

HEIMTEX



Europas große Wirtschafts- und Handelszeitschrift für
Bodenbeläge, Tapeten, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz

Franz Neuhofer, Geschäftsführender Gesellschafter, FN Neuhofer:
„Lieferfähigkeit ist uns enorm wichtig.“

Seite 34

Interface Nachhaltigkeit ist wirtschaftlich

Seite 28





Zahlreiche Messegäste
zum 90-jährigen Jubiläum
Südbund Wohntage
voller Erfolg

Unter dem Motto „Gemeinsam Messe erleben“ zog es Raumausstatter aus Deutschland, Österreich, Schweiz, Belgien, Luxemburg und Italien nach Backnang. Der Südbund lud am 28. und 29. September 2022 Besucher zu der Fachmesse Wohntage Herbst/Winter 2022 ein. Das Branchenereignis rund um Raumgestaltung und -design erwies sich zum 90. Unternehmensjubiläum sowohl für die Aussteller als auch Gäste als Magnet.

So viele Aussteller wie nie zuvor

Die rund 1.600 Teilnehmer informierten sich bei 121 Firmen an 116 Ausstellungsständen über die neuesten Produkte, Trends und Ideen.

Der Einkaufsverband konnte sieben neue Aussteller dazugewinnen und der Firmensitz des Südbundes verwandelte sich für zwei Tage in ein Messezentrum, in dem die Gäste die →



Anna Reif, die für die Trendhäuser verantwortlich zeichnet, mit Klaus Kurringer, Vorstand Südbund.



Associated Weavers



**Dieter Overkamp,
Objectflor und
Tilo Höbel, Tarkett**



**Anna Pietz, Hohenberger
Manufaktur für Tapeten**



Mirja Toros, Vorwerk



**Stefan Ullmann,
Höpke Textiles**



**Jürgen Walter und
Christoph Gamerdinger,
Kiesel Bauchemie**

angenehme familiäre Atmosphäre genossen. „Die komplette Ausstellerfläche war restlos ausgebucht und die Nachfrage, wie bereits in den vergangenen Jahren, sogar noch höher“, so Klaus Kurringer, Vorstand vom Südbund.

Die besondere Messe der Vielfalt

Ob Raumausstatter, Architekt, Bodenleger oder Berufsschulklasse des Handwerks – das Angebot lockte viele in den Rems-Murr-Kreis und reichte vom Sonnen- und Insektenschutz, Gardinen, Dekostoffen, Bodenbeläge, Wandgestaltung, Raumakustik, Schlafsysteme, Bettwaren, Heimtextilien über Wohnaccessoires bis hin zu Werkzeugen, Arbeitsmitteln und Zubehör.

Neben den Vertragslieferanten, die ihre Produkte präsentierten, waren die Trendhäuser die Highlights, die dieses Mal mit den Farbtrends »Air, Earth, Fire and Water« liebevoll dekoriert waren. Mit den harmonisch miteinander kombinierten Farbwelten setzten sie Akzente und rückten das Thema Wohnambiente in den Mittelpunkt. Ein weiteres Herzstück bildete die Vorstellung der neuen Südbund-Eigenkollektionen „Stoffwelten Herbst 2022“, „Teppich auf Maß“ und die „Ringtauschfenster 2023“, mit den die Genossenschaft ihren Mitgliedern und Kunden attraktive Artikel bietet. Das sind gute Gründe, weshalb die Messegäste immer wiederkehren. Ebenso schätzen sie die kurzen Wege und den einzigartigen Charakter der Messe.

Eine tolle Stimmung herrschte auch bei der Abendveranstaltung, bei der die große Teppichhalle in eine Eventlocation umfunktionierte wurde. Bei stilvoller Live-Musik der 1930er Jahre und Cocktails feierten die Gäste gemeinsam 90 Jahre Südbund. Entspannt und gemütlich ließen sie den Messetag ausklingen und notierten sich bereits den nächsten Termin der Wohntage Frühjahr/Sommer 2023, die am 25. und 26. Januar 2023 in Backnang stattfinden.

Termine Wohntage 2023 und 2024

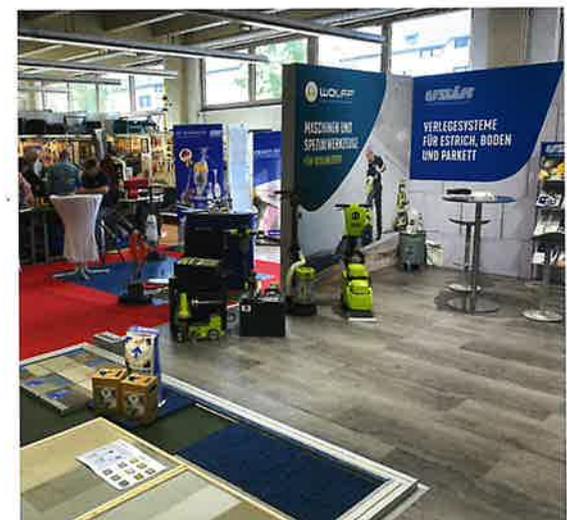
- Wohntage Frühjahr/Sommer 2023:
25. und 26. Januar 2023
- Wohntage Herbst/Winter 2023:
27. und 28. September 2023
- Wohntage Frühjahr/Sommer 2024:
17. und 18. Januar 2024



Object Carpet (links), Apelt (rechts).



