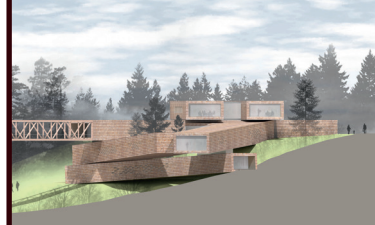




HolzLand
EXPO auf Schalke
 14. + 15.6.2016, VELTINS-ARENA



Meister
 Erfolgreich mit E-Commerce

Holzland-Expo
 Über 275 Aussteller

Besucherzentrum
 Wie liegende Baumstämme

www.HOLZonline.de 3 | 2016

HOLZ

mit Türen- und Fenstermarkt

Forum

Fachmagazin
 für die
 Holzbranche



Amorim:
Kernkompetenz Kork



HolzLand[®] EXPO auf Schalke

14. + 15.6.2016, VELTINS-ARENA

Effizient & kompakt
Wir freuen uns auf Ihren Besuch!



Kurz vor dem Anpfiff

An der Holzland-Expo wird eigentlich immer gefeilt, um, was gut ist, noch besser zu machen. Bereits vor zwei Jahren warteten die Organisatoren mit neuen Ideen auf, um die Veranstaltung aufzuwerten. Damals fand sie noch auf dem Gelände der Deutschen Messe in Hannover statt, teilweise unter dem durchaus als spektakulär zu bezeichnenden, weil wohl größten frei tragenden Holzdach der Welt. Doch die Organisatoren erkannten: es war Zeit, etwas Neues zu wagen. Allzu viele Spielorte boten sich dafür nicht an. Dass die Wahl schließlich auf die Veltins-Arena auf Schalke fiel, darf man durchaus als Glücksgriff bezeichnen.



2014 waren genau 218 Aussteller vor Ort. In diesem Jahr sind es über 275, ein Plus von rund 25 Prozent. Natürlich: Erstmals ist der Baustoffring mit dabei. Aber der eine oder andere dürfte auch durch die besondere Stadion-Atmosphäre gelockt worden sein.

Der Zugang zum Spielfeld ist übrigens gestaltet wie ein Kohleflöz, dunkel und relativ eng. Umso beeindruckender ist es, wenn sich vor einem das „weite Rund“ des Stadions öffnet. Ein Eindruck, der sich auch den Besuchern der Holzland-Expo bieten wird.

Das Sahnehäubchen auf der Veranstaltung ist natürlich, dass zeitgleich die Fußball-Europameisterschaft stattfindet. Fußballbegeisterte haben dabei die Gelegenheit, zwei Spiele beim Public Viewing in Stadionatmosphäre zu verfolgen. Dass zudem mit Werner Hansch eine Fußballreporterlegende als Moderator vor Ort sein wird, macht die Veranstaltung zu einer runden Sache.

Was gibt es neben den Vorberichten zur Holzland-Expo noch in dieser Ausgabe vom **Holzforum**? Das Thema Digitalisierung zieht sich durch das ganze Heft. Holzring-Geschäftsführer Olaf Rützel sieht durch das Internet neue Konkurrenten aus der ganzen Welt für den Holzhandel entstehen. Auch Holzland-Geschäftsführer Andreas Ridder glaubt, dass das Thema, obwohl bereits jetzt omnipräsent, weiter an Relevanz gewinnen wird. Ein Beispiel dafür bietet der Beitrag über das erweiterte I&M-Bauzentrum Kömpf in Calw im Nordschwarzwald (Bericht Seite 26). Der Markt wurde durch ein zusätzliches Omnichannel-Sortiment erweitert. Rund 150.000 Produkte von 200 Lieferanten stehen in dem virtuell verlängerten Regal den Kunden zur Verfügung. Das ist ein Wort! Kömpf selbst nennt den Schritt in die weite Online-Welt ein Experiment. Auf der anderen Seite: Kommt man heute überhaupt noch daran vorbei, den Kunden auf die eine oder andere Art und Weise einen solchen Service zu bieten?

Harald Bott

 **Kontakt**

Tel.: 07243/575-202
h.bott@daehne.de

Messe

- 10** Holzland Expo: Erstmals findet die Veranstaltung in der Veltins-Arena auf Schalke statt.
- 12** Alle Aussteller auf einen Blick.
- 15** Neuheiten der Aussteller.

Handel

- 19** Holzland: Geschäftsführer Andreas Ridder zu aktuellen Herausforderungen der Branche.
- 22** Holzring: Die Zukunft ist digital, ist Geschäftsführer Olaf Rützel überzeugt.
- 23** Holzring: Gesellschafterversammlung sieht vielversprechende Zukunft.
- 24** Hagebau Holzhandelstag: Nun auch Holzsortimente für E-Commerce.
- 26** Kömpf: Eurobaustoffhändler mit virtuell verlängertem Regal.

- 28** Eichsfeld-Holz: Management-Buy-Out durch langjährige Mitarbeiter.

Titel

- 30** Amorim: Neuer Showroom zeigt die ganze Vielfalt von Kork.

Anbieter

- 32** Mocopinus: Markante Holzstrukturen und attraktive Farben.
- 33** Jansen: Schnelle Beschichtung von Türoberflächen.
- 34** LFZ Lamps: Spezielle Leuchten aus Furnierholz.
- 36** Osmo: Geschäftsführer Torsten Mehlin begrüßt neues Konzept der Holzland Expo.

Nachhaltigkeit

- 38** Globales Konzept: Vor über 300 Jahren wurde der Begriff der Nachhaltigkeit geprägt.

- 28** PEFC: Zertifizierte Hölzer gewinnen an Bedeutung.
- 29** Reet: Schilf-Naturbaustoffe sind „baubiologisch empfehlenswert“.

Türen- und Fenstermarkt

- 45** Mosel Türen: Der Hersteller feiert in diesem Jahr sein 20-jähriges Bestehen.
- 46** Rubner Türen: Holzhaustüren mit hohem Einbruchschutz.
- 47** Sühac: Türenspezialist als Partner des Fachhandels.
- 48** Kurz berichtet

Böden

- 49** Meister: Hat den Fachbetrieb ins Internet übersetzt.
- 50** ter Hürne: Parkettböden mit Rissen und Narben.



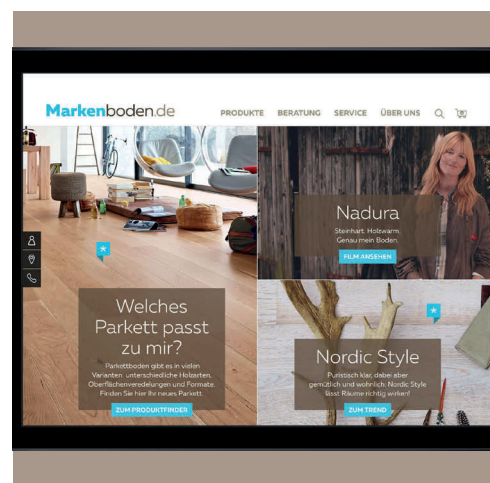
10

Auf 12.000 m² Innenraum und Spielfläche in der Veltins-Arena findet in diesem Jahr erstmals die Holzland Expo statt.



30

Mit einem neuen Showroom vermittelt Amorim einen umfassenden Überblick über die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von Kork.



49

Rund zwölf Wochen nach dem Start von Markenboden.de zieht Meister eine positive Bilanz der neuen E-Commerce-Plattform.

Kraftvoll in die Zukunft

Prinz® Profile für Bodenbeläge Perfektion bis ins Detail



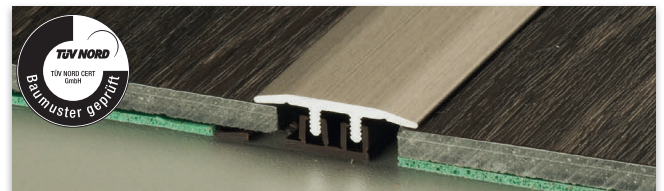
PS 400 Schraubprofilssystem

Das patentierte PS 400 System ist nicht nur extrem belastbar, sondern auch erstaunlich einfach zu montieren. Die Profile passen sich stufenlos in Höhe und Neigung dem Bodenbelag an. Die innovative Befestigung garantiert einen optimalen, dauerhaften Kraftschluss.



PROFI-TEC Clipsprofilssystem

Perfekte Optik dank verdeckter Befestigung, elegantes Design und hohe Belastbarkeit sind die Stärken des Profi-Tec Clipsprofilsystems. Durch den bogenverzahnten Gelenkstieg passen sich die Profile automatisch dem Untergrund an und schließen dicht ab.



PROFI-DESIGN Clipsprofilssystem

Speziell für schwimmend verlegte Designbeläge mit Aufbauhöhen von 4 – 7,5 mm wurde das neue, patentierte Prinz Profi-Design System entwickelt. Die Profile sind äußerst dezent und flach ausgebildet und bieten gleichzeitig großzügigen Raum für Dehnungsfugen.



Aluminium-Sockelleisten

Sie bilden den perfekten Abschluss zur Wand. Sie bieten die Möglichkeit der verdeckten Kabelverlegung, der Wiederaufnahme der Bodengestaltung oder einfach nur pure Eleganz.



Profile für Designbeläge / LVT

Prinz® Designprofile wurden entwickelt für die Verlegung von verklebten oder schwimmend verlegten Designbelägen. Abschluss-, Rampen- und Wandanschlussprofile, Treppenkanten mit zugehörigen Innenwinkeln sowie Sockel- und Hohlkehleprofile stehen zur Auswahl.

Besuchen Sie uns auf der
EXPO auf
Schalke
14. + 15.6.2016, VELTINS-ARENA
Stand C32

51 Mafi: Parkett mit natürlich geölter Oberfläche.

Veranstaltungen

52 Vor- und Rückblick

Holzbau

54 Häuser-Award: Holz spielt bei preisgekrönten Häusern eine große Rolle.

55 Besucherzentrum: Der naturnahe Neubau im Nordschwarzwald besteht ganz aus Holz.

56 Gutex: Regen- und Hagel-sichere Dämmung.

Rubriken

3 Kommentar

6 Kurz berichtet

53 Produkte und Dienstleistungen

57 Neuheiten

59 Impressum

55

Bis zum Frühjahr 2019 soll im Nationalpark Schwarzwald ein neues naturnahes Besucherzentrum ganz aus Holz entstehen.

Transaktion perfekt

Nach Abschluss der erforderlichen Verfahren ist die Übernahme des Nürtinger Elektrowerkzeug-Herstellers Metabo durch den japanischen Hitachi Koki-Konzern perfekt. Zum 1. März traten die Mitte November unterzeichneten

Verträge über die Übernahme von Metabo offiziell in Kraft. Durch die Transaktion entsteht ein Konzern mit einem Jahresumsatz von mehr als 1,5 Mrd. €, der künftig zu den weltgrößten Elektrowerkzeug-Herstellern zählt.

Sörnsen übernimmt Amco

Sörnsen Holzleisten, Süderbrarup, hat zum 31. Mai 2016 die Amco GmbH mit Sitz in Kirchbrak übernommen, die zur Unternehmensgruppe Schnell gehört. Sowohl Sörnsen als auch Amco werden weiterhin selbständig am Markt agieren. Die Unternehmen

streben durch den Zusammenschluss eine marktführende Position im Bereich Holzleisten an. Georg und Robert Sörnsen, beide Geschäftsführer von Sörnsen, werden gemeinsam mit Michael Momme die Geschicke von Amco als Geschäftsführungstrio leiten.

Hartnäckige Flaute

In Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH) kommt die Dämmstoffbranche nicht vom Fleck. Mit 2,99 Mrd. € Gesamterlöse im vergangenen Jahr ist wertmäßig ein Rückgang von 1,7 Prozent gegenüber 2014 zu verzeichnen. Mittelfristig soll sich am schwachen Wachstum nichts ändern, wie eine Studie von Interconnection zeigt. Vor allem der Rückgang bei Renovierungsarbeiten setzt demnach der Branche zu.

„Das größte Problem für den Dämmstoffmarkt stellt der bedrohlich sinkende Sanierungsmarkt dar“, sagt der Interconnection-Analyst Laszlo Barla. Der Absatz im Renovierungssegment sank im DACH-Raum 2015 um 5,4 Prozent gegenüber dem Jahr zuvor. Die „Sanierungsmüdigkeit“ der privaten Haus-

halte begründet Interconnection mit dem pessimistischen Wirtschaftssentiment und der damit steigenden Angst vor dem Verlust des Arbeitsplatzes bei vielen Familien. Laut der Studie wird der Rückgang der Renovierungstätigkeit auch in den nächsten Jahren anhalten. Ein Schrumpfen des Dämmstoffmarktes wird dabei nur durch einen Absatzanstieg im Neubausegment verhindert werden. 2017 ist wieder mit Umsatzzuwachsen (3,3 Prozent) jenseits der erwarteten Inflationsrate zu rechnen. Der Umsatzbringer Nummer Eins für die Dämmstoffbranche ist der Wohnbau. Der Nicht-Wohnbau verliert demgegenüber im DACH-Raum weiter an Boden. Seit 2012 hat sich der Umsatzanteil in diesem Bereich um fast sechs Prozent auf 37,6 Prozent verringert.

Veränderungen im Vorstand

Der Holzwerkstoffhersteller Pfeleiderer Grajewo S.A., gibt Veränderungen im Vorstand bekannt. Richard Mayer, bisher Aufsichtsrat der Pfeleiderer Grajewo S.A., ist zum Finanzvorstand (CFO) bestellt worden und in dieser Funktion für die Bereiche Treasury, Konzern-Rechnungswesen und -controlling, Compliance und Recht verantwortlich. Der bisherige CFO von Pfeleiderer Grajewo, Rafał Karcz, wurde zum Chief Administration Officer (CAO) mit der Zuständigkeit für das operative Controlling und Accounting sowie die Bereiche Supply Chain und IT bestellt.

Der bisherige Vertriebsvorstand Dariusz Tomaszewski wird Managing Director Industry Sales für Osteuropa und wird dabei

insbesondere die Möbelindustrie betreuen. Zugleich fungiert er als Stellvertreter des Vertriebsleiters Rainer Zumholte mit der Zuständigkeit für die europäischen Kernmärkte von Pfeleiderer. Tomaszewski ist ebenso weiterhin Managing Director von Prospan S.A. und Pfeleiderer MDF Sp. z o.o.

Über diese Veränderungen hinaus bleibt der Vorstand unverändert. Michael Wolff fungiert als Vorstandsvorsitzender (CEO) und ist insbesondere für die strategische Planung und das Personalwesen zuständig. Dr. Gerd Schubert verantwortet als Chief Operation Officer (COO) die Bereiche Produktion und Einkauf, Wojciech Gątkiewicz bleibt Vorstand für Marketing, Sales sowie Research & Development.

Verstärkung für Vertrieb

Parador verstärkt seine Vertriebsaktivitäten für den deutschen und österreichischen Fachhandel. Seit dem 1. März ist Pascal Mele verantwortlicher Verkaufsleiter/Key



Account Manager Süd bei dem Coesfelder Bodenhersteller. Mele kommt von der Rettenmeier Holzindustrie Wilburgstetten GmbH und berichtet bei Parador an Vertriebsleiter Michael Becker.

Übernahme perfekt

Der französische Gartenholzanbieter Forest Style mit Sitz in Wambrechies bei Lille hat den polnischen Produzenten DREWIT mit Sitz in Witnica übernommen. Die Finanzierung der Übernahme war möglich, weil sich Forest Style von seiner Tochtergesellschaft Garden Max getrennt hat,

die Grill und Grillzubehör treibt. Beide Transaktionen sind Bestandteil der erklärten Strategie des Unternehmens, sich auf seine Holzkompetenz zu konzentrieren. Mit den Produkten von DREWIT zielt der Anbieter unter anderem auf den deutschen Markt.

Neuer Marketingleiter

Marc Schumann verantwortet seit dem 1. Januar 2016 das Marketing und Produktmanagement bei der Amorim Deutschland GmbH, Delmenhorst. Seine Aufgaben sind die Konzeption, Planung und Umsetzung der strategischen und operativen Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen für die Marken Wicanders und Cork-Life.



Den Nutzen erleben

Optisch topmodern gestaltet und mit neuen spektakulären Erlebnisstationen ausgestattet: Der Roto Campus in Bad Mergentheim richtet sich noch enger an den Bedürfnissen des Dachhandwerks aus. Deutlich wertiger und einladender kommt das Schulungszentrum nach der Mo-

dernisierung daher. Rechtzeitig vor Beginn der Schulungssaison waren die Arbeiten im Januar 2016 abgeschlossen.

Bei einem internen Event Anfang des Jahres stellte Roto Campus Leiter Michael Lutscher Vertriebsmitarbeitern den neuen Campus vor.

Neues Mitglied

Das Dömitzer Unternehmen Europa Parkett GmbH aus Mecklenburg-Vorpommern ist dem Verband der Deutschen Parkettindustrie (vdp) beigetreten. „Mit dem Anschluss von Europa Parkett konnten wir die Mitgliederzahl auf 21 und damit auch die Schlagkraft unseres Branchenverbandes weiter erhöhen. Vor allem freut mich, dass wir wieder einen Parketthersteller aus dem

norddeutschen Raum gewinnen konnten“, erklärt der vdp-Vorsitzende Michael Schmid.

Europa Parkett, welches 1995 als Schwesterunternehmen der Flamingo Parkett B.V. mit Sitz im niederländischen Barneveld gegründet wurde, produziert mit seinen 30 Mitarbeitern mehr als 250.000 m² Parkettböden pro Jahr.

Investition am Standort Coesfeld

Der Bodenbelagshersteller Parador hat am Standort Coesfeld seine Produktion im Vinylbereich erweitert. Nachdem bereits im Jahr 2015 die Beschichtungskapazität erhöht wurde, wird die

Vinylproduktion um eine zusätzliche Profilierungskapazität erweitert. Damit reagiert Parador auf die aktuellen Erfordernisse im stark wachsenden Vinylmarkt.

Zeichen der Partnerschaft

Bei der Abstimmung zum besten Lieferanten des Eisenwarenhandels durch den Zentralverband Hartwarenhandel e. V. landete Heco erneut auf dem ersten Platz. Die befragten Händler bescheinigten dem Unternehmen faire Bedingungen, innovative und hochwertige Produkte sowie fundierte Hilfe beim Abverkauf.

„Dass wir diese Auszeichnung nun zum neunten Mal in unmittelbarer Folge erhalten ha-

ben ist nicht nur Grund zu großer Freude, es ist auch ein wichtiges Zeichen der Partnerschaft und Treue“, erklärt Andreas Hettich, Leiter Produktmanagement und Marketing bei Heco.

Im Bild: Dr. Paul Kellerwessel (l.), Vorsitzender des Arbeitskreis Werkzeuge, überreicht auch in diesem Jahr Andreas Hettich die begehrte Auszeichnung „Partner des Fachhandels“.



Jetzt mit Holzbearbeitung

Die Kunden des Münchner Traditionsunternehmens Gaigher und Penn kommen seit August in den Genuss einer neuen Dienstleistung inklusive umfangreichem Zubehör: dem Holzzuschnitt. Nach dem Wegzug eines renom-

mierten Holzhandels schließt der Eurobaustoff-Fachhändler, Spezialist für Fassade- und Dachartikel, mit der Erweiterung seines Dienstleistungsprogramms eine Lücke im Münchner Norden.

Verbesserte Lieferfähigkeit

Die Best Wood Schneider GmbH hat eine neue Fertigungslinie für BSH-Deckenelemente mit anschließendem Abbundzentrum in Betrieb genommen. Ein neues

Stangenlager verbessert zudem die Lieferfähigkeit und Lieferzeiten für lagerhaltige KVH, Duo-, Trio- und Quattro-Balken.

Team verstärkt

Thorsten Kittler unterstützt seit dem 1. Mai 2016 die Glutz Deutschland GmbH beim Thema Zutrittskontrolle. Der Lösungsanbieter rund um die Tür verstärkt damit sein Vertriebsteam im Norden Deutschlands und baut den Geschäftsbereich weiter aus.



Gütesicherung in der Branche angekommen

Nach den Kooperationen Holzring und Holzland kann die RAL Gütegemeinschaft Holzhandel mit dem Gesamtverband Deutscher Holzhandel (GD Holz) ein weiteres Fördermitglied in ihren Reihen begrüßen. „Die Erkenntnis der Notwendigkeit und das Bekenntnis zur Gütesicherung sind in der Branche angekommen“, betont Olaf Rützel, Geschäftsführer der RAL Gütegemeinschaft Holzhandel e.V. Der GD Holz repräsentiert 900 Unternehmen des Deutschen Holzfachhandels.

