel in einer baufremden Branche zu Proline nach Boppard zurück.

Leonhard ist Fachkauffrau für Marketing und war bereits von 2014 bis 2018 als Marketing-Referentin für klassische und neue Medien bei dem Hersteller für Fliesenprofile und Terrassensysteme tätig. In ihrer neuen Funktion koordiniert sie vor allem den Bereich nationale Messeauftritte sowie korrespondierende Fachhandels- und Händlermessen. Darüber hinaus gehört die Unterstützung des Fachhandels durch regionale Marketingmaßnahmen zu einem weiteren wichtigen Inhalt ihrer Arbeit. ■



Project Floors hat die Positionen der Bezirksleiter für Baden-Württemberg und Hessen zum 1. März 2020 neu besetzt. Michael Kovac (46) übernimmt die Betreuung des Gebietes Baden-Württemberg. Der gelernte Groß- und Außenhandelskaufmann hat sich bereits in seiner Ausbildung auf die Sparte Inneneinrichtung fokussiert. Durch langjährige Tätigkeit bei einem namhaften Verbund der Branche war er schwerpunktmäßig mit dem Thema Bodenbeläge beschäftigt. Für den Großraum Hessen ist Florian Volk (30) fortan verantwortlich für den ersten Kontakt vor Ort. Der Industriekaufmann und Wirtschaftsfachwirt bringt durch Anstellungen sowohl im Innen- als auch im Außendienst bei Unternehmen der Branche ausreichend Erfahrung mit. ■



Bilder: Project Floors



Bild: Object Carpet

Stefanie Walz verstärkt seit 1. März 2020 das Design-Team von Object Carpet. Der Teppichbodenanbieter will damit seine Beratungskompetenz für Architekten und

Planer stärken. Walz studierte Innenarchitektur und gestaltete bisher Konzeptionen für Messen, Events und Showrooms. Bei Object Carpet soll sie künftig Architekten und Planer bei der Realisierung anspruchsvoller Gestaltungskonzepte im Bereich textiler Bodenbeläge begleiten. ■



Bilder: Windmüller

Mit dem Vertriebsprofi Michael Beis (47) hat Windmüller mit seiner Bodenmarke „Wineo“ seit 1. Februar 2020 einen neuen Gebietsverkaufsleiter Objekt für Bayern an Bord. Mit über 20-jähriger Branchenerfahrung bringt der gelernte Groß- und Außenhandelskaufmann beste Voraussetzungen für seine neue Aufgabe mit. Beis berät Architekten, ausschreibende Stellen, Generalunternehmen und Objektausstatter und wird die Vertriebsaktivitäten und die Markenbekanntheit des Unternehmens weiter ausbauen. Michael Beis folgt auf Helmut Grum, der seit Ende 2013 im Gebiet Bayern als Gebietsverkaufsleiter Objekt tätig war und zum 31. März 2020 in den Ruhestand ging. ■



wineo

THAT'S FLOORING

wineo 600 rigid
DESIGNBODEN

SPECIAL

EINEN KLICK
BESSER