Windmüller



Uzin Utz / Wolff

Spitzenduo: Windmüller und Moduleo

Nachhaltigkeit hält als zusätzliche, 14. Bewertungskategorie Einzug in die Großhandelsumfrage LVT. Trotzdem oder vielleicht gerade deshalb bleibt Windmüller in der Gesamtwertung vorn. Sieben erste Plätze in den Einzelkategorien und drei erste Plätze in den zusammengefassten Kategorien sprechen eine eindeutige Sprache. Aber Moduleo zieht in der Gesamtnote mit dem Dauersieger gleich.

Eng geht es eigentlich immer zu, wenn BTH Heimtex den deutschen Großhandel bittet, seine LVT-Lieferanten zu benoten. Das ist auch 2022 so: Die elf Firmen, die genug Bewertungen erhalten haben, um es in die Wertung zu schaffen, liegen in der Gesamtnote gerade einmal 0,5 Punkte auseinander. Angesichts eines so dicht gedrängten Teilnehmerfeldes von Siegern und Verlierern zu sprechen, wäre ungerecht. Aber Ehre, wem Ehre gebührt: Moduleo krönt die Aufwärtstendenz der vergangenen Jahre mit dem Sprung auf

Platz 1 unserer Exklusiv-Umfrage und zieht gleich mit Windmüller, die ihrerseits zum vierten Mal in Folge ganz oben auf dem Siebertreppchen stehen. Nur 0,2 Punkte dahinter bilden Adramaq, Gerflor Mipolam und Objectflor ein Trio auf Platz 3. Und dann geht es mit Oneflor-Europe/Project Floors, Amorim/Amtico und Forbo Flooring/Tarkett wieder mit Doppelbelegungen bis zu Rang 10. Wie gesagt: ein enges Feld.

Daran hat sich auch nichts dadurch geändert, dass unsere Befragung eine zusätzliche Kategorie bekommen hat: Nachhaltigkeit. Wir haben die 14. Rubrik inhaltlich bewusst allgemein gehalten, fragen nicht speziell nach nachhaltigen Produkten, Recyclingkonzepten oder dem Einsatz von grüner Energie in der Produktion. Welche Aspekte der Nachhaltigkeit ihnen bei ihren Lieferanten wichtig sind, sollen die befragten Großhändler selbst entscheiden – und dann bewerten, inwieweit ihre Industriepartner dort schon gut aufgestellt sind oder noch Nachbesserungsbedarf haben. Weil wir Nachhaltigkeit nicht definieren, haben wir sie bei unseren zusammenfassenden Kategorien dem Management zugeordnet, denn dort ist dieses wichtige – in Zukunft vielleicht das wichtigste – Thema in der Unternehmensorganisation sinnvollerweise aufgehängt.

Apropos zusammenfassende Kategorien: Mit denen geben wir unseren 14 Einzelkategorien eine übergeordnete Struktur. Ein Blick auf die fünf Segmente (siehe Seite 46) lohnt sich auch deshalb, weil dort nicht immer nur die Sieger der Einzelkategorien auftauchen. Mit dabei sind auch Firmen, die vielleicht „nur“ zweite und dritte Plätze belegen, aber insgesamt betrachtet eben doch eine sehr gute Performance hinlegen.

Von den 14 Einzelwertungen hat Windmüller diesmal sieben gewonnen, Moduleo und Objectflor je drei und Gerflor Mipolam, Oneflor-Europe und Project

Ranking LVT nach Durchschnittsnoten

Hier werden alle Noten eines Anbieters addiert und daraus die Durchschnittsnote über alle Kategorien ermittelt. Sie sagt nichts über die Verteilung der Einzelnoten aus.

Platzierung / Firma	Durchschnittsnote
1. Moduleo	2,1
1. Windmüller	2,1
3. Adramaq	2,3
3. Gerflor Mipolam	2,3
3. Objectflor	2,3
6. Oneflor-Europe	2,4
6. Project Floors	2,4
8. Amorim	2,5
8. Amtico	2,5
10. Forbo Flooring	2,6
10. Tarkett	2,6

Sieger LVT nach Kriterien

Kategorie	Sieger	Ø-Note
Qualität Innendienst	Windmüller <small>Sieger 2021: Windmüller</small>	1,6 1,7
Qualität Außendienst	Windmüller <small>Sieger 2021: Moduleo</small>	1,7 1,9
Lieferschnelligkeit	Objectflor <small>Sieger 2021: Gerflor Mipolam</small>	1,9 2,1
Lieferzuverlässigkeit	Objectflor <small>Sieger 2021: Gerflor Mipolam</small>	1,9 2,1
Reklamationsbearbeitung	Moduleo <small>Sieger 2021: Moduleo</small>	1,9 2,2
Preis-Leistungs-Verhältnis	Oneflor-Europe <small>Sieger 2021: Moduleo</small>	1,5 2,0
Produktinnovation	Windmüller <small>Sieger 2021: Windmüller</small>	2,0 1,7
Produktqualität	Objectflor, Project Floors <small>Sieger 2021: Amtico, Objectflor, Windmüller</small>	1,8 1,7
Markenstärke	Windmüller <small>Sieger 2021: Windmüller</small>	1,7 1,6
Sympathiewert	Windmüller <small>Sieger 2021: Windmüller</small>	2,0 2,0
Marketing	Windmüller <small>Sieger 2021: Objectflor</small>	2,2 2,0
Vertriebspolitik	Moduleo <small>Sieger 2021: Moduleo</small>	2,1 2,4
Nachhaltigkeit	Windmüller <small>Sieger 2021: – Neue Kategorie –</small>	1,9 –
Zukunftsperspektiven	Gerflor Mipolam, Moduleo <small>Sieger 2021: Windmüller</small>	2,0 1,8