Die RAL Gütegemeinschaft Holzhandel wurde im Jahr 2008 von 24 Unternehmen gegründet. Von den gegenwärtig 40 Mitgliedern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz wurden 33 zertifiziert und sind Träger des RAL Gütezeichens. Jüngster Gütezeichenträger ist die Keplinger GmbH aus dem österreichischen Traun. Die Holzhändler, die sich in der Gütegemeinschaft Holzhandel zusammengeschlossen haben, fühlen sich in ihrem Handeln einer herausragenden Güte und Qualität verpflichtet.

Neuer Kopf



Mit Timon Rossa als neuem Direktor wird der Vertriebs- und Marketingbereich der Tikkurila GmbH in Ansbach ausgebaut und verstärkt. Rossa verantwortet ab sofort markenübergreifend alle Vertriebs- und Marketingak-

tivitäten des mittelfränkischen Farbenunternehmens, das zur finnischen Tikkurila Oyj gehört.

Vor seinem Einstieg bei der Tikkurila GmbH war Rossa in den Imparat Farbwerken Iversen & Mähl GmbH & Co. KG als Mitglied der Geschäftsleitung und Prokurist tätig.

Die Tikkurila GmbH vereint unter ihrem Dach die Marken Pigrol, Kulba und André sowie die Marke Tikkurila des finnischen Mutterkonzerns Tikkurila Oyj, der in 18 Ländern mehr als 3.200 Mitarbeiter beschäftigt.

Red Dot für Boden

Der Parkettboden NEA der Designkollektion „Floor Fields Design Edition by Alfredo Häberli“ von Parador wurde mit dem renommierten Red Dot Award für Produktdesign

ausgezeichnet. Der Boden, entwickelt in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Designer Alfredo Häberli, überzeugte die Jury durch seine einzigartige Optik.

Neues Kundenzentrum Holzhausbau

Die Sonnleitner Holzbauwerke aus dem niederbayerischen Ortenburg stellen sich breiter auf: In Merklingen bei Ulm, direkt an der Autobahn A8, hat der Fertighaushersteller jetzt ein weiteres Kundenzentrum „Holzhausbau“ eröffnet. „Wir wollten ein regionales Gebäude schaffen – möglichst ganz aus Holz und von

Sonnleitner geplant, produziert und gebaut –, das vor allem auch unsere Kunden und Hausbauinteressierte aus Baden-Württemberg einlädt, sich fachkundig und allumfassend zu Fragen rund um das Bauen mit Holz zu informieren“, so Gotthard Sonnleitner, Geschäftsführer und Inhaber der Sonnleitner Holzbauwerke.



Rat und Tat

Antonius Tuschen ist ab sofort als externer Berater der Saicos Color GmbH tätig. Mit seinem über 30-jährigen Fachwissen aus der Holzbranche wird er dem Unternehmen zukünftig mit Rat und Tat zur Seite stehen.

Tuschen sammelte seine Erfahrungen in Führungspositionen in verschiedenen nationalen und internationalen Unternehmen.

Sowohl die Möbelbranche, die Spanplattenindustrie als auch die Holzindustrie (Zulieferer

der Fertighausindustrie) gehören zu seinen Arbeitsbereichen.



Weitere Marktpotenziale

Thomas Schmal hat zum 1. März 2016 die Funktion des Vertriebsdirektors Dach + Wand bei der Eternit AG übernommen. In seiner neuen Funktion beim Hersteller von Produkten für die energieeffiziente und ästhetische Gebäudehülle ist er für die Gestaltung der Gesamtvertriebsprozesse des Geschäftsbereiches verantwortlich. Zu seinem Aufgabengebiet zählen die Weiterentwicklung, Ausrichtung und Durchsetzung der nationalen Vertriebsaktivitäten der Eternit Produkte für Dach + Wand, um weitere Marktpotenziale in bestehenden und neuen

Markt- und Kundensegmenten zu generieren. Der Branchenkenner übernimmt die Funktion von Eternit Vorstand Udo Sommerer, der die Position kommissarisch geleitet hatte.



Mehr Führungskompetenz

Der Aufsichtsrat der VBH Holding AG hat beschlossen, mit Wirkung zum 1. April 2016 den Vorstand der Gesellschaft mit Andrzej Wyszogrodzki zu erweitern. Gleichzeitig wird Jürgen Kassel zum Sprecher des Vorstands ernannt.

Andrzej Wyszogrodzki, bisher zuständig als Regionenleiter für das Segment Zentralosteuropa, übernimmt im Vorstand der VBH Holding AG seit dem 1. April 2016 die Bereiche Internationale Tochtergesellschaften, Category Management und Logistik. Ausschlaggebend für die Berufung

waren für den Aufsichtsrat seine jahrelange Erfahrung in diesen Bereichen sowie seine Kompetenz in der Führung der Region Zentralosteuropa.

Wyszogrodzki ist seit 24 Jahren in der VBH Konzerngruppe tätig und unter seiner Leitung entwickelte sich Zentralosteuropa zur mittlerweile ertragsstärksten Region im Konzern. Darüber hinaus ist Wyszogrodzki Geschäftsführer und Mitgesellschafter der VBH Polska. Seine Funktion als Geschäftsführer in der Gesellschaft wird der 62-Jährige in Personalunion beibehalten.

Team gewachsen

Seit dem Einstieg in den deutschen Markt hat sich das Geschäft des Spezialisten für Öloberflächen Rubio Monocoat Deutschland laut Geschäftsführer Sebastian Fischer positiv entwickelt. Im Zuge dessen ist auch das Team gewachsen. Seit April 2016 betreut Jan Stevrick das Vertriebsgebiet Nordrhein-Westfalen & Rheinland-Pfalz.

Muylle Facon wurde 1906 in Belgien gegründet und ist

mittlerweile in 72 Ländern aktiv, darunter in den Kernmärkten Nordamerika, Benelux und Frankreich. Das Unternehmen ist Vorreiter auf dem Gebiet der natürlichen Holzbearbeitung und beschäftigt 75 Mitarbeiter. Seit 2015 ist Muylle Facon mit der Tochtergesellschaft Rubio Monocoat Deutschland GmbH auch auf dem deutschen Markt vertreten.

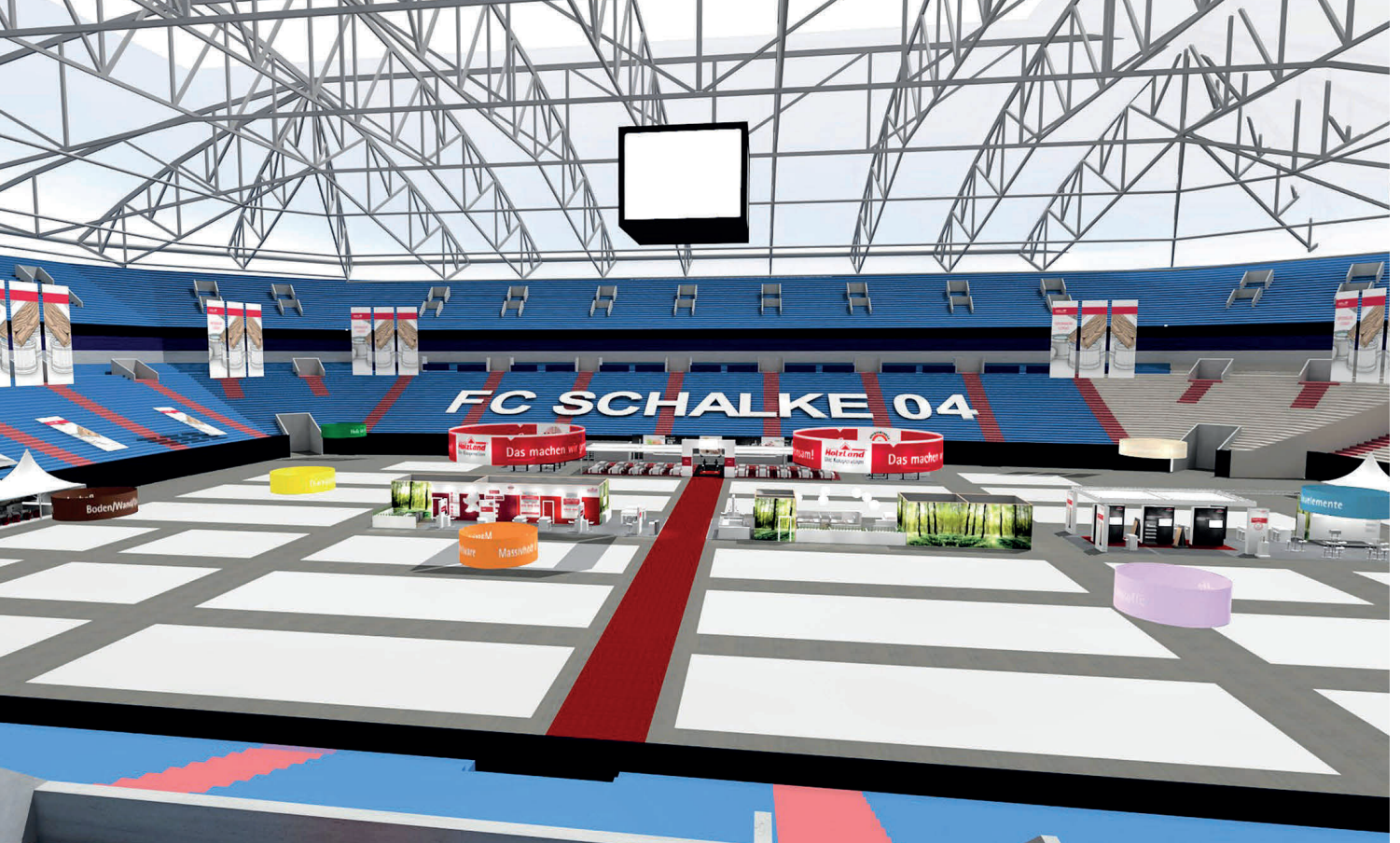


Ruhestand und doch auch nicht

Der langjährige Werkleiter der Klenk Holz AG, Heinz Dreher, geht nach fast 48 Jahren Ende April in den, nachdem er in den letzten Monaten Johann Buchard, seinen Nachfolger für die Werkleitung in Oberrot, eingeführt hat. Die Verdienste um das Wohl des Unternehmens wurden von Dr. Markus Adams, dem Vorstandsvorsitzenden der Klenk Holz AG, im Namen des gesamten Vorstandes mit großer Herzlichkeit gewürdigt. Auch

Ian Jackson, Vorsitzender des Aufsichtsrats und Vertreter von Carlyle, des alleinigen Aktionärs von Klenk, würdigte Heinz Dreher's Verdienste um das Unternehmen. Sein enormes Wissen wird nicht verloren gehen, weil Heinz Dreher auf Wunsch von Vorstand und Aufsichtsrat auch in Zukunft als Ansprechpartner und Berater dem Unternehmen mit seinem Rat zur Seite zu stehen wird. Im Bild: Ian Jackson (r.) verabschiedet Heinz Dreher.





Eine runde Sache

Erstmals findet die Holzland Expo auf Schalke statt.

Auf 12.000 m² Innenraum- und Spielfläche in der Veltins-Arena findet in diesem Jahr erstmals die Holzland Expo statt.

Am 14. und 15. Juni 2016 findet die Holzland Expo, ausgerichtet gemeinsam von Holzland, MDH und dem Baustoffring, erstmals in der Veltins-Arena auf Schalke statt. Dabei stehen die Zeichen auf einem vollen Erfolg. Denn die Expo auf Schalke ist die größte bisherige Fachmesse der Holzland-Kooperation. Mit einem Ausstellerrekord von über 250 Firmen (Stand 04/2016) haben sich zahlreiche Partner, Lieferanten und Dienstleister angemeldet. Auch die sich anschließenden Gesellschafterversammlungen erzielen die höchsten Anmeldezahlen seit Bestehen von Holzland. Sie sind ein „Muss“ für alle, die den Weg ihrer Kooperation mitbestimmen wollen. Wer auf der Expo als Gesellschafter

Präsenz zeigt, dessen Stimme sollte auch bei der Gesellschafterversammlung nicht fehlen.

Gesprächswünsche online anmelden

„Wir finden das Online-Anmeldeverfahren besonders hilfreich, um unsere Gesprächswünsche mit ausgewählten Lieferanten anzumelden und zu organisieren“, so lauten zahlreiche Rückmeldungen, die beim Expo-Planungsteam um Karen Ebmeyer eingehen.

Gesprächswünsche können jederzeit angegeben werden – das gilt für Fachhändler genauso wie für Lieferanten. Den jeweiligen persönlichen Kontakt untereinander stellt dann die Kooperation her.

Hoch qualifizierte Bewerbungen

Auch über Bewerbungsmangel rund um den Holzland Award – diesmal von Holzland und dem Baustoffring ausgeschrieben – kann Pressereferentin Maïke Czieschowitz nicht klagen.

„Der Weg an den Arbeitsplatz glich in den letzten Wochen einem Run durch einen äußerst ansprechenden Showroom“, freut sich Andreas Ridder über den regen Eingang von Produktmustern und Ansichtsmaterialien der Bewerber. „Allein bei den Lieferanten sind über 35 Eingänge zu verzeichnen. Auf den Moment der Verkündung der Preisträger am Abend des ersten Messtages freuen wir uns schon besonders“. Die Fachjury,

die die Gewinner in einem konstruktiven Dialog kürte, war wieder prominent besetzt mit wichtigen Medienvertretern der führenden Fachzeitschriften und -zeitschriften. Alle Nominierten werden auf einem eigenen Standareal rechts neben der Ausstellerfläche von MDH, Holzland und Baustoffring prominent über Videos und Produktmuster präsentiert.

Live-Interviews

Mit Live-Interviews des Kult-Sportmoderators Werner Hansch, vielen als Stimme des Ruhrgebiets aus über 1.400 Fußballspielen bekannt, beginnt der erste Messtag um 9.30 Uhr. Im Gastro-Bereich werden Andreas Ridder, ausgewählte Partner und Top-Lieferanten sich den Fragen der ARD- und Sat1-Legende stellen. Wer nicht anwesend sein kann, kann die Interviews im Laufe des Tages über die Monitore an den



14. + 15.6.2016, VELTINS-ARENA

Seiten der Spielfläche nachverfolgen.

Azubi-Rallye durch die Stadionwelt

Wer das Schalcker Fußball-Feeeling noch intensiver erfahren oder seine Azubis auf die Holzland-Rallye durch die Holz-, Baustoff- und Stadionwelt schicken möchte, der sollte sich rechtzeitig am Forum 2016, rechts neben dem Areal der nominierten Holzland Award-Anwärter, einfinden. Anpfiff für die Stadionführungen ist am ersten Messtags um 8.45 Uhr und um 16.45 Uhr, am zweiten Tag um 12.45 Uhr.

Vorträge und Führungen

Das Forum 2016 ist Hauptstandort für alle Lieferanten, die sich den Fachhändlern mit Messeneuheiten in einem Live-Kurzvortrag präsentieren und besondere Aufmerksamkeit auf sich ziehen möchten. Auf der technisch optimal ausgestatteten Bühne interessieren sie neue Händler für qualifizierte Anschlussgespräche am eigenen Messestand.

Fußball-EM: Public-Viewing

Für einen entspannten Beginn des Abends sorgt das Public

Programm der Holzland Expo 2016

Öffnungszeiten

14. Juni, 9:30 Uhr bis 18 Uhr

15. Juni, 9:30 Uhr bis 13 Uhr

Live-Interviews mit Werner Hansch/Gastro-Bereich

14. Juni, 9:30 Uhr bis 11 Uhr tagsüber auf zahlreichen Monitoren

Stadionführungen/„Forum 2016“

14. Juni, 8:45 Uhr bis 9:30 Uhr und 16:00 Uhr bis 16:45 Uhr

15. Juni, 12:15 bis 13:00 Uhr

Präsentationen Messeneuheiten /„Forum 2016“

14. Juni, 11 Uhr, 14.30 Uhr

15. Juni, 10 Uhr

Azubi-Rallye

14. Juni, Start 10 Uhr, Siegerehrung ca. 16:30 Uhr

Abendveranstaltung

14. Juni, EM-Viewing, 18 Uhr, Österreich gegen Ungarn; 21 Uhr, Portugal gegen Island

Award-Verleihung

14. Juni, ca. 20.45 Uhr

Auf ein Bier mit Werner Hansch

14. Juni, ca. 21.30 Uhr

Party mit „Fresh Music Live“

14. Juni, ab ca. 22 Uhr

Gesellschafterversammlungen

15. Juni, ab 14 Uhr



Wer wird ihn in diesem Jahr ergattern, den begehrten Holzland-Award?

Viewing des EM-Spiels Österreich gegen Ungarn um 18 Uhr. Die Gäste der Abendveranstaltung werden dann in die LaOla-Lounge geleitet, wo neue Kontakte vertieft werden können. Fußballhungrige haben gegen 21 Uhr ein zweites Mal Gelegenheit zum EM-Viewing des Spiels Portugal gegen Island.

Award-Verleihung

Am Höhepunkt des Abends, der Verleihung des Holzland-Awards, kommen die Gäste nochmals in den Genuss von Werner Hanschs schlagfertigen Ruhrpott-Charme: Er moderiert die Siegerehrung. Wer es noch persönlicher mag, darf sich „auf ein Bier mit Wer-

ner Hansch“ in die ruhigeren Gesprächsbereiche der LaOla-Lounge zurückziehen und über Fußball fachsimpeln, während die House-Band Fresh Music im Hauptraum spielt.

Gesellschafterversammlungen

Zu Beginn des zweiten Messtages um 9.30 Uhr erhalten dann weitere Top-Lieferanten auf dem „Forum 2016“ ihre Themenslots für weitere Exklusiv-Vorträge. Gesellschafter stellen ab 14 Uhr auf den Versammlungen von Holzland, MDH und dem Baustoffring die Weichen für eine gute Unterstützung ihrer eigenen Unternehmung und der ihrer Kollegen. ■

Stand-Nr.	Aussteller	Stand-Nr.	Aussteller
	0-10		
E29	4+ Baumaterialien B.V.	D21	deas Deutsche Assekuranz Makler GmbH
C31	4+ Baumaterialien B.V.	G21	Dekker Hout Den Haag B.V.
	A	C44a	Deutsche Post AG
C40	acadon AG	C21	dextura Innentürsysteme GmbH
B16	Karl Ahmerkamp Vechta GmbH & Co. KG	D13	dieda-Systembauteile GmbH + Co. KG
D25f	Aktivbank AG	G28	DIMPLEX Import - Export GmbH
G15	Akzo Nobel Deco GmbH	F38	DKB Household Germany GmbH
A22	Alfred Clouth Lackfabrik GmbH & Co. KG	A11	Döllken Kunststoffverarbeitung GmbH
F22	allform Bautechnik GmbH & Co. KG	F34	doppler H.Würflingsdobler GmbH
C45_46	Allgeier IT Solutions GmbH	D10	Dörken GmbH & Co. KG
B05	Alpina Farben (Krautol GmbH)	C09	Franz Drepper GmbH & Co. KG
C12	ALUJET GmbH	D07	DS Stalprofil A/S
D33	Amorim Deutschland GmbH	B41	DZB SLOVENSKO S.R.O.
F21	ANRIN GmbH		E
C28	ante Haus und Garten GmbH & Co. KG	D25g	E.L.V.I.S. Lead Logistics AG
C28	ante-holz GmbH	F16	EHL AG
D09	AOS Stahl GmbH & Co. KG	E30	Ehrenreich GmbH
E19a	Autohaus Portak GmbH	A09	elka - Holzwerke GmbH
	B	C44	engelbert strauss GmbH & Co. KG
C11	Baumit GmbH	G20	Enno Roggemann GmbH & Co.KG
B02	BAYOU Holzwerkstoffe GmbH	F41	Erich Scheerer GmbH
G06	Beck & Heun GmbH	D17	ESIGN Software GmbH
E02	beko GmbH	D19	Esser Konzept & Druck
B35	Berry Alloc NV	B38 a	Eternit Aktiengesellschaft
B44	Binderholz GmbH	G22	Eurotec GmbH
C07	Bisotherm GmbH	A23	ewifoam E. Wicklein GmbH
D25d	Bocxx IT Concezpt		F
B31	Boen Parkett Deutschland GmbH & Co.KG	A20	F.W. Barth & Co. GmbH
E16	Bona Vertriebsgesellschaft mbH Deutschland	G19	Felix Clercx Handelsonderneming
D31	Bostik GmbH	C24	Fellessons Byggnadsvaror AB
G13	Botament Systembaustoffe GmbH & Co. KG	G24	ferax e.K
C20	Brüchert & Kärner	E03	Fermacell GmbH
G23	Brüggmann TraumGarten GmbH	B37	Fetim B.V.
B47	Bruns & Co. Holzverwertungsgesellschaft mbH	A04	Finsa B.V.
C08	Burg-Wächter KG	F36	fischer Deutschland Vertriebs GmbH
	C	D29	Fraunhofer Institut
F15	Carl Capito GmbH	B07	Friedrich Blanke GmbH
A06	Carl Götz GmbH	F04	Froeslev Trae A/S
C32	Carl Prinz GmbH & Co. KG	C33	Futura Floors GmbH
E18	CC Dr. Schutz GmbH		G
F30	Christoph & Co. GmbH	F18	Gala-Lusit-Betonsteinwerke GmbH
G09	Ciref GmbH	B01	GARANT Türen- und Zargen GmbH
C10	Collomix GmbH	C17	Gebrüder Dolle GmbH
C04	Columbus Treppen GmbH	F14	GfK Gesellschaft für Technische Kunststoffe
E19	Combilift Ltd.	B23	Glunz AG
C26	Cordes GmbH & Co. KG	G11	Görte und Tiedemann GmbH & Co. KG
D23	Creditreform	E28	Grand Hall Europe B.V.
	D	D16	Grauthoff Türeggruppe GmbH
G12	DÄMMTHERM Vertriebsgesellschaft mbH	C01	Griffwerk GmbH
G03	Danogips GmbH & Co. KG	F25	Gustav Alberts GmbH & Co. KG
		C39	Gütegemeinschaft Holzhandel e.V.
		C05	GWS Gesellschaft f. Warenwirtschaftssysteme

CHRISTOPH



Stand-Nr.	Aussteller
	H
E11	H + H Deutschland GmbH
C15	Häfele GmbH & Co. KG
E06a	Hans Kaim GmbH
D25b	Hauff_U.H. Spezialmöbel und Ladenbau GmbH
B29	häussermann GmbH & Co. KG
A19	HDM GmbH
B26	Heinrich Gratenaus Holzagentur GmbH
E27	helo GmbH
F23	Henkel AG
D14	Herholz Vertriebs GmbH & Co. KG
E22	Hermann Schwerter Iserlohn (HSI)
D24	Hobacon Consulting & Training
C34	HocoHolz Hofstetter & Co.Holzindustrie GmbH
C25	Holz direkt GmbH
F28	Holz Marberger
B34	Holz Savic GmbH
B48	Holz-Henkel GmbH & Co. KG
G32	Holzindustrie Funke GmbH
B15	Holzwerke Gmach GmbH
F10	HOMATHERM GmbH
C16	Hörmann KG Verkaufsgesellschaft
B17	Hranipex GmbH
C36	HUBTEX Maschinenbau GmbH & Co. KG
B13	HUGA Hubert Gaisendrees KG
B36	hüma Parkettsystem GmbH
	I
F08	IKO Dachschindeln Vertrieb GmbH
C41	Ingenico Paymant Services
G31	Innoskins GmbH
G33	Inoutic / Deceuninck GmbH
D25h	INTER OFFICE GmbH
D21	Interassekuranz Sift & Overlack GmbH
E06b	IsoBouw GmbH
	J
G05	Jackon Insulation GmbH
E12	Jafoplast GmbH
E08	James Hardie Baunebenprodukte GmbH
C18	Jeld-Wen Deutschland GmbH & Co.KG
G16	Jorkisch GmbH & Co, KG
F39	Joseph Dresselhaus GmbH & Co. KG
A10	Jürgens Holzprodukte GmbH
	K
D32	Kährs Parkett Deutschland GmbH & Co. KG
A21	Kaindl Flooring GmbH
E13	KANN GmbH Baustoffwerke
F42	Karibu Holztechnik GmbH
E24	Karle & Rubner GmbH
C23	Karschkes Holzagentur GmbH
B25	Klenk Holz AG
E04	Knauf Insulation GmbH

Stand-Nr.	Aussteller
E09	König GmbH & Co. KG
C29	Krages Holzindustrie GmbH & Co.KG
A05	Kronospan GmbH
D14	Kunex Türenvertriebs GmbH
E25	Kurz KG
G29	kwb Germany GmbH
A15	kwg Wolfgang Gärtner GmbH
	L
H05	Lakal GmbH
C03	Lebo GmbH
B45	Leopold Feuerstein Holzwerke GmbH & Co. KG
B42	LM Flooring Germany GmbH
E20	Löhr & Becker AG
F11	LUGATO GmbH & Co. KG
B28	Luvian Saha Oy
	M
B40	MAPEI GmbH
D20	Maßstab Diamant
A03	MB Digitalprint GmbH & Co.KG
B10	Meesenburg GmbH
E14	MeisterWerke Schulte GmbH
D25i	meistro Energie GmbH
E07	Bernhard Mengelkamp GmbH & Co. KG
G10	Metabowerke GmbH
F45	Michael Wolff GmbH (Finnhaus)
B27	MOCOPINUS GmbH & Co. KG
E10	Mogat Werke Adolf Böving GmbH
A07	Hermann Mohr GmbH
F32	Möller GmbH & Co.KG
B08	Mosel Türen Vertriebsgesellschaft mbH
	N
G25	Napoleon Grills Europe B.V.
F40	NATURinFORM GmbH
B03	Norbord Ltd.
D15	Novoferm Vertriebs GmbH
F05	NOVO-TECH Trading GmbH & Co. KG
	O
D30	objektflor
C35	OHRA Regalanlagen GmbH
C42	OPTI-NET Systeme GmbH
A07	Orlimex DE GmbH
F31	Osmo Holz und Color GmbH & Co. KG
F35	Outdoor Life Group Nederland B.V.
	P
D34	Parador GmbH & Co. KG
D11	PAVATEX SA
C06	PCI-Augsburg GmbH
B21	Peri GmbH
A01	Pfleiderer Holzwerkstoffe
C02	Piktura Holzbearbeitung GmbH
E36a	Pircher Oberland AG



Stand-Nr.	Aussteller
D24a	PLAN PRO SAAS Datencenter GmbH
E21	Plus AS
A18	PlyQuet Holzimport GmbH
G26	PNZ-produkte GmbH
G04	Polmetal GmbH
F03	PPG Coatings Deutschland GmbH
B32	Proline Systems GmbH
F24	Protektorwerk Florenz Maisch
B01	PRÜM Türenwerk GmbH
D25a	PTV AG
	Q
F09	Quick-Mix Osnabrück GmbH & Co. KG
	R
D25e	raw Rechen-Anlage West
E01	redstone GmbH
F29	Reisser Schraubentechnik GmbH
G18	Remmers Baustofftechnik GmbH
B39	Repac Montagetechnik GmbH & Co. KG
G34	Re-Schraub
F37	Riwo Gartenlauben
F12	Robert-Bosch GmbH
G08	Roro Türen und Fenster GmbH
F33	Rösle GmbH & Co. KG
B43	Rotho Blaas GmbH
D25c	Ruco Licht GmbH
	S
B30	Sägewerk Schwaiger GmbH & Co. KG
F27	SAICOS COLOUR GmbH
B33	Saint Gobain Abrasives GmbH
A07a	SCHÖNOX GmbH
C14	Schwering Türenwerk GmbH
F17	Scobalitwerk Wagner GmbH
E15	SGH Metall- und Kunststoff-Technologie (Parkettfreund)
G14	Siebau Raumsysteme
A07a	Sika AG
A08	Smart Ply Europe
D12	Sopro Bauchemie GmbH
A24	Sörnsen Holzleisten GmbH
G17	SPAX International GmbH & Co. KG
D20	Speed Promotion
B04	sperrag jago ag
C13	Sprinz GmbH
F07	Stabila Messgeräte
A16	Stauf Klebstoffwerk
C27	Stigma Hyvleri AB
E17	StoneslikeStones GmbH
B24	Stora Enso Timber
B12	Süd-Metall Beschläge GmbH
C22	Sühac GmbH
D18	sunzinet AG
F13	Superglass Dämmstoffe

Stand-Nr.	Aussteller
E26	Swero KG
F01	SWG-Schraubenwerk Gaisbach GmbH
B19	SWISS KRONO GmbH
B20	SWISS KRONO TEX GmbH & Co.KG
	T
D05	t trading GmbH
B11	Teckentrup GmbH & Co. KG
C37	ter Hürne GmbH & Co. KG
F19	tesa SE
G27	Tetzner & Jentzsch
G12	THF Industrie. Handels GmbH
E23	Thyssen Krupp Plastics GmbH
B22	Tilly Holzindustrie GmbH
C30	Tilo GmbH
C43	Timber Tec AG
F26	timura Holzmanufaktur GmbH
H01	Tremco Illbruck GmbH & co. KG
	U
D20	Ulmer Werbedruck
G30	UNIMET
D06	Upmann GmbH & Co.KG
D08	Ursa Deutschland GmbH
	V
F44	VanDeCastele Hout Import
E05	Velux Deutschland GmbH
D25k	Verlagshaus Wohlfahrt GmbH
F20	vinylit Fassaden GmbH
A17	Viscoh GmbH
B46	Vita Timber GmbH
B06	VitaDOOR GmbH & Co. KG
E31	Vogt Gartenland
D22	VR Diskontbank GmbH
	W
B38	Wakol GmbH
F02	Weber-Stephen Deutschland GmbH
A25	Weiss GmbH (HCW)
C19	Wellhöfer Treppen GmbH & Co. KG
B18	Wenzalit GmbH & Co. KG
B14	Westag & Getalit (Laminat)
B09	Westag & Getalit (Türen & Zargen)
G07	Willax GmbH
A26	windmüller flooring products WFP
F43	Woodfeeling GmbH
	Y
F06	YQ-It GmbH
	Z
C38	Ziro - Lothar Zipse

PARKETT alles für den Boden
FREUND

STABILA



Sicherheit geht vor

Türen und Fenster von RORO bieten schon in der Grundausführung soliden Einbruchschutz und entsprechen dem Sicherheitsstandard RC2. Mehrfach- und Hakenverriegelungen verstärken den Schutz gegen unliebsame Gäste. Immer beliebter werden elektronische Verriegelungen so-

wie Türschlösser mit Fingerprint. Auch Schließbleche und Schlösser in den Sicherheitsklassen ES1 oder ES2, sowie Profilzylinder mit Kernziehschutz finden vermehrt Anwendung. Verglaste Haustüren lassen sich mit Verbund-sicherheitsverglasung (VSG) absichern. www.roro-online.com/Stand G08



Die Natur zum Vorbild

Terrassendielen aus Kiefernholz – langlebig, umweltfreundlich und pflegeleicht. OrganoWood von Froeslev Trae hat sich die Natur zum Vorbild genommen und mit Biometik die Haltbarkeit einer Terrassendiele aus Kiefer auf ein Niveau gebracht, das Harthölzern überlegen ist. Bei diesem patentierten Verfahren wird Silizium unlösbar mit den Holzfasern verbunden. Es entsteht eine physi-

kalische Barriere gegen Pilze und Mikroorganismen und das ganz ohne Schwermetalle und Biozide. www.froeslev.dk/Stand F04



Mehr Ordnung im Garten

Der Kabel-Schlauch-Kanal erleichtert das schnelle und kostengünstige Verlegen von Kabeln und Schläuchen. Man beseitigt gefährliche Stolperfallen und spart sich das Auf- und Abrollen von Stromkabeln. Auch Wasserschläuche für die Gartenbewässerung können darin verlegt werden. Ideale Abdeckmöglichkeiten finden sich in den Mähsteinen & Pali-Mähsteinen. Sollte später ein weiteres Kabel erforderlich sein: Abdeckung abnehmen, Kabel

einlegen, Abdeckung wieder auflegen, fertig.

www.christoph-betonwaren.de
Stand F30



Die Basis des Wohnens

Hochwertige Materialien, innovative Technologien, einzigartige Designs: Mit einem breiten Spektrum an hochwertigen Naturholz-Parkettböden sowie Fertigböden mit Belägen aus Furnier, Vinyl, Kork und Linoleum

bietet Tilo die perfekte Basis für jedes Wohnumfeld. Treppenstufen und Bodenleisten, passend zum jeweiligen Fußboden, schaffen harmonische Gesamtlösungen aus einer Hand.

www.tilo.com/Stand C30



Treppenkantenprofile mit „runden“ Ecken

Für die Treppenkantenprofile für elastische Bodenbeläge (2,5, 3, 4 und 5 mm) wurden nützliche Eckelemente entwickelt. Für die Profile PF 870, PF 871, PF 872 und PF 873 sind diese Ecken nun erhältlich. Die aus Aluminium geformten Elemente ermöglichen eine sichere und zeitsparende Treppenverlegung. Gehrungsschnitte sind überflüssig. Offene Treppen können sicher barfuß begangen werden, da keine scharfen Kanten an den Ecken

entstehen. Die Ecken sind in zwei Varianten lieferbar, mit und ohne Verbinder.

www.parkettfreund.com/
Stand E15



Objektkompetenz von Garant

Die Türen und Zargen GmbH aus Ichtershausen bietet für jede Funktion die passende Tür. Ein breites Angebot von Funktions-türen mit den erforderlichen

Prüfzeugnissen steht zur Wahl: Einbruchschutz, Schallschutz-, Rauch- und Brandschutz-Türen sowie Türen mit entsprechender Klimastabilität. Auch für den medizinischen Bereich sind Funktionstüren, wie zum Beispiel zum Schutz vor Röntgenstrahlen, im Sortiment enthalten. Feucht- und Nassraumelemente kompletieren die Produktpalette. Für jede Situation steht eine intelligente, sichere und besonders funktionale Türlosung bereit.

www.garant.de/
Stand B01



Feuer- und feuchtehemmende MDF-Platte

Während der Holzland Expo wird der spanische MDF-Spezialist FINSA ein neues exklusives Produkt präsentieren: eine MDF-Platte die sowohl feuerhemmend als auch feuchtehemmend ist. Darüber hinaus wird die Platte auch eine sehr geringe Formaldehydemission haben und demzufolge CARB2 zertifiziert sein. Die Platte wird verfügbar sein in unserem Standardformat 2850x2100, in den Stärken 10 bis 30mm. Die feuerhemmenden Eigenschaften der Platte entsprechen der Europäischen Norm und demzufolge ist die Platte B-s1,d0 zertifiziert. Bezüglich der feuchtehemmenden Eigen-

schaften ist die Platte V313 geprüft und kann somit in feuchten Umgebungen eingesetzt werden.

www.finsa.com/Stand A04



Erweitertes Sortiment

Filigrane Linien und dreidimensionale Effekte: So werden gelaserte Glastüren zum Blickfang im Raum. Mehr als 50 weitere neue Glastüren mit dem Schwerpunkt auf Laserdekore ergänzen nun das hochwertige Beschlagsortiment bei GRIFFWERK. Design, Fertigungs-Know-how und Qua-

litäts-Produktion der Lasertüren finden direkt bei GRIFFWERK in Blaustein statt. Auch dieses Portfolio setzt auf hochwertiges Weißglas PURE WHITE bei GRIFFWERK. Umfangreiche Verkaufsunterstützung für Handel und Handwerk flankieren den Markteintritt.

www.griffwerk.de/Stand C01



Immer mit der passenden Länge messen

Für unterschiedliche Messprobleme am Bau benötigte man bisher mehrere Wasserwaagen. Mit der 80 T ist es möglich, verschiedene Bauelemente mit nur einer Wasserwaage auszumessen. Über ein hochwertiges Teleskopsystem lässt sich die Messfläche verlängern und ersetzt da-

mit bis zu drei Einzellängen. Die Anreißkante geht über die volle Länge, um in einem Arbeitsgang zu messen und anzuzeichnen. Rutschstopper sorgen für einen festen Sitz beim Anzeichnen. Zum Ermitteln von Innenmaßen ist die metrische Skala aufgedruckt.

www.stabila.de/Stand F07



Gestaltungsfreiheit mit Creativ-Terrassendielen

Mit den neuen, vorbehandelten Creativ-Terrassendielen aus dem Hause der Osmo Holz und Color GmbH & Co. KG erweitert das Unternehmen die individuellen Möglichkeiten im Außenbereich. Der Kunde wählt aus zwei verschiedenen Nadelhölzern, Douglasie und Europäische Lärche sowie

drei unterschiedlichen Oberflächen und sieben Farbtönen. Geschroppt, gebürstet oder Wave in Kombination mit den attraktiven Farbtönen aus der Welt der Osmo Terrassen-Öle unterstreichen die holzeigenen Charakteristika und setzen aparte Akzente.

www.osmo.de/Stand F31



KWG Highlights 2016

Als Highlights 2016 präsentiert KWG wichtige Veränderungen und Ergänzungen in nahezu allen Kollektionen. Finden sich in den Designvinyl-Kollektionen Stein- oder Fliesenoptiken, so landet mindestens ein Design unter den „Top five“. Dieser Umstand zog eine logische Konsequenz nach sich – die Einführung einer eigenständigen antigua-Stone-Kollektion. Diese setzt sich zusammen aus bekannten Designs von antigua classic, infinity und professional. Dazu kommen Dekor-Neuentwicklungen mit unterschiedlichen Nutzsichten und Abmaßen. Ein

Highlight sind hierbei sicher die 1.200 x 440 mm großen Platten der antigua-Stone Cement, die in den drei Farbtönen „light, grey und moro“ kommen. Für den Objektbereich, mit einer Nutzsicht von 0,55 mm, dürften aber auch die beiden floralen Optiken des Dekors „Palace“ ein Hingucker sein. Alle Produkte dieser Kollektion sind als klassische HDF-Variante, als Sheets zur vollflächigen Verklebung und mit der hydrotec-Trägerplatte für den Feuchtraum- und Renovierungsbereich erhältlich.

www.kwg-bodendesign.de/Stand A15



BlackForestLook im Katalog 2016

NEU: Holzschindeln mit System.
Wirtschaftliche Altbau-
sanierung und Neubau
mit natürlich perfektem Look.

www.braun-wuerfele.de

Mäherstraße 29-32 · 72270 Baiersbronn · Fon 0 74 42-84 38-0

BRAUN WÜRFELE

Weißlack-Tür mit optimalen Margen

Weißlack-Türen sind seit jeher beliebt im Markt und haben sich zu einem Absatzgaranten entwickelt. Dank des Prägeverfahrens kann Mosel Türen diese auf bestem Qualitätsniveau besonders wirtschaftlich produzieren, der Fachhandel profitiert von dementsprechend hohen Margen. Der

neueste Clou des Türen-Herstellers: das Prägen von klassischen Stiltüren. Damit profitiert der Fachhandel erstmals auch bei ihnen von den Vorteilen der Prägetechnologie. Die neue Kollektion Cala ergänzt mit zunächst zwei Modellen das Stiltüren-Sortiment. www.mosel-tueren.de/Stand B08



Erste schadstoffarme Bodentreppe für gesundes Wohnen

Das Sentinel Haus Institut (SHI) hat erstmalig Dachbodentreppe auf Wohngesundheit prüfen lassen. Ergebnis: Wellhöfer Bodentreppe liegen um das Neunfa-

che unter dem unbedenklichen Wert, der vom SHI gefordert wird. Schadstoffarme Bauprodukte gewinnen an Bedeutung. Dichtere Gebäude halten Schadstoffe immer länger in unseren Räumen. Deshalb sind bei Neubau und Sanierung schadstoffarme Bauprodukte immer wichtiger. Typische Schadstoffe, die unsere Raumluft belasten, sind vor allem flüchtige organische Verbindungen (TVOC) und Formaldehyd (HCHO).

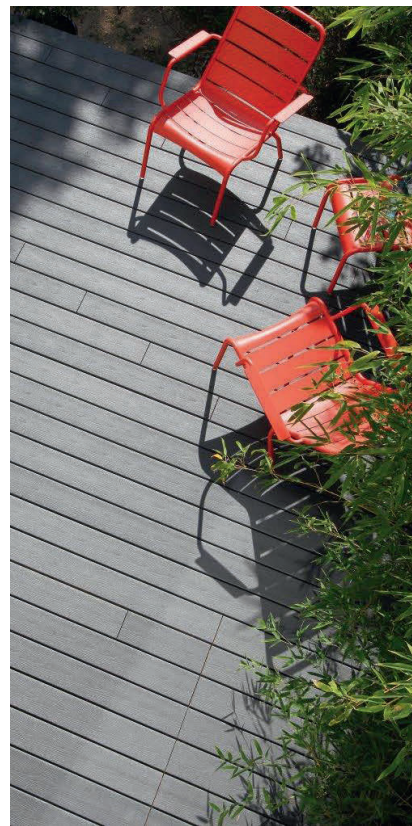
www.bodentreppe.de/
Stand C19



Felix Clercx auf der Holzland Expo

Als Deutschlandpremiere präsentiert Clercx auf der Holzland Expo 2016: Fiberon Symetrie. Dabei handelt es sich um eine neue, „pflegefreie“ WPC-Terrassendielen mit unempfindlicher und realistischer Holzoberfläche. Dazu kommt NovaWood-Esche: Thermoeseche im angesagten Vintage-Look. Dieses Produkt, betont Clercx, ist ein Eyecatcher für jede Ausstellung. „Folgen Sie mit uns dem Trend nach besonderen Terrassenböden“, sagt Clercx.

www.felixclercx.com/
Stand G19



Ganz im Zeichen der Eiche

Die neuen CPL Touch Oak Oberflächen des Türenherstellers Prüm überzeugen mit einem verblüffenden Holzgefühl. Auch aus einiger Entfernung ist die lebendige Optik noch erkennbar. Hell und mit natürlicher Maserung trifft die Oberfläche Oak Creme genau den Nerv der Zeit. Oak

White hingegen wirkt mit ihrer zarten Weißschattierung besonders ästhetisch. Wie der Name schon sagt, kommt Oak Nature der natürlichen Farbgebung der Eiche am nächsten. Ihre warme Ausstrahlung verleiht jedem Raum behagliche Gemütlichkeit.

www.tuer.de/Stand B01



Groß denken und auf dem Boden bleiben

Im Vorfeld der Holzland Expo sprach **Holzforum** mit Geschäftsführer Andreas Ridder über Kooperation, E-Commerce, Trends und Wachstumschancen für den Holzhandel.