Objectflor, Expona Simplay



Floors je eine. Bei Produktqualität und den Zukunftsperspektiven gab es jeweils zwei Sieger. Wie auch beim Marketing liegen die LVT-Anbieter in diesen beiden Kategorien besonders eng beieinander; der Abstand zwischen Rang 1 und 10 beträgt maximal 0,7 Punkte. Deutlich mehr Luft zwischen dem Erst- und Letztplatzierten sehen wir beim Preis-Leistungs-Verhältnis (1,9 Punkte) – hier wurden mit 1,5 und 3,4 auch die beste beziehungsweise schlechteste Einzelnote der gesamten Umfrage verteilt. Bei Markenstärke, Nachhaltigkeit (jeweils 1,3 Punkte) und der Vertriebspolitik (1,2) klaffen die Bewertungen ebenfalls recht weit

Zahl der Erstplatzierungen



auseinander.

Fazit: Gesamtnoten zwischen 2,1 und 2,6 lassen keinen anderen Schluss zu, als dass die Befragten mit ihren Lieferanten gegenwärtig sehr zufrieden sind. Das ist gut, und das ist in den aktuell schwierigen Zeiten wichtig – unsere Umfrage wurde Ende August/Anfang September durchgeführt –, denn jetzt ist eine vertrauensvolle Zusammenarbeit unbedingt nötig. Wo aus Sicht ihrer Kunden aus dem Großhandel die individuellen Stärken der einzelnen Anbieter liegen und wo noch Luft nach oben ist, sagen wir Ihnen in der Detailbetrachtung aller elf Firmen in alphabetischer Reihenfolge:

Adramaq

Erstmals auf einem Medaillenplatz

Die Kernkompetenz von Jab Anstoetz mag auf Textilien für die Raumausstattung liegen, aber mit LVT ist seit 2013 eine erfolgreiche Erweiterung des Sortiments gelungen. Unter der Marke Adramaq wird der Großhandel beliefert. 46 % der Teilnehmer an unserer Umfrage führen die Produkte der Westfalen und sind sehr zufriedene Kunden. Mit der unverändert gebliebenen Gesamtnote 2,3 klettert das Unternehmen von Platz 5 im Vorjahr jetzt auf Rang 3: Bronzemedaille. Ein erster Platz in den Einzelkategorien ist – noch – nicht dabei, aber drei zweite Ränge für Lieferschnelligkeit, -zuverlässigkeit und Reklamationsbearbeitung machen Adramaq zum Sieger in der zusammenfassenden Kategorie Service. Außergewöhnlich gut bewertet wird der Innendienst. Top-Platzierungen gibt es außerdem für das Marketing und die Vertriebspolitik, so dass im Cluster Management noch ein dritter Platz herauspringt. Zum Management gehört auch die neue Kategorie Nachhaltigkeit, in der Adramaq nur mäßig bewertet wird. Das ist insofern verwunderlich, als Jab Anstoetz das Thema etwa bei seinen Stoffkollektionen stark vorantreibt. Noch in einer weiteren Kategorie sollte die LVT-Sparte den Textilien nahefeiern: Die Markenstärke sieht der Großhandel ebenfalls als ausbaufähig an.

Amorim

Bei Nachhaltigkeit gepunktet

Die Gesamtnote im Vergleich zum Vorjahr um einen Zehntelpunkt auf 2,5 verbessert, Platz 8 statt Rang 10, mit einer Ausnahme keine Bewertung schlechter als 2,7 – Amorim kann mit der Note durch 38 % der Teilnehmer am Kundenbarometer LVT 2022 zufrieden sein. Zwar sind die Delmenhorster zumeist in der unteren Tabellenhälfte zu finden, aber bis zur Top 3 fehlen in diesem engen Feld häufig nur wenige Nachkommastellen. Deutliche Lücken nach vorne gibt es beim Außendienst und beim Preis-Leistungs-Verhältnis →

WOHNGESUNDHEIT DAS BESTE FÜR MEINE FAMILIE

Den Alltag zu Hause leben mit Materialien, die in jeder Hinsicht unbedenklich sind. Zu jeder Zeit tief durchatmen können – all das bedeutet Wohngesundheit. Dazu leistet PURLINE Bioboden einen wichtigen Beitrag, denn er gibt keine schädlichen Stoffe an die Raumluft ab.