Welche Erwartungen haben Sie an den Verlauf der diesjährigen Holzland Expo?

Andreas Ridder: Wir sind das erste Mal mit unserer Expo auf Schalke. Allein schon die großartige Location begeistert unsere Händler, Lieferanten und Dienstleister. Auf Besucher und Gäste wird die einmalige Atmosphäre ganz schnell überspringen, da bin ich sicher. Denn alle Besucher werden durch den Spielertunnel, durch den sonst nur die Fußballgrößen aus dem In- und Ausland einlaufen, zu den Ausstellern gelangen.

Viele Teilnehmer freuen sich besonders auf die Live-Interviews mit Moderatorenlegende Werner Hansch. Vor allem aber sind wir als Kooperation Teamplayer. Entweder wir agieren zusammen als Mannschaft für das gesamte Team oder gar nicht. Jeder setzt sich bei uns für die Gemeinschaft ein, genau das macht uns stark. Unser Ziel für die Expo: größerer Nutzen für die Besucher, geringerer Aufwand für die Aussteller. Das erreichen wir z. B. durch übersichtliche Messestände in drei Größen und eine attraktive, sehr transparente Hallenaufteilung. Dieses Konzept wird hervorragend angenommen.

Über 275 Ausstelleranmeldungen und ein Plus von über 45 Prozent bei den Gesellschafteranmeldungen im Vergleich zu 2014 bestätigen uns im Vorfeld. Das Wichtigste neben allen Zahlen ist uns aber, Händlern und Lieferanten in anregender Atmosphäre Optionen für ein neues Miteinander zu schaffen. Grundsätzlich wollen wir es weiter so halten wie bisher: Wir denken groß und bleiben gleichzeitig mit beiden Beinen fest am Boden.

Wie wird sich die Zusammenarbeit von Holzland, Baustoffring und MDH weiterentwickeln?

Ridder: MDH ist unser langjähriger, wichtiger Partner für die gemeinsame Zusammenarbeit in den Bereichen Einkauf, Mengenbündelungen, Importe und Zentralregulierung. Unsere Gemeinschaft steht stark und unverrückbar, denn die gemeinsam entwickelten Leistungen stellen sicher, dass unsere Partnerbetriebe hohe Marktanteile in ihrer Region abschöpfen.

Die jüngere Kooperation mit dem Baustoffring entwickelt sich äußerst erfolgreich. Daher setzen wir in beiden Bereichen weiterhin auf ein produktives, einander stärkendes Miteinander. Uns ist

unter anderem wichtig, unsere Kontakte zu den Lieferanten zu vertiefen, die sich in den holzhandelsrelevanten Baustoffsortimenten als zentral erweisen. Im Sinne einer ganzheitlichen Strategie, nach der der Holzfachhandel dem Kunden die ganze Lösung für sein Wohn- und Einrichtungsthema präsentieren muss, sind Baustoffe im eigenen Handelshaus als ein wichtiges Element im großen Ganzen zu integrieren. Daher stellen wir zusammen mit dem Baustoffring für unsere Fachhändler die Weichen, um an die besten Lösungen zu vernünftigen Konditionen zu kommen. Bessere Kopfkonditionen und zentral verhandelte Netto-Einkaufspreise sowie der schnelle effiziente Zugriff auf die Waren sind für unsere Händler natürlich von sehr hohem Nutzen.

Kann der Holzhandel über die Integration zusätzlicher Sortimente weiter wachsen?

Ridder: Die Integration zusätzlicher Sortimente ist ein zentraler Wachstumsmotor, den wir ganz gezielt fördern. Wir setzen auf einen modularen Ausbau unseres Erweiterungskonzeptes, um Schritt für Schritt voranzugehen. Der Sortimentsbaustein Trocken-



Andreas Ridder, Geschäftsführer Holzland: „Wir denken groß und bleiben gleichzeitig mit beiden Beinen fest am Boden.“

bau/Dämmung/Dachbaustoffe spielt dabei gerade eine zentrale Rolle.

Die erste Fachgruppentagung in diesem Bereich zeigt uns, dass wir mit unseren Partnern und Lieferanten diesbezüglich den richtigen Weg gehen. Denn das Gros der Gruppenmitglieder konnte ein deutliches Umsatzplus erzielen. In der Mehrheit lag die Umsatzsteigerung zwischen 20 und 60 Prozent, vereinzelt sogar darüber. Die Gruppe unter Leitung von Andreas Schöneweiß wächst rasant an und besteht aktuell aus 27 Mitgliedern, Tendenz steigend. Wenn es darum geht, sich zukünftig am Markt gegenüber Mitbewerbern und Onlinehandel zu positionieren, werden Baustoffe, die direkt beim Holzhändler erworben werden können, zunehmend unverzichtbar.

Damit sich dieser Bereich an messbaren Instrumenten weiterentwickeln kann, haben wir mit dem Storecheck, der Kundenzufriedenheitsbefragung und Handwerker-Marketingadressen weitere Werkzeuge in diesen Bereich eingeführt. Sie helfen zum Beispiel, die tatsächliche Beratungs- und Verkaufsqualität realistisch einzuschätzen und konkrete Maßnahmen zur Betriebsoptimierung zu ergreifen. Zur Baustoff-Vermarktung geben wir unseren Holzhändlern sieben strategisch aufeinander aufbauende Maßnahmenpakete an die Hand. Und natürlich unterstützen wir auch bei ihrer Umsetzung. Denn ein Holzhändler, der sich gerade vor Markteintritt im Baustoffbereich befindet, muss anders werben als ein baustoff-erfahrener Händler, der sich als Spezialist für Trocken- und Innenausbau oder energieeffizientes Wohnen positionieren möchte.

Sehen Sie Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit weiteren Marktteilnehmern?

Ridder: „Keep an open mind“, dieser Slogan hat sich als sehr wertvoll in unserem Handeln erwiesen. Mit der derzeitigen Konstellation sind wir sehr zufrieden. Aber natürlich denken wir zukunftsgerichtet und öffnen uns für alle Themen, die angefasst werden müssen.

Insbesondere bei der Internationalisierungsstrategie, bezogen auf Skandinavien, Osteuropa und die Benelux-Länder, gehen wir innovative Wege. Unser Speed-Dating zwischen belgischen Holzhändlern und deutschen Lieferanten im Frühjahr dieses Jahres

zeigt unsere Freude an neuen Formaten. Aktuelle Wege der Marktbearbeitung zu finden, die Effizienz und Spaß miteinander verbinden, finden wir wichtig.

In Norwegen und den Niederlanden kooperiert Holzland zudem seit dem letzten Jahr mit Kooperationen, die teilweise gänzlich anders funktionieren als die deutschen. Hier können wir sehr viel Neues lernen und abwägen, was wir in welchen Segmenten nutzbar machen können. Immer vor dem Hintergrund: Was passt zu uns und unseren Partnern? Und was überlassen wir lieber den anderen? Neben aller Offenheit ist manchmal eben auch Abgrenzung gefragt. Letztlich geht es uns um geschickte Unterscheidungsfähigkeit und darum, das richtige Maß anzulegen. Mit der Intensivierung der gemeinsamen Sortimentsarbeit innerhalb der Kooperation, der Stärkung des Großhandelsgeschäfts und dem Ausbau der E-Commerce-Aktivitäten haben wir weitere wichtige Themen, auf die wir uns konzentrieren und die wir vorantreiben wollen.

Stichwort E-Commerce: Wie beurteilen Sie die weitere Entwicklung?

Ridder: Der E-Commerce wird in großer Geschwindigkeit an Relevanz gewinnen und dem gilt es proaktiv zu begegnen. Er ist aber nicht als Gefährdung, sondern als Chance zu bewerten, Neues zu wagen und das im Alltag der Menschen omnipräsente Internet in die eigene Planung miteinzubeziehen. Daher erstellen wir für unsere Partner Online-Shops, die sie für Information, Service und Ver-

trieb der Produkte vielfältig einsetzen können. Bewusst legen wir sie so an, dass der End- und der Profikunde, je nach Ausrichtung unserer Händler, sich abgeholt und angesprochen fühlen.

Mit unserem Produkt-Informations-Management-System PIM und dem Virtuellen Zentrallager VZL legen wir darüber hinaus die Basis für umfassende Informationen der Kundenberater am POS und QR-Codes am Produkt, ermöglichen eine hohe Warenverfügbarkeit und eine Aktivierung des Händler-Händler-Geschäfts. Wir halten dies für wichtige Bausteine einer umfassenden Gesamtstrategie, die wir konsequent verfolgen. Letztlich bleibt der E-Commerce aber nur ein Baustein in einer ganzen Palette notwendiger Maßnahmen.

Wer nicht über die Gesamtheit seiner Geschäftsprozesse – angefangen bei Logistik und Lager, über POS-Strategien, effizientes Kunden- und Produktdatenmanagement bis hin zu einem effektiven Handling an der Schnittstelle zwischen alten und neuen Systemen – nachdenkt, der wird auch in diesem Bereich nicht reüssieren. Der Holzfachhandel ist gut aufgestellt, wenn er konsequent Multi-Channel denkt und handelt. Überall da, wo sein Kunde auftaucht, gilt es präsent zu sein, ohne sich zu übernehmen.

Dafür müssen grundsätzliche Fragen geklärt werden: Wer will ich sein und was muss ich dafür tun? Wo kann ich Vorreiter sein, wo will ich mich nur anschließen und was ist zu viel? Wenn das klar entschieden ist, gilt es die Vernetzung von professionellen Online- und Datenmanagement-

Services auf Produkt- und auf Kundenebene mit den Vorteilen des Einkaufs vor Ort weitsichtig mit den eigenen Zielen zu verbinden. Wer seinen Schwerpunkt auf hoch frequentierte endverbraucherorientierte Produkte setzt, wird sich sicher stärker mit den sozialen Medien auseinandersetzen müssen als Firmen mit hoch spezialisiertem Angebot für Profikunden. Die Schwerpunkte sind also unterschiedlich zu setzen – wie genau, das muss die Analyse im Detail entscheiden. Optimaler Service und professionelle Beratung durch beständig sich weiterbildende Mitarbeiter bleiben dabei aber unverzichtbare Bestandteile für den stationären Holzfachhandel. Sie müssen als Kernkompetenzen hochgehalten und weiter ausgebaut werden. Die Weichen sollten alle Händler jetzt richtig stellen, um später nicht das Nachsehen zu haben.

Wie beurteilen Sie die Rolle der Eigenmarke, auch mit Blick auf den E-Commerce?

Ridder: Unsere Eigenmarke HQ ist ein ganz wichtiges Element unseres Sortimentes. Sowohl der Bereich HQ Boden als auch die HQ Gartenwelt werden beständig weiterentwickelt und auf die Bedürfnisse der Verbraucher in Qualität und Preis ausgerichtet. Mit HQ setzen wir auf eine hochwertige Fachhandelsmarke mit klarer Positionierung, die sich der Vergleichbarkeit entzieht.

Wir stärken damit unsere Partner, die bei identifizierbaren Produkten oft auf Käufer stoßen, die sich im Laden oder via Internet über den Preisspiegel identifizierbarer Produkte informieren

und dann bei Onlinehändlern oder Händlern mit Dumping-Angeboten einkaufen.

Unsere Eigenmarke unterstreicht mit ihrer kompakten Struktur, den Vorteilen des gebündelten Einkaufs, einer deutlich besseren Marge, der für sich sprechenden Qualität und der Präsentation der dahinterstehenden Produkte den Fachhandelsanspruch unmissverständlich. E-Commerce als ein Weg der Vermarktung sollte jedoch nicht separat betrachtet werden – weder bei HQ noch bei anderen Sortimentsbestandteilen.

Er ist eine zukunftssträchtige Stellschraube in einem möglichst breit aufgestellten Gesamt-Design, aber nicht die einzige. Mit HQ stellen wir unseren Händlern ein komplettes Paket aus Sortiment, Präsentationsmitteln, Datensätzen aller Artikel für das Produktinformationsmanagement und massiver Unterstützung durch Online- und Print-Werbetaugnisse zur Verfügung. Ein starker Onlineauftritt, Flyer, Anzeigen, Broschüren und Katalogseiten, Plakate und vorproduzierte Hörfunkspots entlasten unsere Händler gravierend.

Welche bestimmenden Trends sehen Sie derzeit bei Böden bzw. Türen?

Ridder: Im Bodenbereich sind nach wie vor Eiche Landhausdielen der am stärksten nachgefragte Trend, insbesondere, wenn sie in Weiß- und Grautönen daherkommen. Der extrem rustikale Look weicht einer etwas dezenteren, natürlich-rustikalen Optik. Daneben findet sowohl das klassische als auch das franzö-

sische Fischgrätmuster neue Interpretationsformen und bedient dadurch vor allem Liebhaber des modernen Retrostils. Auch hier sind Grau-Nuancen sehr gefragt. Ganz oben auf dem Trendbarometer stehen Veredelungstechnologien, die dem Holz einen Roheffekt verleihen, es also wie unbehandelt aussehen lassen.

Wichtig dabei: Die Schutzwirkung muss dem von herkömmlichen Naturölen und Lacken entsprechen, ohne aber die natürlich-helle Optik des Holzes zu verändern.

Beim Thema Türen steht der Farbton ganz im Zentrum der Betrachtung: Weiß ist aktuell der Türentrend, den zahlreiche Kunden in ihrem Eigenheim verwirklichen. In den Varianten lackiert, CPL-beschichtet oder Melamin gibt es da diverse Auswahlmöglichkeiten bei der Veredelung. Da die Absatzzahlen in diesem Bereich nach oben gehen, hat die Industrie bereits mit einer leichten Preiserhöhung reagiert. Der Handel reagiert hierauf durchaus mit leichten Abstrichen, aber grundsätzlicher Akzeptanz.

Gibt es bereits Ideen für die Holzland Expo 2018?

Ridder: Die Konzeption der nächsten Expo entsteht nie allein auf dem Reißbrett. Wir hören genau zu und geben uns große Mühe, die Erfahrungen von Händlern und Gesellschaftern, Lieferanten und Dienstleistern intensiv in die Planung einzubeziehen. Daher werden wir nach der Veranstaltung ein gemeinsames Fazit ziehen und dann unsere Entscheidung ableiten.

Eco Balance PUR



Trägermaterial aus heimischer, nachhaltiger Waldbewirtschaftung und recyclingfähigen Wertstoffen



Exzellente Tritt- und Gehschalldämmung durch PUR-Beschichtung



Extrem strapazierfähig durch Mikrokratzfestigkeit

PARADOR

Eco Balance PUR von Parador ist die nachhaltige Produktneuheit unter den elastischen Bodenbelägen.

Der Boden verzichtet komplett auf jegliche Weichmacher und besteht aus natürlichen Rohstoffen und zertifizierten Produkten.

www.parador.de

Das Video und weitere Informationen zu Eco Balance PUR www.parador.de/PUR



Neue Konkurrenten aus aller Welt

Die Zukunft ist digital, ist Olaf Rützel, Geschäftsführer der Holzring GmbH, überzeugt und setzt auf noch mehr Kooperation um die Chancen dieser Herausforderung zu nutzen.

Die jährliche Konjunkturumfrage des Mittelstandsverbundes ergibt ein klares Bild: die größte Herausforderung sehen die Unternehmen in der Digitalisierung. „Durch das Internet haben wir neue Konkurrenten aus aller Welt bekommen“, sagt Hauptgeschäftsführer Ludwig Veltmann.

Weltweit nutzen mittlerweile 3,4 Mrd. Menschen das Internet, die meisten davon über Mobilgeräte. In Deutschland sind 80 Prozent der Bevölkerung online, bei den 15- bis 19-jährigen sind es 99 Prozent. Junge Menschen im Alter zwischen 16 und 30 Jahren verbringen durchschnittlich 3,2 Stunden pro Tag mit ihren mobilen Endgeräten.

Das Internet wird zur wichtigsten Quelle für Tagesnachrichten. Mehr noch: Das Smartphone hat den persönlichen Alltag verändert. Es stellt eine große Optimierungschance für sehr viele private Prozesse dar, die sich auf einmal flexibel, schnell und übersichtlich beherrschen lassen. Nachrichten schreiben, Termine planen, Aufgaben managen, Flug einchecken, Ernährung optimieren, Wettervorhersagen – all das und noch sehr viel mehr ist durch die intelligente Vernetzung vieler Anwendungen auf einem System plötzlich problemlos und ziem-

lich synchron möglich und macht den Menschen dabei sogar noch Spaß. Nun geht es darum, Menschen und Dinge zu vernetzen.

Das Internet der Dinge

Die technologische Evolution bleibt nicht stehen, die nächste Entwicklungsstufe kommt schon in Sicht: das Internet der Dinge. Es ist nichts grundlegend anderes als das Internet von heute: ein riesiges Netzwerk miteinander verbundener Computer. Neu ist, dass Prozessoren immer kleiner werden und in Geräte eingebaut werden, die zuvor nicht Teil des Internets gewesen sind. Kühlschränke gleichen den Inhalt mit einer Soll-Liste ab und geben selbstständig Bestellungen beim Lieferdienst auf. Heizanlagen bemerken, ob Menschen im Haus sind und passen die Temperatur entsprechend an. Autos erfassen Standort, Verkehrssituation und Fahrziel und fahren daraufhin autonom. Parkroboter schnappen sich Autos und „sortieren“ sie eng aneinander in Parkhäuser ein, was sehr viel Raum spart. Kurz: Über das Internet kommunizieren nicht mehr nur Menschen mit Hilfe von Computern, sondern auch Dinge.

Entlang voreingestellter Parameter erledigen sie ihre Aufga-

ben ohne Eingriffe des Menschen und entlasten ihn damit. Die daraus folgende Automation wird viel Zeit und Arbeit sparen. Viele Maschinenbauer haben die Optimierungsmöglichkeiten erkannt und reagiert.

Smart Factories

Auch in unserer Branche müssen wir auf diese Möglichkeiten – in Summe Industrie 4.0 genannt – setzen, wenn die Holzindustrie den Anforderungen aus sinkenden Losgrößen und steigender Variantenvielfalt erfolgreich begegnen will. In unserer Branche werden „Smart Factories“ entstehen, in denen durch digitale Vernetzungen Maschinenzustände überwacht und fernbedient werden, in denen papierlos gefertigt wird und digitale Benchmark-Analysen den Prozess optimieren. Die Prozessschritte werden durchgängig digital vernetzt sein. Entsprechende Vorreiter gibt es bereits in der Holzindustrie.

Kundenbindung 4.0

Doch neben der intelligenten Vernetzung von einzelnen Maschinen und ganzen Produktionsstätten, wirkt sich die digitale Transformation auch zunehmend auf den Dienstleistungs-



Olaf Rützel, Geschäftsführer der Holzring GmbH: „Das Internet und die Digitalisierung bieten dem Holzgroßhändler viele Chancen, seine Kunden besser zu bedienen.“

sektor, auf den Großhandel aus. Sie verändert ökonomische Abläufe entlang der Wertschöpfungskette. Das Internet und die Digitalisierung bieten dem Holzgroßhändler viele Chancen, seine Kunden besser zu bedienen und stärker zu binden. Die Informationstechnologie muss als wesentliches Instrument zur Sicherung von Wettbewerbsvorteilen eingesetzt werden. Das größte Risiko für die Unternehmen besteht darin, diese Potenziale nicht zu nutzen.

Das, was in innovativen Produktionsprozessen in der Holzindustrie beginnt, wird sich in der Wertschöpfungsstruktur über den Handel bis hin zum Verarbeiter, Einzelhändler oder Endverbraucher fortsetzen. Wertschöpfungsstrukturen werden über mehrere Firmen

und schließlich bis zum Kunden integriert. Durch verknüpfte Informationsflüsse können die Systeme zentral gesteuert, Entscheidungen intelligent getroffen und direkt umgesetzt werden. Dies hat eine weitreichende Optimierung zur Folge.