PURLINE Bioboden Nachhaltig und wohngesund

- frei von schädlichen Ausdünstungen
- Cradle-to-Cradle zertifiziert
- mit vielen Umwelt-Siegeln zertifiziert
- leise und geruchsneutral
- fußwarm und gelenkschonend
- basiert auf dem Hochleistungsverbundwerkstoff eçuran
- Made in Germany: ohne Zusatz von Chlor, ohne Weichmacher und ohne Lösungsmittel

Die neue Wohn'gesund Kollektion

- 26 Traumdekore für den privaten Einsatzbereich
- Bewährtes „3 in 1“ System: Zum Kleben, Klicken und als Multi-Layer erhältlich
- NEU: Ein Produkt in zwei Ausführungen: PREMIUM und BASIC
- NEU: Interior-Farbempfehlung zu jedem Dekor durch vier abgestimmte Trendwelten

WINEO 1000
BRANDNEU & SOFORT VERFÜGBAR!



Hier erfahren Sie mehr über die neu wineo 1000.



sowie dem Sympathiewert. Ob sich die Note 2,7 für die Zukunftsperspektiven lediglich auf das LVT-Sortiment oder das gesamte Unternehmen bezieht, bleibt unklar. Sorgen muss man sich um die Vertriebstochter des portugiesischen Weltmarktführers für Korkbodenbeläge ganz sicher nicht. Zumal Amorim bei einem der wichtigsten Zukunftsthemen mit Rang zwei seine beste Platzierung einfährt: In der Kategorie Nachhaltigkeit profitiert das Team um Geschäftsführer Tomas Cordes sicherlich von seinem positiven Image als Spezialist für den nachhaltigen Rohstoff Kork.

Amtico Uneinheitlich

Bis auf einen ersten Rang ist in den Bewertungen für Amtico wirklich alles dabei. Das Spektrum reicht von 1er-Noten und Top-Platzierungen für Produktqualität, Innovationen und Markenstärke über diverse Ränge im Mittelfeld bis zur roten Laterne für Preis-Leistungs-Verhältnis und Lieferschnelligkeit – die LVT kommen größtenteils aus dem Stammwerk in Großbritannien, das Hauptlager für Kontinentaleuropa befindet sich in Bremen. All das summiert sich zu einer soliden 2,5 und Platz 8 im Ranking nach Durchschnittsnoten. Damit hat sich das Unternehmen gegenüber 2021 (2,4 und Platz 7) nur minimal verschlechtert. Unsicherheit herrscht über die Zukunftsperspektiven. Nach dem Ausscheiden des langjährigen Geschäftsführers Oliver Kluge Ende 2021 – er ist inzwischen für Marketing und Vertrieb bei Windmüller verantwortlich – hören auch wir wenig aus der Firmenzentrale in Neuss. Dabei ist

der LVT-Pionier mit seiner starken Marke und den hochwertigen Produkten für viele Großhändler unverzichtbar: In der diesjährigen Umfrage führen 51 % der Teilnehmer Amtico im Sortiment.

Forbo Flooring Unverändert

Wer nicht gerade Parkett oder Laminatböden sucht, hat gute Chancen, bei Forbo Flooring fündig zu werden. Das breite Sortiment von textilen und elastischen Belägen bis zum Sauberlauf ist sicherlich ein Vorteil, mag aber auch der Grund dafür sein, warum der Großhandel bei einer einzelnen Warengruppe – in diesem Fall LVT – nicht ganz zufrieden mit den Paderbornern ist. Von Markenstärke, Produktqualität und Nachhaltigkeit abgesehen, sind die Platzierungen unterdurchschnittlich, wenn oft auch nur wenige Zehntelpunkte vom Siegertreppchen entfernt. Was die Gesamtnote (2,6) und die Platzierung (Rang 10) angeht, hat sich gegenüber dem Vorjahr keine Veränderung ergeben. Damals haben wir das Verhältnis von Forbo Flooring zum Großhandel als „nach wie vor schwierig“ bezeichnet; auch wenn immerhin 63 % in unserer Umfrage die Produkte führen, hat sich an dieser Einschätzung nichts geändert. Vielleicht gelingt es dem neuen Geschäftsführer Peter Schulte, die Beziehung zu verbessern. Er arbeitet sich derzeit an der Seite seines ins Top-Management des Schweizer Konzerns aufgestiegenen Vorgängers Martin Thewes in das zukünftige Arbeitsgebiet ein.

Gerflor Mipolam Die besten Zukunftsperspektiven

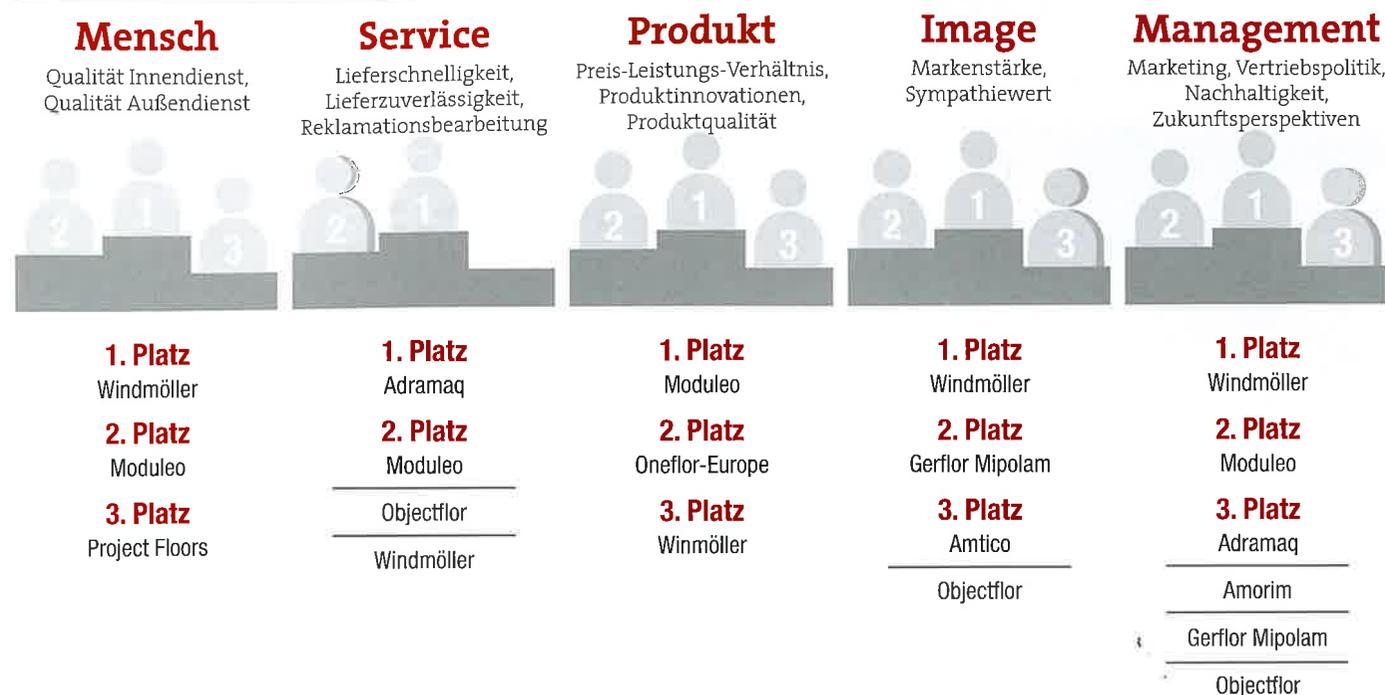
74 % der Teilnehmer an unserer Umfrage haben LVT von Gerflor Mipolam gelistet; gemeinsam mit Objectfloor hält das Unternehmen damit den Spitzenplatz. Die Durchschnittsnote fällt 2022 mit 2,3 lediglich um eine Zehntelstelle schlechter aus als im Vorjahr und statt Platz 2 ist es diesmal Rang 3. Die Kunden im Großhandel haben offenbar wenig Grund zur Klage, sehen ihren Lieferanten in den Einzelkategorien fast immer in der oberen Hälfte, häufig sogar in den Top 3. Im Vergleich zu 2021 verloren gingen die Spitzenplätze für Lieferschnelligkeit und Liefertreue; aktuell ist es jeweils Rang 4. Dafür attestieren die Grossisten Gerflor Mipolam jetzt neben Moduleo die besten Zukunftsperspektiven. Die Vertriebspolitik kommt nicht ganz so gut weg, das war schon 2021 so. Und auch in Sachen Nachhaltigkeit ist der Großhandel noch nicht vollständig überzeugt. Beim nächsten Mal könnte das schon anders sein: „Wir wollen unseren CO₂-Fußabdruck bis 2025 um weitere 20 % senken“, kündigt Marketingleiter Frank Selbeck für den →



Foto: Windmüller

Die Unterschiede liegen im Detail

Was ist Ihnen wichtig: Service, Image, Produkt? Diese Kategorien geben Orientierung



Gerflor-Konzern an. Und der Recyclinganteil in den Produkten soll um 20 % steigen.

Moduleo Diesmal an der Spitze

Für den belgischen Hersteller IVC mit seiner LVT-Marke Moduleo war es kein leichter Weg an die Spitze der Großhandelsumfrage LVT. Rückblick: Qualitäts- und Lieferprobleme sorgten 2018 für einen Absturz in den Bewertungen. Unter der Führung von Olivier Bossuyt,

im Konzern inzwischen zum General Manager Unilin Flooring D/A/CH avanciert, wurde nach und nach verlorenes Terrain zurückgewonnen. 2020 war es schon der fünfte Platz, 2021 dann der zweite und nun hat Moduleo mit der Durchschnittsnote 2,1 mit Dauersieger Windmüller gleichgezogen. Allerdings beliefern sie mit 38 % nur gut halb so viele Teilnehmer unseres Panels wie Windmüller. Dreimal stehen die Belgier in den Einzelkategorien auf Platz 1 (Reklamationsbearbeitung, Vertriebspolitik, Zukunftsperspektiven). Sie gewinnen die zusammenfassende Kategorie Produkt und landen bei Mensch, Service und Management auf Rang 2. Während die Produktqualität inzwischen eine glatte 2 erhält und die Lieferschnelligkeit ebenfalls als gut bewertet wird, könnte Moduleo bei der Lieferzuverlässigkeit noch besser werden. Als größte Baustelle betrachtet der Großhandel gegenwärtig das Marketing.