Selbst komplexe Produkte können bis zu vielbeschworenen „Losgröße 1“ sinnvoll gehandhabt, effizient distribuiert und vermarktet werden. In gewisser Weise findet ein „Schritt zurück zur Manufaktur“ zu industriellen

Kostenstrukturen statt. Den Kunden des Holzhandels und der Holzindustrie wird perspektivisch ein neues Werteverprechen gegeben, das auf höhere Differenzierung und Individualisierung abzielt. Perfekt abgestimmte Produkt-/Servicekombinationen treten an die Stelle standardisierter Massenware.

Herausforderungen annehmen

Das klingt gerade vor dem Hintergrund der immer noch sehr

schwierigen und zähen Bereitstellung von Artikelstammdaten seitens der Industrie sehr theoretisch und noch zu sehr zukunftsorientiert. Man braucht aber keine Statistiken zu bemühen, um ganz klar sagen zu können: Das Internet der Dinge kommt. Die Verzahnung von Wertschöpfungsstrukturen Industrie und Handel schreitet voran. Die ökonomischen Vorteile dafür liegen auf der Hand.

Die Möglichkeiten sind schier unendlich, aber sind wir in unse-

rer Branche innovativ genug, Mehrwert bringende Ansätze zu entwickeln? Auch wenn die Hausforderungen der Digitalisierung teilweise zu komplex sind, als dass sie von einem Unternehmen allein angegangen werden können, müssen sie als unternehmerische Chance für Holzindustrie und Holzhandel verstanden und gemeistert werden: Und so geht es darum, noch stärker zu kooperieren, übergreifend zu kommunizieren und Erfahrungen austauschen. ■

Holzring-Gesellschafterversammlung: Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt

Trotz der zu erwartenden Umorientierung der Gebhardt Holz-Zentrum GmbH in Richtung Logistik für den Baustoffhandel – die Nachricht erreichte die Holzring Kooperation nach der Gesellschafterversammlung –, konnte der neue Vorsitzende des Holzrings-Beirats, Jörg Ludwig Jordan, auf der Gesellschafter-Versammlung der Kooperation in Frankfurt in eine vielversprechende Zukunft mit stabiler Mitgliederstruktur blicken. Nicht nur, dass die Holzgroßhandels-Kooperation

mit einem Plus von über neun Prozent von Januar bis Ende April 2016 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum einen neuen Rekord beim zentralregulierten Umsatz erzielte.

Mit der Einführung eines neuen leistungsfähigen elektronischen Produktdatenmanagement-Systems, mit neuen strategischen Allianzen mit befreundeten Baustoff-Kooperationen und der Forcierung der internen Geschäftsbeziehungen der Mitglieder untereinander hat der Holzring die Weichen für ein

weiteres Wachstum der Holzgroßhandels-Kooperation und ihrer Mitgliedsunternehmen in einem sich verändernden Wettbewerbsumfeld gestellt. Das unterstützten alle Holzring-Gesellschafter mit einer einstimmigen Entlastung für Beirat und Geschäftsführung der Kooperation.

Jörg Ludwig Jordan, geschäftsführender Gesellschafter der W. & L. Jordan GmbH, hat den Vorsitz des Holzring-Beirats Anfang des Jahres von Albert Gebhardt übernommen, der am

31. Dezember 2015 aus dem Gremium ausgeschieden ist. Bis zur turnusmäßigen Beiratswahl Mitte des Jahres 2017 hat der Beirat aus seiner Mitte Stefan Thalhofer, geschäftsführender Gesellschafter der Georg Thalhofer OHG zu Jordans Stellvertreter bestimmt. Zu den Aufgaben des Holzring-Beirats gehört es, der Holzring-Geschäftsführung bei zu grundsätzlichen Geschäftsführungsentscheidungen beratend zur Seite zu stehen sowie maßgeblich an der strategischen Ausrichtung der Kooperation mitzuwirken.



Der neue Vorsitzende des Holzrings-Beirats, Jörg Ludwig Jordan.



Holzring-Gesellschafterversammlung in Frankfurt.

Starke Innovations-Impulse

Mit Spezialisierungssystemen will die Hagebau neue Zielgruppen ansprechen. Außerdem stellt die Kooperation nun auch Holzsortimente für E-Commerce bereit.

Verschiedene Blickwinkel auf den Markt bot der 16. Hagebau Holzhandelstag in München. Unter dem Motto „Was muss ich tun und was darf ich hoffen...“ wurde

688,2 Mio. € (+ 1,8 Prozent) auf Deutschland. Die Gesellschafter in der Schweiz, Österreich und Luxemburg trugen 63,4 Mio. € oder 8,4 Prozent zum Umsatz

unternehmen, appellierte an die Händler, eingetretene Pfade zu verlassen und sich von der Masse abzuheben: „Wer in den Spuren anderer wandelt, muss

Vertrieb Fachhandel, und Philipp Trunkwalter, Abteilungsleiter Einkauf Holz, in ihrem gemeinsamen Vortrag auf. „Traditionen bewahren und gleichzeitig notwendige Veränderungen einleiten – darin liegt das tückische Spannungsfeld, dem sich ein Holzhändler heute gegenüber sieht“, sagte Bereichsleiter Lensges. Als Kernthema der Zukunft stellte er die Digitalisierung im Vertrieb heraus. Dazu biete die Hagebau ihren Holzhändlern mit der neuen B2B-Webshop-Lösung ein innovatives Konzept an. Lensges betonte: „Als Erster der Branche stellt der Hagebau Fachhandel ein breites Holzsortiment für den E-Commerce zur Verfügung. Damit geben wir unseren Gesellschaftern die Möglichkeit, ins Cross-Channel-Geschäft einzusteigen.“

Für den Webshop wurden in Eigenregie mehrere zehntausend Produktdaten mit Beschreibungen, technischen Details, Bildern und Downloads erstellt, insbesondere in den Kategorien Bau- und Schnittholz, Bodenbeläge, Holzwerkstoff, Holzschutz und Befestigungstechnik. „Das ist in der Branche einzigartig und untermauert die Holzkompetenz der Hagebau“, erklärte Lensges und hob den Nutzen des E-Commerce hervor: Über die Artikelsuche im Internet sei eine frühestmögliche Kundenansprache gewährleistet. Zudem sei die Anbahnung des Verkaufsprozesses auch außerhalb der Geschäftszeiten möglich. Einen weiteren Vorteil für die Händler biete die Hagebau Logistik. „Der Einstieg in den Online-Handel kann über

Verschiedene Blickwinkel auf die Herausforderungen der Zukunft bot der 16. Hagebau Holzhandelstag in München.

Foto: Kirsten Nijhof

sich nicht wundern, wenn er keine Eindrücke hinterlässt“, so seine Botschaft. Christian Mikunda, österreichischer Autor und weltweit gefragter Referent zur Experience Economy, präsentierte die von ihm begründete „Laden-Dramaturgie“. Unter der Überschrift „Warum wir uns Gefühle kaufen“, stellte er dar, dass Emotionen einen wichtigen Motor für den Handel sind: „Glory, Joy, Power, Bravour, Desire, Intensity und Chill sind die sieben Hochgefühle, nach denen die Kunden verrückt sind.“

Holz im Webshop

Wie Holzhändler den Herausforderungen der Zukunft begegnen können, zeigten Johannes Lensges, Hagebau Bereichsleiter



aufgezeigt, wie sich Händler auf die Herausforderungen der Zukunft einstellen können.

In seiner Begrüßung äußerte sich Hartmut Goldboom, Geschäftsführer Hagebau Fachhandel, sehr zufrieden mit den Umsatzzahlen der Holzsparte: „Wir freuen uns, dass wir die Rekorderlöse des Vorjahres in 2015 erneut steigern konnten.“ Der Umsatz im Sortimentsbereich Holz hat sich gegenüber dem Vorjahr um 1,7 Prozent auf 751,6 Mio. € erhöht. Davon entfielen

bei. Herausragend war die Entwicklung in der Schweiz mit plus 13,8 Prozent.

Neue Perspektiven

Hochrangige externe Referenten bereicherten das Programm des Holzhandelstages. Thomas Goebel, Geschäftsführer GD Holz, präsentierte Aktuelles aus der Verbandsarbeit. Neue Perspektiven eröffnete Dieter Lange. Der Top-Führungskräfte-Trainer, bekannt für das Initiieren von Veränderungsprozessen in Un-

ein abgesichertes Zentrallager-sortiment unter Berücksichtigung berechenbarer Logistikkintervalle erfolgen“, so Lensges.

Weiterentwicklung des Sortiments

Neben neuen Konzepten im Vertrieb bleibt die Arbeit an den Sortimenten zentrale Aufgabe des Holzhandels, stellten die Hagebau Vertriebsmanager Andreas Frey, Herbert Knelange und Jörg Knupper in ihrer Präsentation klar. „Genau diese Arbeit ist es, die Bestandskunden bewahrt und neue Kundengruppen erschließt“, so Frey. Eine wichtige Rolle spielen dabei die Fachhandelseigenmarken, die künftig für alle Fachhandelsbereiche weiterentwickelt werden. Die Marke „Wunderwerk – est. 1964“ bietet den Holzhändlern bereits jetzt Zugriff auf zahlreiche exklusive Fußböden im Innen- und Außenbereich sowie Edelstahl-Türdrücker-Garnituren. Seit Februar 2016 zeigt die Internetseite www.wunderwerk1964.de alle verfügbaren Produkte. Enthalten ist auch ein Terrassenplaner.

Neue Zielgruppen im Fokus

Knupper und Knelange stellten dar, wie sich die Spezialisierungssysteme „Holzbau Fachhandel“ und „Fachhandel für Tischler + Schreiner“ an die Anforderungen der Zukunft anpassen. „Handwerker sind immer stärker gewerkeübergreifend tätig“, zeigten die beiden Vertriebsmanager den Trend auf. Dementsprechend werden die Vertriebskampagnen künftig nicht mehr nur auf die Hauptzielgruppen Zimmerer/Holzbauer

oder Tischler/Schreiner ausgerichtet, sondern beziehen auch ergänzend Dachdecker, Maler/Raumausstatter, Bodenleger sowie Garten- und Landschaftsbauer ein. Der Nutzen liegt laut Knupper auf der Hand: „Unsere Händler können neue Zielgruppen ansprechen, müssen ihr Sortiment aber nur geringfügig anpassen.“ Insbesondere für Holzbauspezialisten empfahl er die Sortimentserweiterung auf das Thema Dach.

Unkomplizierte Sortimentsergänzung

Eine präzise und unkomplizierte Sortimentsergänzung ermöglichen die Hagebau Spezialisierungssysteme im Baustoff- und Fliesenfachhandel. Um zukünftig noch mehr systemübergreifende Zusammenarbeit zu ermöglichen, ist es notwendig, alle Spezialisierungssysteme zu synchronisieren. Dies geschieht aktuell mit der Umsetzung des neuen Konzepts „Spezialisierung 2.1“. Ziel ist der „systemische Vertrieb“, wie Lensges darlegte: „Einkauf, Vertrieb und Logistik werden stärker miteinander verzahnt und das Produkt rückt in den Kampagnen in den Vordergrund.“ Die Realisierung des Konzepts sei weit gediehen. Aktuell werde die Neuorganisation in den Gremien der Spezialisierungssysteme vollzogen, erste Schritte zu mehr systemischem Vertrieb seien bereits angeschoben. Lensges betonte die hohe Bedeutung für den Holzhandel: „Aus den Vertriebssystemen für Händler, die mit Holz handeln, werden Spezialisierungssysteme für den Holzhandel. Einig, stark, schnell und alles andere als hölzern!“ ■

1866-2016 **150 Jahre**
HAMBERGER®

HARO Parkett

CELENIO by HARO
Der etwas andere Holzboden

HARO Laminatboden

DISANO by HARO
Der PVC-freie Designboden

Schönheit hat viele Gesichter

HARO
Endlich zuhause

www.haro.com



Wurde um 6.000 m² und ein Omnichannel-Sortiment erweitert: das I&M-Bauzentrum in Calw.

Virtuell verlängertes Regal

Der Eurobaustoff-Gesellschafter Kömpf feiert gleich zwei Erweiterungen – die eine online, die andere offline: Der Markt in Calw bekommt 6.000 m² mehr und ein zusätzliches Omnichannel-Sortiment.

Zwei Erweiterungen in einem Markt zu einem Termin: Die eine sieht man sofort, die andere erkennt man erst nach und nach. Eine hat einen achtstelligen Betrag gekostet, die andere einen sechsstelligen. Die eine vergrößert die reale Verkaufsfläche, die andere verlängert das virtuelle Regal.

„Es ist ein Experiment“, sagt Dr. Wolfgang Kömpf. Der Eurobaustoff-Gesellschafter betreibt zusammen mit seinem Bruder Dieter Kömpf – neben anderen Aktivitäten – das I&M-Bauzentrum in Calw. Mit einer Investition von 13,5 Mio. € hat das Unter-

nehmen nach eineinhalb Jahren Bauzeit den Markt um rund 6.100 m² auf insgesamt 12.000 m² erweitert.

Dass der Markt auch um eine weitere Dimension erweitert wurde, sieht der Baumarktkunde an neun großen Terminals, die



über die gesamte Verkaufsfläche verteilt sind – das ist das Experiment, von dem Wolfgang Kömpf spricht.

Die Terminals sind mit großen Touchscreens ausgestattet, und sie führen den Kunden in die Welt der zweiten Erweiterung, die Kömpf gleichzeitig mit dem vergrößerten Baumarkt eingeweiht hat. Es ist die Welt des Omnichannel-Handels -- bei Kömpf heißt sie Easy-Kauf.

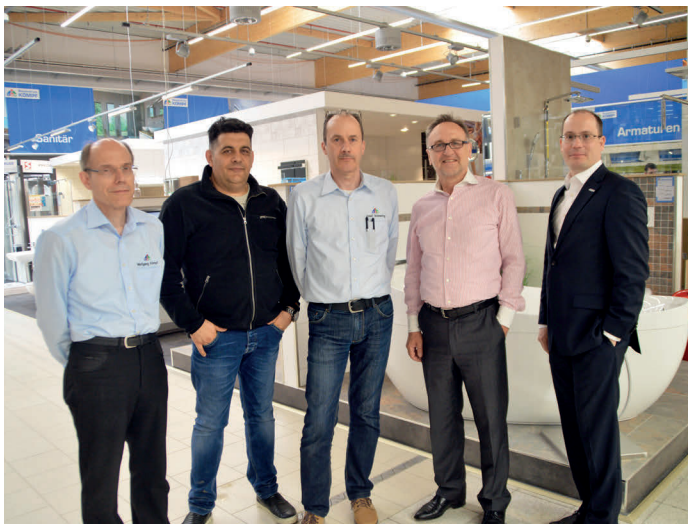
Rund 150.000 Produkte von 200 Lieferanten sind in diesem virtuell verlängerten Regal verfügbar.

Ein Beispiel: Mit Easy-Kauf hat man die Auswahl aus mehr als 2.000 Gartenhäusern. Der Kunde kann an den Touchscreen-Ter-

In die Ausstellung dekoratives Holz ist auch der neue Terrassenpräsen-ter integriert.

minals die gewünschte Größe, Farbe, Wandstärke sowie Bau- und Dachform eingeben – und sein Wunschhaus erscheint in anschaulichen Bildern. Darüber hinaus bekommt er technische Daten, Montageanleitung, Fundamentplan und natürlich Zubehör – schließlich sollen auch Zusatzverkäufe generiert werden.

auf dem Display. Denn natürlich geht es bei Easy-Kauf nicht darum, Personal einzusparen, eher im Gegenteil: „Unser Ziel war es, den Service, den wir bieten, und den mittelständischen Gedanken rüberzubringen und gleichzeitig die Online- und die Offline-Welt zu verbinden“, beschreibt Wolfgang Kömpf den Ansatz.



Stehen für die Gemeinschaftsaufgabe der Erweiterung (v. l.): Geschäftsführender Gesellschafter Dr. Wolfgang Kömpf, stellvertretender Marktleiter Carmelo Giarmana, Marktleiter Josef Volmering sowie aus der Eurobaustoff-Zentrale Dieter Jäger, Bereichsleiter Einzelhandel, und Peter Abraham, Gesamtvertriebsleiter Einzelhandel und Leiter Planung und Projekte.

Oder das Beispiel Oase: Nicht nur sämtliche Produkte des aktuellen Sortiments, sondern auch sämtliche verfügbaren Ersatzteile können über Easy-Kauf bestellt werden. Die Verknüpfung mit dem Warenwirtschaftssystem ermöglicht eine verbindliche Information über die Verfügbarkeit des gesuchten Produkts im Markt oder die Lieferzeit.

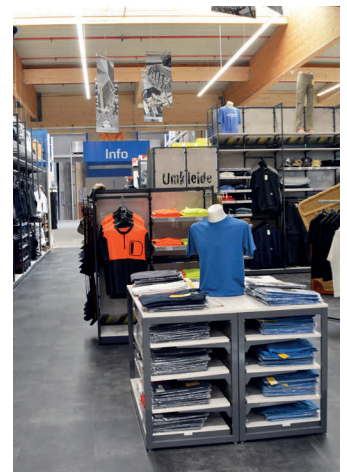
Hat der Kunde sein Produkt gefunden, erhält er vom System eine Nummer, die er beim Bezahlen an der Kasse angibt. Und was, wenn er sein Produkt nicht gefunden hat? Dann ruft er einen Berater an den Infoterminal und betätigt dafür den vielleicht wichtigsten Button

Dass ausgerechnet Kömpf dieses Experiment wagt, ist kein Zufall: Seit 2008 ist der Baustoffhändler aus dem Nordschwarzwald mit einem Portal, das mehrere Online-Shops zusammenfasst, im E-Commerce aktiv – und das nach Aussage von Wolfgang Kömpf zukunftsorientiert angelegt ist. Kurz: Kömpf weiß, welche Anforderungen der Online-Handel stellt.

Jetzt hat Kömpf noch einmal 350.000 € in die Hand genommen, um Easy-Kauf zusammen mit seinem E-Dienstleister Flagbit aus Karlsruhe aufzubauen, der einen Teil der Entwicklungskosten trägt.



Dr. Wolfgang Kömpf präsentiert das Easy-Kauf-System im Markt in Calw.



Auch der Arbeitskleidungsshop unterstreicht den Anspruch, über Baumarktniveau zu liegen.

Vor diesem Hintergrund hat sich das Unternehmen nicht besonders schwer mit der datentechnischen Seite des Projekts getan. „Wir haben gewisse Erfahrungen in der Datenpflege“, sagt der Handelsprofi Kömpf im Modus des schwäbischen Unterstatements.

Gerade mit dem Know-how im Online-Handel wollte man nicht einfach den Online-Shop auf die Fläche bringen. Kömpf glaubt auch nicht an die Idee Click & Collect. Vielmehr geht es ihm darum, seinen mittelständisch geprägten Markt mit seiner breiten Servicepalette zu stützen. „Es ist ein kleiner Vorteil, dass wir Einblicke in die Denke des stationären Einzelhandels und gleichzeitig in die Denke des Internets haben“, meint Wolfgang Kömpf.

So stolz man also bei Kömpf auf die virtuelle Verlängerung des Regals ist, so stolz ist man auf die reale Erweiterung der Verkaufsfläche.

So glänzt der Baumarkt des Kombistandortes Calw jetzt mit mehreren neuen Ausstellungen. Neben dem Arbeitskleidungsshop auf 150 m² und der Sani-

tärausstellung (190 m²) fällt vor allem die 180 m² große Ausstellungsfläche für dekoratives Holz auf. In horizontalen und vertikalen Ständerpräsentationen werden Vinyl-, Laminat- und Holzböden gezeigt, die SB-Ware gibt es in den Regalen um die Präsentationsfläche herum.

Integriert ist auch der neue Terrassenpräsen- ter. Er verbindet die Ausziehtechnik mit einem Monitor, auf dem der entsprechende Bodenbelag in einer Anwendungssituation zu sehen ist.

Sowohl bei der Sanitär- als auch bei der Holzbodenausstellung haben die Flächenplaner der Eurobaustoff auf eine hochwertige Ausstattung über Baumarkt-Standard Wert gelegt. Beide Bereiche bekommen ihr Licht von Stoffpendelleuchten und verfügen über Leuchtkästen.

Viel Platz hat die Erweiterung für das Gartencenter geschaffen, das jetzt allein im Innenbereich über 3.000 m² Verkaufsfläche verfügt. Die komplett neu angebaute Kalthalle hat wie das temperierte Gewächshaus 1.200 m² Fläche. Das 1.500 m² große Freigelände ist zur Hälfte überdacht. ■

Mitarbeiter übernehmen Firma

Management-Buy-Out bei Eichsfeld-Holz: Der Holz- und Beschlagsgroßhandel aus dem thüringischen Leinefelde gehört nun fünf langjährigen Mitarbeitern.