Objectflor Dreimal ganz oben

Man kann das Abschneiden von Objectflor aus zwei Blickwinkeln betrachten. Mit 74 % gemeinsam mit Gerflor Mipolam die meisten Listungen in unserer Umfrage, der dritte Platz in der Gesamtwertung, die gute Gesamtnote 2,3 sowie die wichtigen Einzelkategorien Lieferschnelligkeit, Lieferzuverlässigkeit und Produktqualität gewonnen und in den Clustern Service,

Image und Management ebenfalls in den Top 3: Das ist entweder ein sehr gutes Ergebnis - oder es ist wieder ein kleiner Rückschritt. Denn die Kölner haben unsere ersten drei LVT-Umfragen gewonnen, wurden dann als Dauersieger von Windmüller auf Rang 2 verdrängt und landen in der siebten Auflage erstmals „nur“ auf Rang 3. Sicherlich werden Stephan Wolff und Dieter Overkamp, seit Kurzem als Co-Geschäftsführer für Vertrieb und Marketing zuständig, die Entwicklung im Auge behalten. Aber Sorgen machen müssen sie sich nicht. Die schwache Vorjahresleistung in der Paradedisziplin Lieferzuverlässigkeit hat Objectflor bereits eindrucksvoll überwunden. Echten Verbesserungsbedarf sehen die Großhändler gegenwärtig allenfalls beim Außendienst, für das Preis-Leistungs-Verhältnis und in unserer neuen Kategorie Nachhaltigkeit.

Oneflor-Europe Gelungene Premiere

Gerade einmal sechs Jahre ist es her, dass Oneflor-Europe vom belgischen Kortrijk aus die Belieferung des Großhandels aufgenommen hat. Hinter dem Unternehmen stehen asiatische Investoren und ein südkoreanischer LVT-Hersteller. Geschäftsführer Hervé Paugain und Vertriebsleiter Christian Lukas haben Oneflor inzwischen im dreistufigen Vertrieb etabliert. Zumindest was die Präsenz angeht, bewegt sich der Newcomer mit 38 % Bewertungen in unserer Umfrage aktuell auf dem Niveau von Amorim und Moduleo. Und zufrieden ist die Kundschaft auch, wie sich an



der Gesamtnote 2,4 und Platz 6 ablesen lässt. Ganz vorne liegt Oneflor beim Preis-Leistungs-Verhältnis, für das die Belgier mit 1,5 die beste Einzelbewertung des gesamten Kundenbarometers erhalten. Jeweils in den Top 3 rangieren sie auch mit ihrem Außendienst, bei der Reklamationsbearbeitung und mit ihrem Vertriebskonzept. Letzteres schließt die Belieferung von Onlinehändlern aus und umfasst auch die Lieferung von kleinen Mengen für Eigenmarken des Großhandels. Von daher fallen die letzten Plätze für die →

BTH Heimtex Großhandelsumfrage LVT 2022 Panel und Methodik

Die Exklusiv-Umfrage von BTH Heimtex zur Qualität der Anbieter von LVT im deutschen Großhandel wurde Ende August/Anfang September 2022 schriftlich durchgeführt. Auf Produkt-, Segment- oder Vertriebsschwerpunkte geht die Befragung ebenso wenig ein wie auf Umsatzvolumina und Absatzmengen. Die Großhändler bewerten ihre Lieferanten mit Schulnoten zwischen 1 (sehr gut) und 5 (mangelhaft). Für jeden Anbieter werden 14 Kriterien abgefragt, darunter objektiv messbare wie Lieferschnelligkeit genauso wie subjektiv empfundene wie Sympathiewert und Zukunftsperspektiven. Anschließend werden sämtliche Noten zusammengezählt und durch die Anzahl der Bewertungen geteilt. Heraus kommen vergleichbare Durchschnittsnoten, aus denen die einzelnen Rankings und das Gesamtergebnis gebildet werden.

Qualität Innendienst		Qualität Außendienst		Liefer-schnelligkeit		Liefer-zuverlässigkeit		Reklamations-bearbeitung	
Windmüller	1,6	Windmüller	1,7	Objectflor	1,9	Objectflor	1,9	Moduleo	1,9
Project Floors	1,8	Moduleo	1,9	Adramaq	2,0	Adramaq	2,0	Adramaq	2,1
Adramaq	1,9	Oneflor-Europe	1,9	Windmüller	2,0	Project Floors	2,0	Oneflor-Europe	2,2
Gerflor Mipolam	1,9	Project Floors	2,1	Gerflor Mipolam	2,1	Gerflor Mipolam	2,1	Windmüller	2,3
Moduleo	1,9	Gerflor Mipolam	2,2	Moduleo	2,1	Windmüller	2,1	Objectflor	2,4
Objectflor	2,0	Adramaq	2,4	Oneflor-Europe	2,1	Oneflor-Europe	2,2	Project Floors	2,4
Amorim	2,3	Objectflor	2,5	Project Floors	2,1	Amtico	2,4	Gerflor Mipolam	2,5
Forbo Flooring	2,3	Tarkett	2,5	Forbo Flooring	2,3	Forbo Flooring	2,4	Forbo Flooring	2,6
Oneflor-Europe	2,3	Amtico	2,6	Amorim	2,5	Moduleo	2,4	Amorim	2,7
Tarkett	2,4	Forbo Flooring	2,6	Tarkett	2,7	Amorim	2,5	Amtico	2,7
Amtico	2,5	Amorim	2,7	Amtico	2,9	Tarkett	2,8	Tarkett	2,8

Preis-Leistungs-Verhältnis		Produkt-innovation		Produktqualität		Markenstärke		Sympathiewert	
Oneflor-Europe	1,5	Windmüller	2,0	Objectflor	1,8	Windmüller	1,7	Windmüller	2,0
Moduleo	1,8	Amtico	2,1	Project Floors	1,8	Amtico	1,8	Gerflor Mipolam	2,1
Gerflor Mipolam	2,4	Moduleo	2,2	Amtico	1,9	Gerflor Mipolam	1,9	Moduleo	2,1
Adramaq	2,6	Objectflor	2,3	Gerflor Mipolam	1,9	Forbo Flooring	2,0	Objectflor	2,2
Tarkett	2,7	Adramaq	2,4	Windmüller	1,9	Objectflor	2,0	Adramaq	2,3
Windmüller	2,7	Amorim	2,4	Adramaq	2,0	Amorim	2,1	Oneflor-Europe	2,3
Forbo Flooring	2,8	Gerflor Mipolam	2,5	Moduleo	2,0	Tarkett	2,2	Amtico	2,4
Objectflor	2,8	Tarkett	2,5	Oneflor-Europe	2,0	Moduleo	2,3	Project Floors	2,4
Project Floors	2,9	Project Floors	2,7	Forbo Flooring	2,2	Project Floors	2,3	Forbo Flooring	2,6
Amorim	3,0	Oneflor-Europe	2,8	Amorim	2,3	Adramaq	2,7	Amorim	2,7
Amtico	3,4	Forbo Flooring	2,9	Tarkett	2,3	Oneflor-Europe	3,0	Tarkett	2,8

Marketing		Vertriebspolitik		Nachhaltigkeit		Zukunfts-perspektiven	
Windmüller	2,2	Moduleo	2,1	Windmüller	1,9	Gerflor Mipolam	2,0
Adramaq	2,3	Adramaq	2,5	Amorim	2,1	Moduleo	2,0
Objectflor	2,3	Oneflor-Europe	2,5	Tarkett	2,4	Objectflor	2,1
Forbo Flooring	2,6	Amorim	2,6	Moduleo	2,5	Windmüller	2,1
Gerflor Mipolam	2,6	Objectflor	2,6	Forbo Flooring	2,7	Tarkett	2,2
Amorim	2,7	Windmüller	2,6	Gerflor Mipolam	2,7	Oneflor-Europe	2,3
Amtico	2,7	Amtico	2,7	Amtico	2,8	Project Floors	2,3
Project Floors	2,7	Gerflor Mipolam	2,8	Objectflor	2,9	Adramaq	2,4
Tarkett	2,7	Project Floors	2,8	Adramaq	2,9	Forbo Flooring	2,5
Moduleo	2,8	Tarkett	2,9	Project Floors	3,0	Amtico	2,6
Oneflor-Europe	2,8	Forbo Flooring	3,3	Oneflor-Europe	3,2	Amorim	2,7

eigene Markenstärke und das Marketing weniger ins Gewicht. Anders sieht das beim Thema Nachhaltigkeit aus, bei dem ist Oneflor ebenfalls Schlusslicht. Dennoch ist das insgesamt eine gelungene Premiere in der Detailbewertung unserer Großhandelsumfrage.

Project Floors Grundsolide

Ruhig ist es derzeit in der Firmenzentrale von Project Floors in Hürth bei Köln. Das muss kein schlechtes Zeichen sein. Und wenn man die Bewertungen

des LVT-Spezialisten anschaut, goutieren die knapp 60 % der Großhändler, die in unserer Umfrage Produkte der Rheinländer führen, die Leistungen ihres Lieferanten. Mit einer unverändert gebliebenen Gesamtnote von 2,4 verbessert sich Project Floors gegenüber dem Vorjahr um einen Rang auf Platz 6 und liefert insgesamt eine grundsolide Performance ab. Besonders heraus stechen die Qualität der Produkte aus Fertigung der taiwanesischen Mutter, für die es diesmal die Bestnote gab, und der Innendienst, dem zweitbesten im Feld. Weil auch die Kollegen vom Außendienst eine gute Arbeit machen, schaffen sie

es gemeinsam auf den Bronze-Rang in der zusammenfassenden Kategorie Mensch. Ausbaufähig sind die Leistungen nach Einschätzung des Großhandels hinsichtlich Nachhaltigkeit. Als unterdurchschnittlich werden das Marketing und die Markenstärke wahrgenommen.

Tarkett Dämpfer kassiert

2021 haben wir Tarkett schon kurz vor dem Sprung unter die Top 3 der Großhandelsumfrage LVT gesehen, aber das ist nicht passiert. Im Gegenteil: Die Gesamtnote hat sich aktuell von 2,3 auf 2,6 verschlechtert, und statt Rang 5 ist es diesmal der zehnte Platz. Das ist in dem eingangs beschriebenen engen Feld kein Beinbruch. Und angesichts einer Marktdurchdringung von 72 % bezogen auf unsere Umfrage ist das Unternehmen ein sehr starker Marktteilnehmer. Aber in Relation zu den Wettbewerbern schlechtere Noten für Lieferschnelligkeit und -zuverlässigkeit, Reklamationsbearbeitung, Produktqualität und den Innendienst führen zum niedrigsten Sympathiewert im Feld. Immerhin: Alle diese Bewertungen sind noch im 2er-Bereich. Seine beste Platzierung erreicht Tarkett in der Kategorie Nachhaltigkeit. Cradle-to-Cradle-zertifizierte Produkte oder Initiativen wie das Recyclingprogramm Restart werden im Markt positiv aufgenommen. Und die Zukunftsperspektiven des weltweit agierenden, milliardenschweren Bodenbelagskonzerns beurteilt der Großhandel ebenfalls als gut.