Nach fast 60 Jahren als geschäftsführender Gesellschafter in Leinefelde hat sich Willi Müller aus der unternehmerischen Tätigkeit zurückgezogen. Das Besondere dabei ist: Er und seine Frau Maria-Elisabeth Müller haben ihre Gesellschaftsanteile auf die Mitarbeiter Simone Pietsch, Mathias Rekitt, Reinhard Fahrig, Volker Kny und Klaus Pallas übertragen. Die Fünf sind bereits seit vielen Jahren in leitender Funktion bei dem Unternehmen aus Thüringen tätig. Mathias Rekitt, der schon zuletzt gemeinsam mit Willi Müller die Geschäfte führte, ist nun alleiniger Geschäftsführer. Durch die Nachfolgeregelung sind nach Angaben von Eichsfeld-Holz auch die Arbeitsplätze aller 50 Mitarbeiter gesichert.

Seele des Unternehmens

Seit Gründung des Holz- und Beschlagsgroßhandels im Jahr 1958 bis zu seinem jetzigen Ausscheiden war Willi Müller die Seele des Unternehmens. Zu DDR-Zeiten war er Geschäftsführer der von 100 privaten Tischler- und Stellmacherbetrieben gegründeten Einkaufs- und Liefergenossenschaft (ELG) des holzverarbeitenden Handwerks. Nach der Wiedervereinigung und der Währungsunion wurde die Gesellschaftsform der ELG den neuen Bedingungen angepasst und die Holzfachhandel

Verwaltungs-GmbH und Holzfachhandel GmbH & Co. KG Leinefelde ins Leben gerufen. 1994 zahlte Müller die verbliebenen 80 Teilhaber aus und gründete die Eichsfeld-Holz GmbH, die er 21 Jahre lang als Mehrheitsgesellschafter erfolgreich führte.

1996 trat Eichsfeld-Holz dem Holzring bei. Die Kooperation war auch in die Nachfolgeregelung involviert. Die HR Consult – Holzring-Tochtergesellschaft für betriebswirtschaftliche Beratung – begleitete das Management-Buy-Out (MBO). Vor allem galt es zu prüfen, ob die betriebswirtschaftlichen Voraussetzungen für eine erfolgreiche

Fortführung des Unternehmens gegeben sind. Das Ergebnis war positiv: Alle Faktoren sprachen für das MBO bei Eichsfeld-Holz. „Die Nachfolger zeichnen sich durch den unbedingten Willen zum Unternehmertum und die Fähigkeit aus, strategische und operative Ziele zu definieren und diese – auch mit dem Rückhalt der Familien – umzusetzen“, findet Holzring-Geschäftsführer Olaf Rützel. „Darüber hinaus haben sie alle in den Übertragungsprozess Beteiligten mit ihrem Zukunftskonzept überzeugt.“

Seinen Nachfolgern übergibt Willi Müller ein gut bestelltes Unternehmen auf einer Gesamt-

fläche von rund 35.000 m². In zehn Hallen mit insgesamt 10.000 m² Grundfläche lagern Waren im Wert von rund 3 Mio. €. Dazu kommt eine großzügige Verkaufsausstellung mit einer umfangreichen Auswahl an Inventuren und Parkettböden, die von den Handwerkern der Region gern zur Kundenberatung genutzt wird.

Das Sortiment des Holz- und Beschlagsgroßhandels umfasst Bau- und Massivholz, Hobelware, Platten, Beschläge, Türen, Fußböden, Wohndachfenster, Balkongeländer, Eisenwaren, Werkzeuge und Maschinen, Lacke, Lasuren und Leime sowie Fensterbänke und Dämmstoffe. Zehn Lkw – drei davon mit Ladekran – sorgen dafür, dass die Tischlereien in einem Umkreis bis zu 100 Kilometer zügig beliefert werden. ■



Neue Gesellschafter bei Eichsfeld-Holz (v.l.): Reinhard Fahrig, Mathias Rekitt, Simone Pietsch, Volker Kny und Klaus Pallas.

ALLE REDEN VON QUALITÄT. WIR HABEN SIE!

- ✓ HOLZKOHLE-PRODUKTION
SEIT 120 JAHREN
- ✓ ÖKOLOGISCH NACHHALTIG
IN DEUTSCHLAND
PRODUZIERT
- ✓ AUSGEZEICHNETE
BUCHEN GRILL-
HOLZKOHLE



120 Jahre Holzkohle **seit 1896** Produktion in Bodenfelde



www.facebook.de/profagusgmbh www.profagus.de

SocialMedia

Ausschreibungstexte online

HolzLand-EXPO auf Schalke
Spannende GARANT-Themen warten auf Sie!
14.-15.06.2016, Veltins-Arena, Stand B01
Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Objekt-Datenbank

Ganzglastüren Programm

GARANT-Angebots-Programm (GAP)

Produktvideos

GARANT Türen und Zargen GmbH
OT Ichtershausen
Garantstraße 1, Gewerbepark Thörey
99334 Amt Wachsenburg
Ein Unternehmen der LOOSER Gruppe

T +49 (0) 36202 / 91-0
F +49 (0) 36202 / 91-150
E service@garant.de
I www.garant.de

GARANT
Türen für Ihr Zuhause

Haustüren und Fenster

**aus Holz, Kunststoff
und Aluminium.
Qualitätsprodukte
aus deutscher Herstellung!**

Besuchen Sie uns:
HOLZLAND EXPO
Stand: G 08

RORO Türen + Fenster GmbH
Kalkgrub 1-2 · D - 84427 St. Wolfgang
Telefon 080 85 / 93 88-0 · Fax 080 85 / 93 88-250
info@roro-online.com · www.roro-online.com

RORO

TÜREN · FENSTER

Einblicke in die Korkwelten

Mit einem neuen Showroom vermittelt Amorim einen umfassenden Überblick darüber, wie vielfältig die Einsatzmöglichkeiten des nachhaltigen Rohstoffs Kork, insbesondere bei Bodenbelägen, sind.

Rund eine Mio. € hat Amorim für einen neuen Showroom in Porto in die Hand genommen.

„Er ist ein wichtiges Instrument für Verkauf und Schulung“, sagt Tomas Cordes, Geschäftsführer

Amorim Deutschland GmbH. Auf rund 1.000 m² ist praktisch alles zu sehen, was es zum



Thema Kork, Korkfußboden und Korkwandbeläge zu wissen gibt. Unter anderem wird dort auch das neue Produkt „hydrocork“ vorgestellt.

Produktvorteile von Kork

Zudem werden auf besonderen Tafeln die fünf Produktvorteile, die Kork bietet, herausgestellt. Ganz oben steht hier das Thema Schalldämmung (Silence). Denn Kork gilt als eines der Materialien, mit denen sich die effektivste Trittschalldämmung erzielen lässt. Dazu kommt ein hoher

Tomas Cordes (l.), Geschäftsführer Amorim Deutschland GmbH, und Carlos de Jesus, Geschäftsführer Marketing und Kommunikation der Amorim-Gruppe, im neuen Ausstellungsraum in Porto.



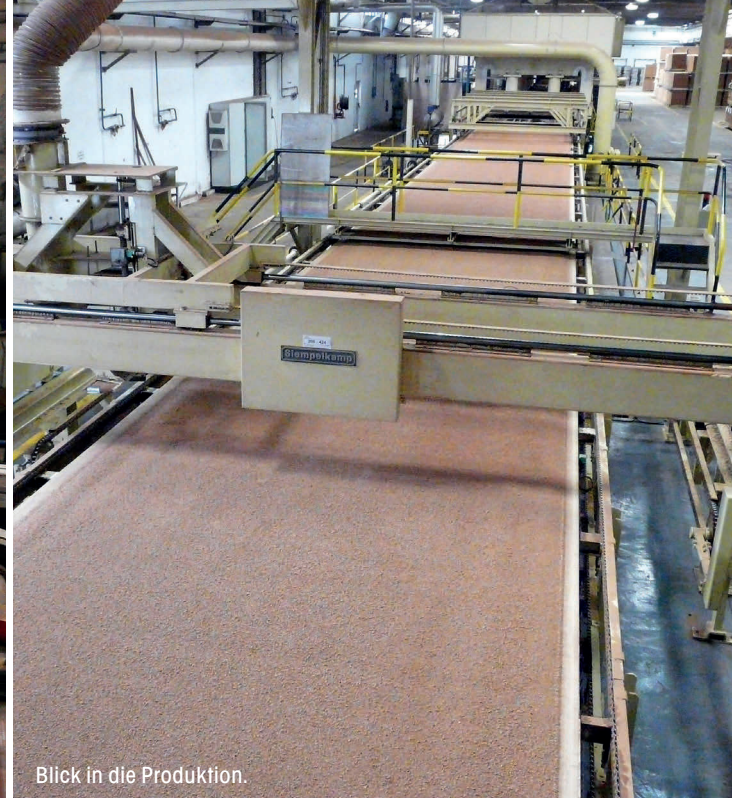
Amorim und Schöner Wohnen-Kollektion entwickeln gemeinsam Korkböden

Was haben Ilse Crawford und Schöner Wohnen gemeinsam? Beide sehen Kork als Trendmaterial. Die englische Designerin hat für Ikea die Kollektion „Sinnerlig“ entworfen, bei der Tische, Sitzmöbel und Acces-

soires aus Kork den Sinnen schmeicheln will. Und: Das Wohnmagazin hat zudem gemeinsam mit dem Korkprofil Amorim Böden entwickelt, die zeigen wollen, wie vielfältig und zeitgemäß man die Rinde

portugiesischer Eichen interpretieren kann. Die Schöner Wohnen-Kollektion umfasst insgesamt Farben, Tapeten, Paneele, Stoffe, Fensterdekorationen, Wand- und Bodenfliesen, Parket, Laminat, Vinyl,

Teppiche, Teppichböden, Outdoorprodukte und nun eben auch Korkböden. Die neue Korkkollektion soll ab Sommer dieses Jahres zur Verfügung stehen.



Blick in die Produktion.

Isolierungseffekt (Natural Thermal Insulation), durch den ein angenehmes, weil warmes Gehempfinden (Walking Comfort) erzielt wird. Dieses wiederum erzeugt ein hohes allgemeines Wohlbefinden (Body Wellness). Schließlich bietet Kork noch eine hohe Schlagfestigkeit (Impact Resistance).

Der Showroom, wo rund 2.500 Gäste pro Jahr, darunter Händler, Designer und Architekten, erwartet werden, ist eines der Mittel, mit dem Amorim seine ehrgeizi-

gen Wachstumsziele erreichen möchte. Bis 2020 will man die Umsätze mit Bodenbelägen von derzeit um die 50 Mio. € auf dann 70 Mio. € steigern. „Hauptmärkte sind dabei neben Deutschland vor allem Skandinavien, die USA, Russland und Frankreich“, sagt Carlos de Jesus, Geschäftsführer Marketing und Kommunikation der Amorim-Gruppe.

Wachstum verspricht man sich aber auch durch den Einsatz von Kork im High-Tech-Bereich, beispielsweise in der Luftfahrt.

„Dort geht es oft um Gewichtsreduktion“, sagt de Jesus. „Und diese lässt sich hervorragend über Kork erzielen.“

Nachhaltigkeit und Entwicklung

Besonders stolz ist man bei Amorim auf die Nachhaltigkeit, die praktisch im Produkt Kork „mitwächst“. „Aber im Grunde sollten wir nicht über Nachhaltigkeit sprechen“, so de Jesus weiter, „sondern über Entwicklung. Und wenn diese nicht nachhal-

tig ist, ist es keine Entwicklung.“ Besonders nachhaltig sei Kork nicht nur als Produkt, sondern auch durch seine soziale Dimension. Eine gute Korkernte müsse von hochqualifizierten Kräften durchgeführt werden, erklärt de Jesus. Deshalb sei diese Arbeit auch einer der am besten bezahlten Jobs in der Landwirtschaft weltweit. Dadurch könnten viele Menschen auf dem Land gehalten werden, die ansonsten in die Städte ziehen würden.



Rund eine Mio. € hat Amorim in den neuen Showroom investiert.

Hier werden die Produktvorteile erlebbar.

Reliefartige Farbakzente

Markante Holzstrukturen und attraktive Farben im Mix bietet das neue Wanddekor Mixcapp 20, das Mocopinus zur Fachmesse FAF München präsentierte.

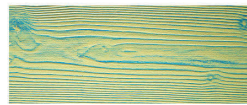
Der Megatrend Individualität hat auch in der Innenraumgestaltung Einzug erhalten. Das Industriebelwerk Mocopinus aus Ulm ließ sich dadurch zu einer Kollektion von Wandprofilen aus Fichtenholz inspirieren, die durch ungewöhnliche Farbkombinationen auffällt und vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten für Innenräume ermöglicht – in privaten Wohnräumen ebenso wie im Objektbereich. Der Markenname Mixcapp 20 steht für reliefartige Wanddekore im Zwei-Farbtönen-System. Mit plastisch strukturierten Oberflächen und Farbkontrasten entstehen unverwechselbare Designs.

Auf der Fachmesse für Fassadengestaltung und Raumdesign

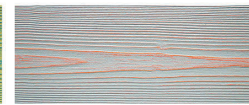
FAF 2016 in München hat Mocopinus die Neuheit vorgestellt. Das Produktkonzept basiert auf Vollholz-Wandprofilen, deren Oberflächen intensiv mit Bürsten bearbeitet werden. Die verwendete Holzart Fichte besitzt weiche und zugleich harte Jahresringe, die sich durch die Bürstenbehandlung unterschiedlich stark ausbilden. So entstehen deutlich sichtbare, plastische Holzstrukturen, die durch einen speziellen Farb-Mix noch intensiver erscheinen.

Das Besondere: Die unterschiedlichen Farbtöne werden bei der Herstellung in zwei Schichten aufgetragen. Nach der Trocknung des ersten Farb-

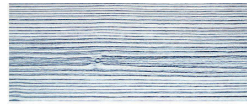
Mixcapp²⁰ STANDARDFARBEN



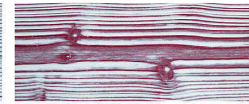
1. Schicht: I-RAL 5012 - lichtblau
2. Schicht: I-1276 - pastellgelb



1. Schicht: I-RAL 2000 - gelborange
2. Schicht: I-0003 - hellgrau



1. Schicht: I-RAL 9005 - tiefschwarz
2. Schicht: I-0007 - reinweiß



1. Schicht: I-RAL 3003 - rubinrot
2. Schicht: I-0007 - reinweiß



1. Schicht: I-RAL 8025 matt - blassbraun
2. Schicht: Q-3388 - bronzid



1. Schicht: I-3315 - tabak
2. Schicht: Q-3388 - bronzid

Im Standardprogramm stehen sechs Farbkombinationen zur Auswahl.

tons erfolgt der Auftrag des zweiten Lacks. Dieser wird aber direkt danach wieder mit einem Spachtel abgezogen. Er verbleibt dadurch nur in den Tiefen der Holzstruktur. Das betont die natürlich ausgeprägte Struktur der nordischen Fichte auf wirkungsvolle Weise. Standardmäßig sind die Wandprofile in sechs Farbkombinationen erhältlich: Lichtblau/Pastellgelb,

Gelborange/Hellgrau, Tief schwarz/Reinweiß, Rubinrot/Reinweiß, Blassbraun/Bronzid und Tabak/Bronzid.

Auf individuellen Wunsch – bei Oberflächen ab 100 m² – fertigt Mocopinus die Vollholzprofile auch in allen RAL-Farben. Zudem können im firmeneigenen Lacklabor spezielle Farbmischungen hergestellt werden. „Mit der Möglichkeit, Wandbekleidungen in den Corporate Design-Farben von Unternehmen herzustellen, empfiehlt sich Mixcapp 20 auch für den universellen Einsatz im Ladenbau“, betont Eric Erdmann, CMO Marketing/Vertrieb.

Für die Produktion der neuen Kollektion wird nach Herstellerangaben ausschließlich nordische Fichte aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern in Premium-Qualität verwendet. Die langlebigen Fase-Profile verfügen über eine Endprofilierung, die ein flächiges Design ohne Fugen ermöglicht. Die Profilmaße lauten: Stärke 13,5 mm, Breite 145 mm, Länge 2,50 m.



Zweistufiger Lackaufbau in der Farbkombination Lichtblau/Pastellgelb.

Türen lackieren im „Rapid“-Verfahren

Für die schnelle Beschichtung von Türoberflächen hat Jansen den Iso-TLR Türenlack Rapid auf den Markt gebracht.

Das wasserbasierte neue Produkt kann auf Holz, Hart-PVC oder Zinkblech verwendet werden. Malern ermöglicht der Türenlack eine große Zeitersparnis. Schon nach einer Stunde ist die erste Lackschicht staubtrocken und klebefrei, bereits nach vier bis sechs Stunden kann sie überlackiert werden. Zweimaliges Applizieren an nur einem Tag wird somit zum Standard. Das Maler-Spezialprodukt ist außerdem

robust und isoliert Holzinhaltstoffe sowie Beizmittel.

Einfache Anwendung und Zeitersparnis sind Produkteigenschaften, die für den Maler im Vordergrund stehen. Die Produktentwicklung von Jansen arbeitet daher permanent an unkomplizierten Problemlösungen, die das Arbeiten möglichst komfortabel machen und zugleich wirtschaftlich einsetzbar sind. Außerdem müssen die

Beschichtungsstoffe natürlich sicher anzuwenden und von hoher Qualität sein. All das gilt für den Iso-TLR Türenlack Rapid.

Der Isolierweißlack erweitert das Iso-Produktportfolio von Jansen, das bisher aus der Iso-HDF Holzdeckenfarbe und der Iso-WSF Wetterschutzfarbe bestand. Der neue Türenlack wird in den Glanzgraden seidenmatt und matt angeboten. Er ist nach Herstellerangaben extrem kratzfest und scheuerbeständig. Ein exzellenter Farbverlauf ist zudem direkt erkennbar, auch bei dünneren Schichtdicken.

Geeignet für Spielzeug

Außerdem wichtig: Das Produkt erfüllt Teil 3 der europäischen Norm EN 71 und ist damit auch für Spielzeug geeignet. Ebenfalls erfüllt wird die DIN 53160. Mit dem „Rapid“ lackierte Flächen sind also speichel- und schweißecht. Zudem sind sie beständig gegen viele handelsübliche Haushaltsreiniger. Weitere Vorzüge bei der Anwendung: Der vergilbungsfreie Speziallack zeichnet sich durch eine hohe Blockfestigkeit, ein hohes Deckvermögen und eine sehr gute Kantenabdeckung aus.

Der Iso-TLR Türenlack Rapid kann problemlos zweimal am Tag appliziert werden.

Neben dem klassischen Farbton Weiß ist das Produkt über das Jansen-Mischsystem auch tönbar. Je nach Kundenwunsch stehen 40 Farbtonkollektionen zur Auswahl. Auf rohem Holz empfiehlt Jansen einen Voranstrich mit dem matten, gut füllenden Iso-Malervorlack. In Kombination mit dem Iso-TLR Türenlack Rapid werden selbst wasserlösliche Bestandteile aus alten Furnierleimen isoliert.

Made in Germany

Jansen produziert und vertreibt Beschichtungen für alle Arten von Oberflächen. Neben den zahlreichen Maler-Spezialprodukten, die unter der Marke Jansen über den Farben-Fachgroßhandel vertrieben werden, profiliert sich das 1878 in Ahrweiler gegründete Unternehmen als innovativer und kompetenter Partner des Malerfachhandels und Malerhandwerks.

Zu den Maler-Spezialprodukten der Marke Jansen gehören ein abgerundetes Grundsortiment aus den Geschäftsbereichen Spachtel, Isolierfarben/Haftgründe, Metall-effekt/Metallschutz, Bodenbeschichtung, Speziallacke, Markieren, Kreative Gestaltung und seit 2016 auch Office-Farben. Mit dem unkomplizierten und technisch ausgereiften Farbmischsystem „Jansen Mix“ ebnet Jansen dem Fachhandel zudem den Weg zur Tönung seiner Maler-Spezialprodukte. ■



Der schöne Schein des Furniers

Das spanische Unternehmen LZF Lamps fertigt seit rund 20 Jahren sehr spezielle Leuchten. Sie entstehen in künstlerischer Handarbeit aus Furnierholz.

Meist sind klassische Lampenschirme aus Stoff, Glas, Metall oder Kunststoff. Doch nichts erzeugt einen schöneren Lichtschein als Furnierholz.

Das ist zumindest seit 22 Jahren die feste Überzeugung des Ehepaars Sandro Tothill und Marivi Calvo. 1994 war den beiden Künstlern die entscheidende Geschäftsidee gekommen, als sie in einem kleinen Atelier im his-

torischen Zentrum von Valencia erstmals mit den dünnen Edelh Holzstreifen experimentierten. Ursprünglich benötigten sie diese nur für eine Collage. Doch dann war das Paar von dem Lichteffekt fasziniert.