Windmüller Beeindruckende Leistung

Das Abschneiden von Windmüller und seiner Marke Wineo im Großhandelsbarometer LVT beeindruckt uns einmal mehr. 2022 gewinnt das Familienunternehmen sieben von 14 Einzelwertungen, drei (Mensch, Image, Management) unserer fünf zusammenfassenden Kategorien – in den beiden anderen kommt es unter die Top 3 – und wird schließlich mit der gegenüber 2021 unveränderten Durchschnittsnote von 2,1 zum vierten Mal in Folge Gesamtsieger der Umfrage. Dass Moduleo im Gesamtergebnis gleichziehen konnte, wird man in Augustdorf verschmerzen können. Zumal mit 69 % der Teilnehmenden knapp doppelt so viele Großhändler LVT von Windmüller führen wie vom belgischen Wettbewerber. Die Ostwestfalen haben den besten Innen- und den besten Außendienst, lassen die Konkurrenz bei den Produktinnovationen, der Markenstärke und dem Marketing hinter sich. Fast zwangsläufig werden sie daher auch als sympathischster Lieferant wahrgenommen. Windmüller setzt mit seinem „Bioboden“ seit Jahren auf nachwachsende Rohstoffe für ein wohn-gesundes Produkt, hat mit Ecuran einen Polyurethan-Werkstoff entwickelt, in dem petrochemische Komponenten durch natürliche ersetzt wurden, und bietet Produkte mit Cradle-to-Cradle-Zertifikat an. Das überzeugt den Großhandel: Rang 1 auch bei Nachhaltigkeit. Einzig beim Preis-Leistungs-Verhältnis und mit seiner Vertriebspolitik landet der Hersteller lediglich im oberen Mittelfeld. Alle übrigen Platzierungen sind Top 4. ■



1

Fotos: Wineo/Windmüller



2



3

- 1| Helle Betonoptik transportiert das urbane Lebensgefühl besonders gut. Wineo
- 2| Purline-„Bioboden“ ist fußwarm, fleckenunempfindlich und leicht zu reinigen. Er eignet sich auch für Feuchträume wie Badezimmer und Küche.
- 3| Der „Bioboden“ besteht überwiegend aus nachwachsenden Rohstoffen wie Raps- oder Rizinusöl und natürlichen Füllstoffen.

sich mit dem Purline-„Bioboden“ Wineo 1000 Urban Concrete Smoke in die Räume. Gar nicht kühl fühlt sich der elastische Bodenbelag wiederum unter den Füßen an. Er ist außerdem gelenkschonend, geräuscharm, fleckenunempfindlich und leicht zu reinigen. Purline eignet sich für Feuchträume wie Badezimmer und Küche und ist für die Verlegung auf Fußbodenheizungen geeignet.

Der „Bioboden“ besteht überwiegend aus nachwachsenden Rohstoffen wie Raps- oder Rizinusöl und natürlichen Füllstoffen; Windmüller bezeichnet ihn als nahezu emissionsfrei und geruchsneutral. Umweltsiegel wie der Blaue Engel und das Cradle-to-Cradle-Zertifikat bestätigen seine Ökobilanz.

www.SN-Home.de

und helles Terracotta. „Eiche in all ihren natürlichen Farbnuancen und heller Beton transportieren das urbane Lebensgefühl besonders gut bei den Bodenflächen“, heißt es beim Anbieter. Dabei lässt ein einheitliches Farbschema die oft kleinen, schmalen Räume von Stadtwohnungen größer und offener wirken.

Als perfekte Bodenkandidaten für den urbanen Wohnstil schlägt Windmüller mehrere Designs vor: Wineo 1000 Intensive Oak Honey, Wineo 1000 Calm Oak Shell oder Wineo 1000 Rustic Oak Ginger zum Beispiel, die mit ihrer matten Oberfläche und der dezenten Maserung authentisch und natürlich wirken. Die kühle Anmutung von Beton holt man

www.SN-Home.de

Wineo/Windmüller Purline trifft den Ton fürs Urban Living

Der typische „Großstadttrubel“ kann anregend sein, auf die Dauer aber recht fordernd. Da braucht es einen Rückzugsort zum Abschalten. Der Einrichtungstrend Urban Living bringt beides zusammen: Er holt die Vielfalt und Lebendigkeit der Stadt in den Wohnraum und kombiniert sie mit natürlichen Materialien, neutralen Farben und

geometrischen Formen für ein klares, ruhiges Ambiente.

Passende Bodenbeläge mit Umweltsiegel bietet Windmüller mit seinen Purline-„Bioböden“. Die Farbpalette umfasst zahlreiche natürliche Töne wie Weiß, helles Grau, Brauntöne, Grüntöne von Oliv bis Blattgrün