Kurz darauf entwarfen sie ihren ersten Furnierholz-Lampenschirm und gründeten das Unternehmen Luziferlamps – abgekürzt: LZF.

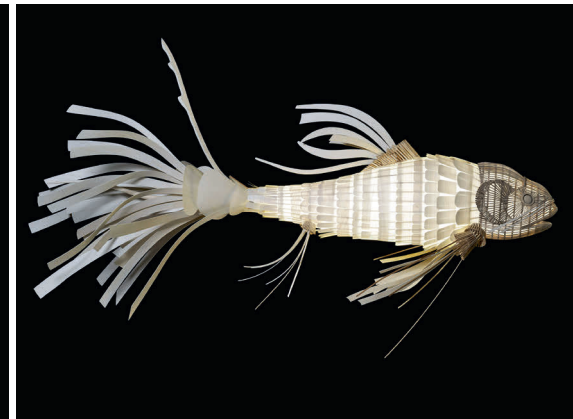
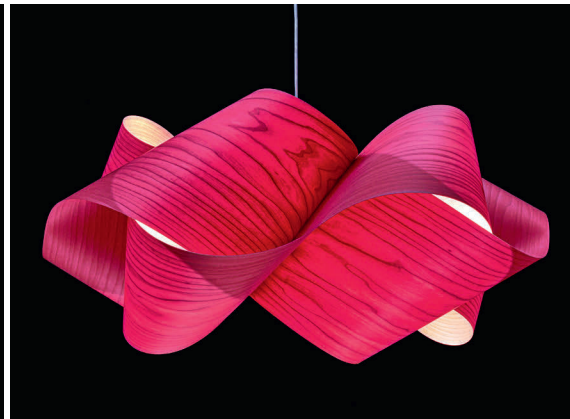
Was damals als kleines Künstlerprojekt begann, ist heute ein weltweit anerkanntes Unternehmen für edle Designerleuchten. Viele Lampenmodelle von LZF Lamps wurden in den letzten Jahren mit international renommierten Preisen wie dem Red Dot Award oder dem World Architecture Award ausgezeichnet. Die Nachfrage nach den Lampen wuchs stetig. Vor allem als Ge-

schäftsbeleuchtung sind die modernen und mitunter auch auffällig verrückten Lampendesigns aus dem Naturwerkstoff Holz sehr beliebt. Mittlerweile werden neue Modelle längst nicht mehr nur von den beiden Gründern entworfen. LZF arbeitet mit bekannten Designern wie beispielsweise den Spaniern Miguel Heranz und Luis Eslava, Ray Power aus Irland, Burkard Dämmer und Oskar Cerezo aus Deutschland und dem Bang-Studio aus Australien zusammen.

Zugleich ist der Hersteller aber ein Familienbetrieb geblie-



Lampenentwurf vom Designer Burkard Dämmer.



Designs von Burkard Dämmer (l.), Ray Power (Mitte) und der Agentur Inocuo The Sign.

ben, bei dem noch immer jede einzelne Lampe in Handarbeit hergestellt wird. Die Firma ist auch nach wie vor in Valencia zu Hause, wenn auch nicht mehr in dem Atelier der Anfangstage, sondern auf dem ehemaligen Gelände eines alten Weinguts.

Und man ist dem Markenzeichen treu geblieben: Alle knapp 50 Lampendesigns des aktuellen Katalogs bestehen durchweg aus Furnierholz. Seit 2001 wird das Ausgangsmaterial übrigens nach dem patentierten Polywood-Verfahren hergestellt.

Das führt zu widerstandsfähigem, abwischbarem Furnierholz, aus dem sich langlebige Leuchten herstellen lassen.

Das Sortiment von LZF umfasst sowohl Wand- und Pendelleuchten als auch Tisch- und Stehlampen. Alle verwendeten

Furnierhölzer sind FSC-zertifiziert und werden entweder im Naturton oder als eingefärbtes Echtholz verarbeitet. Zur Abrundung seines Programms bietet der spanische Hersteller übrigens auch zwei Raumteiler – natürlich aus Furnierholz. ■

SocialMedia

Ausschreibungstexte online

PIM
Produkt-
Informations-
Management

HolzLand-EXPO auf Schalke
Spannende PRÜM-Themen warten auf Sie!
14.-15.06.2016, Veltins-Arena, Stand B01
Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Objekt-Datenbank

PRÜM-Kalkulationsprogramm (AGS)

CPL Touch Oak Oberflächen

Produktvideos

PRÜM-Türenwerk GmbH
Andreas-Stihr-Straße 1
54595 Weinsheim/Eifel

T +49 (0) 6551/12-01
F +49 (0) 6551/12-550
E kontakt@tuer.de
I www.tuer.de

PRÜM
Türen die zu Ihnen passen

Ein Unternehmen der LOOSER Gruppe



NEU

MASSIVHOLZDIELE – EICHE NATURAL

Natürlicher Look und optimaler Schutz?

Die neue Massivholzdiele Eiche verlangt keine Kompromisse! Denn das Osmo Hartwachs-Öl Natural schützt die Holzoberfläche fast unsichtbar und betont die natürliche Maserung des Holzes. Weiße Pigmente verhindern den „Dauernasseffekt“, sodass der Farbton des Holzes nicht verstärkt wird und absolut authentisch aussieht.

Und das bei bleibender Qualität: Die Oberfläche ist offenporig, reißt nicht, blättert nicht und schuppt nicht ab.

Mehr Infos und weitere Osmo Produkte finden Sie im Internet: www.osmo.de

Treffen der Experten

Osmo begrüßt das neue Messekonzept der Holzland-Expo 2016 und freut sich auf gute Gespräche mit den Entscheidern der Holzland-, MDH- und Baustoffring- Partnerunternehmen sowie zahlreichen Interessenten aus dem Holzfachhandel.

Die Holzland-Expo öffnet am 14. und 15. Juni 2016 traditionell nach zwei Jahren wieder ihre Pforten und bietet Händlern und Lieferanten zum siebten Mal eine etablierte Branchen-Plattform für den ausgiebigen Dialog. Das überarbeitete Messekonzept und der neue Standort in der Veltins-Arena auf Schalke versprechen eine fokussierte Veranstaltung für das Fachpublikum. Osmo als einer der führenden Hersteller und Anbieter moderner Holzfertigprodukte für eine individu-

elle Gestaltung des Wohn- und Gartenbereichs lässt sich das Treffen der Experten auch 2016 nicht entgehen.

Das international agierende Unternehmen präsentiert sich auf einem 20 m² großen Messestand (F31) ganzheitlich – in Form und Farbe. Dabei ist der deutlich kleinere Messestand im Vergleich zur letzten Veranstaltung nicht etwa ein Zeichen von geringerem Interesse, betont Osmo, sondern eine Vorgabe des Veranstalters, die mit

dem modifizierten Messekonzept einhergeht.

„Wir unterstützen den Branchen-Event bereits mit langer Tradition und begrüßen das kompaktere Angebot in der attraktiven Location. Wir freuen uns auf gute Gespräche mit den Entscheidern der Holzland-, MDH- und Baustoffring-Partnerunternehmen sowie zahlreichen Interessenten aus dem Holzfachhandel“, sagt Thorsten Mehlin, Geschäftsleitung Vertrieb Osmo Holz & Color GmbH & Co. KG.

Ein Highlight der Veranstaltung ist die Verleihung des Holzland Award. Im Jahr 2014 konnte Osmo die Fachjury bereits mit der erfolgreichen Produkteinführung des Holzwerker Sortimentes begeistern und den Award gewinnen. Das motiviert zu einer erneuten Teilnahme und so beteiligte sich das Unternehmen beim diesjährigen Wettbewerb mit der Creativ-Terrassendiele, die dem Kundenwunsch nach hochwertiger Individualität in Form eines persönlichen Terrassenbodens gerecht werden will. Die zahlreichen Kombinationsmöglichkeiten von Oberflächen und Farben schaffen ein einzigartiges Ambiente, betont Osmo. ■



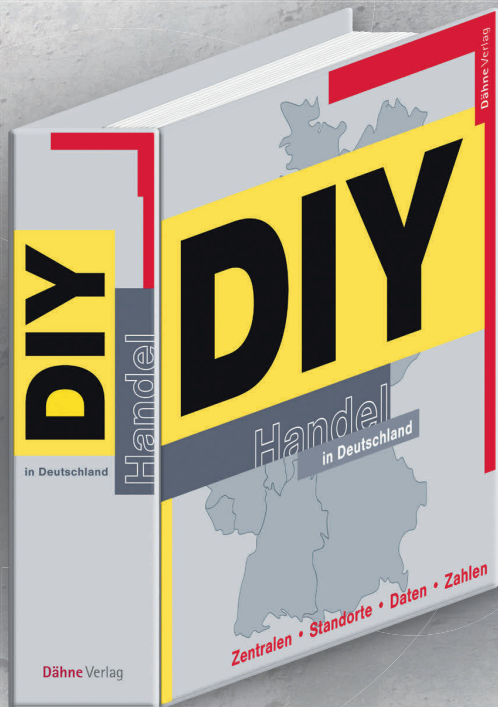
▲ Thorsten Mehlin, Geschäftsleitung Vertrieb Osmo Holz & Color GmbH & Co. KG, begrüßt das neue Messekonzept der Holzland-Expo.

► Osmo beteiligte sich am diesjährigen Holzland Award im Rahmen der Holzland-Expo mit der Creativ-Terrassendiele, die neue Maßstäbe in Punkto hochwertiger, individueller Böden für den Außenbereich setzen will.



diy

**EIN
DICKES
DING!**



Alle deutschen Baumarktbetreiber

Alle Standorte

Alle Zahlen und Fakten

Halbjährlich aktualisiert

**Kompakter Ordner
plus Datenbank-CD**

Dähne Verlag

Einfach per E-Mail
oder online bestellen

service@daehne.de
www.daehne.de/diy-handel

www.diyonline.de

**KNEER - SÜD
FENSTER**

Wohnen mit Weitblick



**Widerstand
nicht zwecklos!**



HAUSTÜREN

aus Holz · Aluminium-Holz · Aluminium · Aluminium-Kunststoff · Kunststoff

Serienmäßig:

- Mehrfach-Automatik-Verriegelung
- Völlig verdeckt liegende Schließleiste
- 3 hochwertige Sicherheitsbänder
- Patentierter Keilfalz macht das Aufhebeln fast unmöglich

Noch mehr Sicherheit bieten:

- Zugangssystem Fingerprint
- Automatik-Schloss mit Motoröffner

www.kneer-suedfenster.de

KNEER GmbH
Fenster und Türen
Horst-Kneer-Str. 1 · 72589 Westerheim
Telefon 073 33/83-0 · info@kneer.de

Find us on
Facebook



Nachhaltiger Zeitgeist

Vor über 300 Jahren wurde der Begriff Nachhaltigkeit geprägt. Was damals ein regionales Problem behandelte, hat sich zu einem globalen Konzept entwickelt.

Das hatte sich Hans Carl von Carlowitz wohl nicht in seinen kühnsten Träumen ausgemalt, als er 1713, also vor über 300 Jahren, sein inzwischen berühmt gewordenes Werk *Sylvicultura Oeconomica* veröffentlichte. Darin prägte der Oberberghauptmann am kursächsischen Hof in Freiberg, Sachsen, den Begriff der Nachhaltigkeit.

Kernthese und gleichzeitig auch Forderung an alle verantwortlichen gesellschaftlichen Kräfte seiner Zeit war, dass künftig nur noch so viel Holz eingeschlagen werden sollte, wie auch wieder aufgeforstet werden konnte. Doch wie kam er zu dieser Forderung? Durch exzessives Abholzen waren die Waldbestände in Sachsen und weiten Teilen des damaligen Heiligen Römischen Reiches Deutscher Nation nicht nur dramatisch dezimiert, sondern geradezu im Bestand bedroht. Noch schlimmer war aus den Augen der Zeitgenossen, dass damit die Schlüsselindustrie des Landes, der Bergbau selbst, bedroht war. Denn vor allem dieser war auf die ständig verfügbare Energiequelle und das Baumaterial Holz angewiesen. Eine Holzverknappung hätte den Niedergang des Bergbaus bedeutet.

Nicht von ungefähr war Hans Carl von Carlowitz Oberberghauptmann und stammte nicht, wie manchmal irrtümlich angenommen, aus der Forstwirtschaft. Dennoch: Gerade in der Forstwirtschaft setzte sich das Prinzip des nachhaltigen Handels fortan mehr und mehr durch.

Außerhalb der Forstwirtschaft erlangte der Begriff erst in den 1970er Jahren an Bedeutung. Anlass gab die Veröffentlichung des Buches „Die Grenzen des Wachstums“ 1972 durch den Club of Rome, in dem die Endlichkeit der Rohstoffe beschrieben und damit auch das Ende eines grenzenlosen Wachstums prophezeit wurde. Heute sind die Thesen der Publikation weitgehend wiederlegt. Insbesondere die Prognosen über die Endlichkeit fossiler Brennstoffe haben sich als weit übertrieben herausgestellt und wurden immer wieder korrigiert -- ein deutlicher Hinweis darauf, wie notwendig es ist Prognosen ständig kontrollieren und auf ihren politischen Gehalt hin zu hinterfragen.

Dennoch hat der Expertenkreis dazu beigetragen, dass Nachhaltigkeit zu dem Begriff



wurde, mit dem ein verantwortungsvoller „nachhaltiger“ Umgang mit den Ressourcen der Erde gefordert wurde.

Blieb die Forderung einer nachhaltigen Forstwirtschaft im 18. Jahrhundert auf einzelne Länder begrenzt, erhielt die Prognose der Publikation des Club of Rome also globale, oder doch zumindest auf die industrialisierte westliche Welt bezogene, Bedeutung. Das Versiegen der Rohstoffe, insbesondere des Erdöls, hätte in der Tat für die Industrienationen ähnlich apokalyptische Dimensionen gehabt wie das Fehlen des Rohstoffes Holz als Energiequelle für den sächsischen Bergbau im 18. Jahrhundert.

Wie ein zusätzliches Fanal wirkte vor diesem Hintergrund die Ölkrise nur ein Jahr nach den Analysen des Club of Rome und den dadurch verursachten Sonntagsfahrverboten.

Erstmals wurde damals Nachhaltigkeit in seiner erweiterten Bedeutung eines „Zustand des globalen Gleichgewichts“ verstanden.

Eingang fand der Begriff auch 1974 in ein Dokument des ökumenischen Rates der Kirchen und der Definition eines neuen sozial-ethischen Leitbildes, wodurch sich die Bedeutung auch auf den sozialen und ethischen Bereich ausdehnte.

Enormen Schub erhielt das Konzept der nachhaltigen Entwicklung 1992 durch die Umweltkonferenz in Rio de Janeiro, wo mit der Agenda 21 ein weltweites Aktionsprogramm verabschiedet wurde mit dem Ziel eines weltweit verbesserten Umweltschutzes und der nachhaltigen Nutzung der begrenzten Ressourcen. Inzwischen gibt es auf nationaler und internationaler Ebene eine unüberschaubare Anzahl von Gremien, Institutionen und Organisationen, die sich mit Nachhaltigkeitskonzepten beschäftigen. Ebenso unübersichtlich und vielfältig sind die Definitionen von Nachhaltigkeit geworden.

In den Vordergrund gerückt werden jedoch überwiegend drei Kriterien:

- ,die ökologische Nachhaltigkeit mit Klimaschutz, Arten-



vielfalt und dem schonenden Umgang mit Ressourcen,

- die ökonomische Nachhaltigkeit für eine dauerhaft tragfähige Grundlage für Erwerb und Wohlstand durch den Schutz der wirtschaftlichen Ressourcen vor exzessiver Ausbeutung,
- und die soziale Nachhaltigkeit für den Ausgleich der sozialen Kräfte und eine zukunftsfähige und lebenswerte Gesellschaft.

Dieses sogenannte „Drei-Säulen-Modell“ ist jedoch ebenso umstritten, wie es durch vielfältige Kriterien weiter ausgebaut wurde und auf mehr und mehr Bereiche Anwendung findet. Beispiele sind ein ausgeglichener Staatshaushalt, Mobilität und ein individueller Lebensstil. Außerdem gibt es nachhaltiges Marketing, nachhaltiges Design, nachhaltige Unternehmensführung, nachhaltige Geldanlage oder nachhaltige Konsumenten.

Zwar melden sich gelegentlich auch einzelne kritische Stimmen zu Wort: Vor allem als die BP-Ölplattform Deepwater Ho-

rizon im Golf von Mexiko havarierte tauchten Vorwürfe des „Greenwashings“ auf. Daraufhin flog BP aus dem Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI), ein Index, der besonders umweltfreundliche Unternehmen bündelt.

Kritiker führen zudem an, dass die Zahlen in Nachhaltigkeitsberichten, wie sie inzwischen von zahlreichen Unternehmen regelmäßig veröffentlicht werden, auch mit Blick auf die Relevanz für den DJSI Daten minderer Güte enthalten (Manager Magazin Oktober 2010). Der Verdacht auf Greenwashing, so Kritiker weiter, sei spätestens dann angebracht, wenn die Kommunikation einer ökologischen oder sozialen Wohltat mehr koste als die Wohltat selbst.

Doch das sind kleinere Randerscheinungen. Nach wie vor erfreut sich der Begriff unbeschädigter Prominenz. Politiker argumentieren damit ebenso gerne wie Unternehmen und verweisen damit auf ihre ökonomische, ökologische (und inhärent subven-

tionsbezogene) Effizienz. Denn kein anderes Konzept ist derzeit wohl besser geeignet, Brücken zu schlagen zwischen scheinbar unüberwindbaren Gegensätzen, sei es zwischen vorindustrieller Zeit und Moderne, Konservatismus und Fortschritt, Ökonomie und Ökologie oder einem wirtschaftlich orientierten Handeln und gesellschaftlichen Verantwortungsbewusstsein.

Doch durch den inzwischen exzessiven Gebrauch des Begriffes ist Nachhaltigkeit zu einem schillernden Abstraktum geworden, das sich in seiner Bedeutung immer schwerer fassen lässt. Durch den beschleunigten Verbrauch glaubwürdigkeitstransportierender Begriffe und Konzepte droht aber auch er überstrapaziert und damit Opfer seiner selbst zu werden.

Gerade der Mangel an Begriffen, die Glaubwürdigkeit transportieren und der exzessive Zugriff darauf, fordert einen nachhaltigen Umgang damit, vor allem im Marketing. Denn nachhaltige Ressourcennutzung darf nicht nur auf materiell

Nur so viel Holz einschlagen wie nachwächst: Der Gedanke der Nachhaltigkeit wurzelt in der Forstwirtschaft.

Greifbares wie Umwelt, Ökonomie und Gesellschaft bezogen bleiben, sondern muss auch auf unsere Instrumente Anwendung finden, mit denen wir die Realität abbilden: auf die Begriffe. Womit der Vielzahl der Anwendungsmöglichkeiten von Nachhaltigkeit eine weitere hinzugefügt wäre, die der nachhaltigen Begriffsverwendung. Auch diese Ressource ist knapp und fordert einen bewussten, sparsamen und schonenden Umgang im Sinne einer nachhaltigen Kommunikation.

Bei Pressekonferenz eines Herstellers meinte einer der Referenten, dass es besser sei, von Entwicklung zu sprechen, denn von Nachhaltigkeit. Denn wenn eine Entwicklung nicht nachhaltig sei, so das Argument, dann sei es auch keine Entwicklung. Ein Hinweis darauf, dass die Suche nach begrifflichen Alternativen im Gange ist.

Gutes Holz – gute Geschäfte

Zertifizierte Hölzer gewinnen im Holzhandel und im Fenster- und Türenmarkt immer mehr an Bedeutung.

Die Bundesregierung sowie immer mehr gewerbliche und private Bauherren schreiben ihren Auftragnehmern vor, einen klaren Herkunftsnachweis über die eingesetzten Holzrohstoffe zu erbringen. Das führt wiederum dazu, dass die Handwerksbetriebe mehr und mehr zertifizierte Ware im Handel nachfragen.

PEFC gibt die notwendige Sicherheit über die Herkunft des eingesetzten Rohstoffes – und das entlang der ganzen Wertschöpfungskette. Mit der Chain-of-Custody-Zertifizierung (CoC) wird jeder zertifizierte Geschäftspartner Teil einer transparenten Produktkette, die durch unabhängige Gutachter kontrolliert wird.

In rund 17 Jahren hat sich PEFC als ein leistungsfähiges, internationales System etabliert. Heute setzt es sich auf allen Kontinenten für soziale und ökologische Standards in der Waldbewirtschaftung ein. Bislang haben 35 nationale PEFC-Systeme, die von den am Wald interessierten Gruppen getragen werden, das

Anerkennungsverfahren von PEFC erfolgreich durchlaufen. Ihre Arbeit ermöglicht es, dass weltweit schon über 275 Mio. Hektar Wald nach den PEFC-Standards bewirtschaftet werden.

Deutschland, der DAkkS, überwacht. Auch das macht PEFC einzigartig.

Mit seiner globalen Ausrichtung trägt PEFC den weltumspannenden Handelsströmen



Ausgangspunkt der Herkunftskontrolle: der PEFC zertifizierte Wald.

Soziale, ökologische und ökonomische Aspekte gelten bei PEFC als gleichwertig. Wie keine andere Zertifizierungsorganisation thematisiert und lebt PEFC daher die Nachhaltigkeit: Im Bottom-up-Entscheidungsprozess kann beispielsweise die Umweltlobby nicht die Gewerkschaften dominieren oder die Holzindustrie den Arbeitsschutz aushebeln.

PEFC bedient sich vollkommen unabhängiger Zertifizierer. Sie werden von der einzigen offiziellen Akkreditierungsstelle in

Rechnung. Sämtliche PEFC-Verfahren sowie die Zulassung der Zertifizierungsstellen stehen in hundertprozentiger Übereinstimmung mit den geltenden ISO-Normen. Trägt ein Holzprodukt das PEFC-Zeichen, dann entspricht es auch allen Anforderungen der EU-Holzhandelsverordnung (EUTR) bzw. des Holzhandels-Sicherungs-Gesetzes (HolzSiG). Garantiert wird dies durch ein für PEFC-zertifizierte Unternehmen verpflichtende Sorgfaltspflichtsystem (PEFC Due Diligence).

Weil PEFC aber – anders als das HolzSiG – nicht allein für Legalität steht, sondern auch für Nachhaltigkeit gibt es zertifizierten Betrieben wertvolle Marketingvorteile an die Hand. Ein Fensterhersteller etwa, der auch Tropenholz verarbeitet, genießt bei seinen Kunden ein ungleich besseres Renommee, wenn er z. B. malaysische Ware mit PEFC-Zertifikat im Angebot hat.

Voraussetzung zur Nutzung der PEFC-Vorteile ist eine sogenannte Chain-of-Custody-Zertifizierung. Zertifizierte Wälder bilden den Ausgangspunkt der PEFC-Produktkette (englisch: Chain of Custody, CoC). Jedes Unternehmen in dieser Kette muss ein PEFC-Zertifikat besitzen, anhand dessen der Weg des Holzes vom Wald bis hin zum Endprodukt zurückverfolgt werden kann. Die Kette kann dabei kurz sein, wenn beispielsweise ein Sägewerk Hobelware bereitstellt, die direkt in die Regale des Holzhändlers gelangt. Sie kann aber auch sehr lang und komplex sein, denkt man zum Beispiel an den Rohstoffmix manches Plattenwerkstoffes, der sich aus Waldholz, Resten aus Sägewerken und Althölzern zusammensetzen kann. Bei jedem Glied der Produktkette bedarf es eines Beleges darüber, dass nur solches beziehungsweise so viel Holz mit PEFC-Siegel weitergegeben wurde, wie auch nachweislich – gleich, wo auf der Welt – in den Produktionsprozess eingespeist wurde. ■

Der Autor
Lars Langhans



Experte für Nachhaltigkeitskommunikation der Kollaxo Markt und Medien GmbH, Bonn

Baubiologisch empfehlenswert

Hiss Reet hat einen Großteil seiner Schilf-Naturbaustoffe beim DINB auf Umweltschadstoffe testen lassen. Das Ergebnis: „baubiologisch empfehlenswert“.



sich um reine, grundsätzlich gesundheitslich unbedenkliche Naturprodukte aus radioaktiv und chemisch nicht belasteten Regionen handeln muss, die nicht oder nur mechanisch bearbeitet werden. Im Steckbrief

Schilf-Trennwand-system von Hiss Reet.

Das Gütesiegel „empfehlenswert“ ist am grünen Symbol mit einem schwarzen Häkchen erkennbar. Gelbe Symbole signalisieren dem kritischen Verbraucher, noch einmal genau hinzuschauen. Ein rotes Symbol mit einem schwarzen Kreuz heißt dagegen: „nicht tolerierbar“.

Wichtig für Allergiker und besonders empfindliche Menschen: Das DINB beurteilt in seinen Steckbriefen die Langzeitwirkung der Produkte auf gesunde Menschen. Wer also zum Beispiel gegen das Metall in einem Draht allergisch sein könnte, sollte das vor dem Einbau beim Arzt abklären lassen. Wer sich nicht ohne

Hiss Reet ...

... ist der führende Anbieter von Schilf zum Eindecken von Reetdachhäusern in Deutschland. Das 1833 gegründete Familienunternehmen, das heute in sechster Generation vom Kaufmann Tom Hiss geführt wird, bietet darüber hinaus aber auch Naturbaustoffe aus Schilf wie zum Beispiel Dämmplatten, Putzträgergewebe oder Trennwandsysteme. Diese Produkte erleben im modernen Lehmhaus eine Renaissance. Für eine natürliche Gartengestaltung bietet der Hersteller unter anderem Naturzäune und Sichtschutzmatten an.

Das Deutsche Institut für Nachhaltiges Bauen (DINB) betreibt mit seiner Website www.dinb.de eine virtuelle Plattform „für alle, die sich für nachhaltiges Bauen interessieren“. Dort bietet das wirtschaftlich unabhängige Institut unter anderem eine Suchfunktion für baubiologisch einwandfreie Materialien nach Produktgruppen an. Unter „Dämmstoffe“ findet man dort zum Beispiel die „Hiss Reet Platte“ zur Innen- und Außendämmung – mit einem ausführlichen DINB-Produktsteckbrief als PDF zum Herunterladen.

Wer auf der Website ein bisschen bei den anderen Pro-

duktgruppen herumstöbert, findet dort noch eine ganze Handvoll anderer Steckbriefe über Produkte von Hiss Reet. Das Bad Oldesloe Traditionsunternehmen hat nämlich einen Großteil seiner Naturbaustoffe beim DINB auf Umweltschadstoffe testen lassen. Die Ergebnisse: „baubiologisch empfehlenswert.“ So urteilt das Institut zum Beispiel im Steckbrief zur Hiss Reet Platte, in dem auch alle Inhaltsstoffe aufgelistet werden: einzig und allein türkisches Schilfrohr und verzinkter Draht.

Bei den Qualitätskriterien in den Produktsteckbriefen legt das DINB strenge Maßstäbe an. Ganz oben steht dabei, dass es

zur Putzträgermatte „Hiss Reet Gewebe“ heißt es in diesem Zusammenhang: „Die Kriterien für Nachhaltigkeit können von diesem Produkt erfüllt werden.“

Zwecks besserer Übersicht hat das DINB eine „Ampel“ – ähnlich der Kalorienzählampel bei Lebensmitteln – eingeführt.

Hilfe durch die Steckbriefe lesen möchte, bekommt beim DINB auch eine unabhängige Onlineberatung. Das umfasst auch den Vergleich ökologischer Baumaterialien – wie etwa der Dämmelemente von Hiss Reet – mit herkömmlichen Produkten aus Holz oder Kunststoffen. ■

Terrasse weiter gedacht

Megawood Barfußdielen werden ausschließlich in Deutschland hergestellt. Die Produkte sind weltweit einzigartig. Sie bestehen aus bis zu 75 Prozent Naturfasern der Hobel- und Sägeindustrie und stammen aus nachhaltig bewirtschafteten Holzbeständen. Veredelt werden sie mit 25 Prozent Polymeren und Additiven. Holz ist gut – Megawood macht es noch besser, indem die positiven Eigenschaften genutzt und ergänzt werden um weitere Vorteile. Megawood lässt sich wiederverwerten und kann dem Produktionsprozess wieder zugeführt werden. Der Rohstoff von heute ist auch Rohstoff für morgen. Das ist der Beitrag von Megawood für unsere Kinder und Enkelkinder.

www.megawood.com



Das Magazin für alle,

Besser informiert als andere.

die auch international mitreden wollen.



- Aktuelle Nachrichten aus Handel und Industrie
- Fach- und Weiterbildungsbeiträge
- Unternehmensreportagen und Interviews
- Messeberichte und Diskussionen
- Infos zu neuen und innovativen Produkten
- Interessante Länderberichte
- Zahlen, Fakten und Statistiken

Bestellen Sie einfach per Telefon oder online

LeserService 072 43/575-144
service@daehne.de • www.daehne.de

www.daehne.de/din-abo

Dähne Verlag
Ich weiß.

Dähne Verlag GmbH
Postfach 10 02 50
76256 Ettlingen
Tel. +49 / 72 43 / 575-145
Fax +49 / 72 43 / 575-100
service@daehne.de

Nachhaltiger Holzschutz

Nicht nur seiner Schönheit wegen ist Holz schützenswert. In der heutigen Zeit sind Nachhaltigkeit und Schutz unserer Umwelt und Wälder elementare Themen. Holz ist der wichtigste nachwachsende Rohstoff unserer Zeit. Regelmäßige Wartung, Pflege und ein anwendungsspezifischer Holzschutz unserer Gartenmöbel, Terrassen, Brücken, dekorativen Holzelemente und -konstruktionen kann die Lebensdauer und somit den Erneuerungszyklus deutlich verlängern.

Nach neuesten Entwicklungen und unter Berücksichtigung jahrzehntelanger praktischer Erfahrung wurde das Holzschutzsegment der Marke düfa vollkommen neu aufgestellt. Das Ergebnis ist ein strukturiertes Sortiment bestehend aus 12 Produkten, die mit einer klaren Zuordnung des Einsatzgebiets alle Holzbereiche abdecken. Ob schützen, lasieren, deckend streichen oder pflegen – für jeden Anwendungsfall und jedes Holz gibt es eine passende Lösung. Für eine verkaufsfördernde Produktdarstellung wurden vier Regaleinheiten à 1,25 m erstellt,

die mit aufmerksamkeitsstarken, hinterleuchteten Displays die düfa Holzschutzkompetenz eindrucksvoll präsentieren. Statt der lichtbestückten Top-schilder stehen auch PVC-Hartschaum-Displays zur Verfügung. Zwei weitere beleuchtete Musterböden setzen die präsentierten Echtholzmuster der Standardfarben optimal in Szene. Ein integriertes Prospektfach für die informative Endverbraucher-Broschüre sorgt für Ordnung am Regal.

www.meffert.com



Ressourcenschonende Produktion

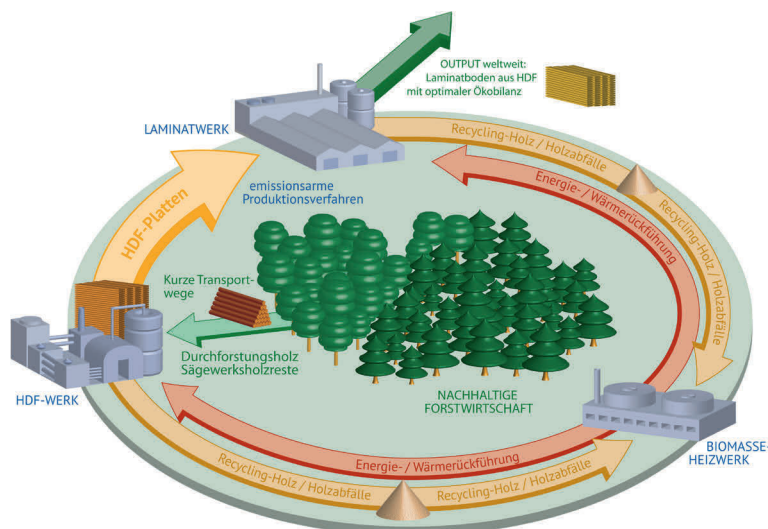
Umgeben von riesigen Waldflächen stehen inmitten der Mark Brandenburg das MDF-Werk der Fiberboard GmbH und, dem direkt angeschlossen, das Laminatwerk der CLASSEN Industries GmbH, als Teil eines integrierten Standortkonzeptes. „Nachhaltigkeit“ war damals ein Stichwort bei der Auswahl des Standortes. Neben der Zulieferernähe war auch die unmittelbare Nähe zum Rohstoff Holz das wesentliche Standortkriterium. Das Classen-Konzept des integrierten Standortes profitiert heute vom Holz aus der nachhaltigen Forstwirtschaft der Brandenburger Wälder im nahen Umkreis und ermöglicht die ressourcenschonende und emissionsarme Laminatbodenproduktion.

Deutschlands Wälder werden bereits seit weit über 200 Jahren nach dem Prinzip der Nachhaltigkeit bewirtschaftet. In Deutschland können Wälder nach unterschiedlichen Systemen von unabhängigen Institutionen zertifiziert werden.

Durch die Verwendung von zertifizierten Rohmaterialien fördert CLASSEN die Nachhaltigkeit in der Waldbewirtschaftung. Zudem verwendet die Fiberboard GmbH bei der Herstellung der MDF-Platten in größerem Umfang Rest- und Schnitthölzer von definierter

guter Qualität. Auf diese Art werden zusätzlich die natürlichen Waldressourcen geschont, das Prinzip der nachhaltigen Forstwirtschaft unterstützt. Und auch der Rohstofftransport zu den CLASSEN-Werken kann, bedingt durch die unmittelbare Nähe zum Rohstoff Holz und das integrierte Standortkonzept, ressourcen- und umweltschonend durchgeführt werden.

www.classen.de



Von der Idee zur praktischen Anwendung

„Was vor rund 300 Jahren als Ideengerüst entstand, ist heute in das Leitbild vieler Unternehmen eingegangen: das nachhaltige Denken. Doch Hand aufs Herz: Papier ist geduldig, und schöne Worte allein machen die Welt noch nicht besser – Handeln ist gefragt. Es bedarf definierter Standards und Kontrollen, um die Nachhaltigkeit entlang der Holzketten vom Wald bis hinein in den Holzhandel im tagtäglichen Handeln zu verankern. Aus diesem Grund bietet PEFC den Unternehmen ein erprobtes Instrumentarium an: die PEFC-Zertifizierung. Mit ihr können sie ohne großen Verwaltungsaufwand und zu kalkulierbaren Kosten die Nachhaltigkeit des von ihnen verarbeiteten oder gehandelten Holzes nachweisen. Mehr als 2.100 Unternehmen sind in Deutschland bereits PEFC-zertifiziert. Sie profitieren davon, dass sie die steigende Nachfrage nach Holz aus garantiert nachhaltigen Quellen mit Brief und Siegel bedienen können. Anbieter, die kein eigenes Zertifikat besitzen, geraten aufgrund der Beschaffungspolitik des Bundes und anderer Großabnehmer zunehmend auf den Holzweg. Alle Holzhändler, die einen schnellen Zugang zur PEFC-Zertifizierung suchen, können beispielsweise von der Gruppensertifizierung des GD Holz profitieren. Die Kosten sowie der Personal- und Zeitaufwand liegen unter denen

einer Einzelzertifizierung. Eine Gruppensertifizierung bietet durch Schulung und Beratung zugleich ein Höchstmaß an Sicherheit, dass alle Anforderungen von PEFC erfüllt werden.



info@pefc.de

www.pefc.de



Mit PEFC überführen Betriebe die Nachhaltigkeitsidee in die Praxis.

Deutschlands grüne Holzkohle

Nachhaltigkeit und regionaler Bezug: das sind Faktoren, die heute beim Griff zu einem Premium-Produkt eine immer stärkere Rolle spielen. Das gilt ebenso am heimischen Grill – nicht nur beim Grillgut, sondern auch bei der Holzkohle.

Hochwertige Grillkohle-Produkte benötigen nicht nur bestes Holz als Rohstoff, sondern auch viel Erfahrung in der Herstellung. Bereits seit 1896 wird in Bodenfelde im Weserbergland Holzkohle hergestellt; heute ist proFagus der einzige Hersteller in Deutschland. Bei der Produktion greift proFagus ausschließlich auf Buchenholz zurück, das aus nachhaltig bewirtschafteten deutschen Wäldern stammt. Verwertet werden dabei nur unbehandelte Resthölzer anderer Industriezweige oder aus der Durchforstung. Die hohe Qualität dieser Produkte aus reinem Buchenholz ist auf den hohen Kohlenstoffgehalt zurückzuführen, den das deutschlandweit einzigartige Retortenverfahren ermöglicht. Bei diesem Prozess wird die hohe natürliche Konzentration von Kohlenstoff im Buchenholz gesteigert und liegt so zehn bis 15 Prozent über dem Gehalt konventioneller Grillkohle. Zudem ist die Retortenproduktion besonders energiesparend: Etwa 90 Prozent der benötigten Energie entstehen bei der Verkohlung selbst, Nebenprodukte werden direkt zur Wärmeabgewinnung eingesetzt oder für industrielle Erzeugnisse weiterverwertet. Abfälle fallen so kaum an.

proFagus steht damit für eine Produktion in Deutschland mit höchster Qualität und nach deutschen Standards – das belegen sowohl das Urteil des Magazins Öko-Test mit „sehr gut“ als auch die Zertifizierungen durch den TÜV und nach DINplus. Die Buchen Grill-Holzkohlebriketts Grillis sowie die Premium-Grillkohle Der Sommer-Hit von proFagus bringen daher garantierte Qualität auf jeden Grill.

www.proFagus.de



Erfolgreich den Markt bewegt

Der Hersteller feiert dieses Jahr Firmenjubiläum. Seit 1996 sind Wohnraumtüren aus Trierweiler ein fester Bestandteil im Sortiment vieler Fachhändler.

„In 20 Jahren haben wir gemeinsam mit unseren Partnern im Fachhandel immer wieder erfolgreich den Markt bewegt“, freut sich Jörg Follmann, Vertriebsleiter bei Mosel Türen. Um dem Handel hochwertige Türen mit optimalen Margen anbieten zu können, habe man bereits 1998 als einer der ersten Hersteller furnierte Türen und Zargen mit industriell gefertigter Rundkante eingeführt. Die Rundkante hat im Vergleich zu eckigen Türen und Zargen weniger Fugen, in denen sich Schmutz sammeln kann, und sie ist weniger feuchtigkeitsanfällig. Für Mosel hat sich das Produkt zu einer Erfolgsgeschichte entwickelt. Seit 2003 bietet man die runde Ausführung auch für CPL-Oberflächen.

Ein wichtiges Geschäftsjahr war auch 2005. Damals führte das Familienunternehmen als erster Hersteller die Prägetechnologie für Weißlacktüren ein. Dank der neuen Technik entwickelte sich das Modell Mala 05 zu einem Verkaufsschlager. Bis heute hat Mosel Türen mehr als 830.000 Türen aus dieser Modellfamilie verkauft. „Vergleichbare Türmodelle werden oft über ein kostenintensiveres Fräsverfahren gefertigt“, berichtet Jörg Follmann. „Mit dem Prägeverfahren kann Mosel Türen auf bestem Qualitätsniveau besonders wirtschaftlich produzieren.“

2008 investierte der Hersteller in ein automatisiertes Bearbeitungszentrum für spritzlackierte Türen. Produkte wie die

beliebten Weißlacktüren der Kollektionen „Pura“ und „Sensa“ fertigt Mosel Türen seither mit einem Lackierroboter in Schleiflackqualität. Nach der Umstrukturierung der Produktion auf eine Baugruppenfertigung mit Halbfertigteilen 2006 kann Mosel Türen außerdem besonders schnell auf Sonderwünsche reagieren. 95 Prozent des damaligen Sorti-

ments sind innerhalb von sechs Arbeitstagen lieferbar. Durch Inbetriebnahme einer neuen Roboteranlage in der Fertigung will man dieses Jahr auch die Lieferzeit bei den Zargen von bisher elf auf sieben Werktage reduzieren. Kurze Transportzeiten garantiert der Hersteller seit 2010 mit seiner hauseigenen Spedition.

Der nächste Meilenstein folgte 2011, als Mosel Türen mit Einführung der ICP-Technologie bislang kostspielige, individuelle Intarsien-Designs für einen breiten Markt verfügbar machte.



Seit 2016 neu im Sortiment: Die Serie Cala, hier die Cala 03.



Geschäftsführung und Vertriebsteam von Mosel Türen mit Margret Borne-Müllerklein (Geschäftsführerin, 3.v.l.), Jörg Follmann (Vertriebsleiter, 4.v.l.) und Leo Bischoff (Gesamtvertriebsleiter, 5.v.l.).

Bei der ICP-Fertigung werden lackierte Oberflächen durch ein spezielles Verfahren mit anspruchsvollen Holzreproduktionen veredelt. Ein weiterer Coup war Ende 2015 die Markteinführung des Türenmodells CPL Eiche natur mit strukturierter Oberfläche, das sich binnen weniger Monate mehr als 12.000-mal verkaufte. 2016 setzt Mosel Türen weiter auf ein schlankes Angebot aus Schnelldrehern. ■

Sicheres Wohnen

Holzhaustüren stehen Panzertüren aus Metall in puncto Einbruchhemmung in nichts nach, ist der Anbieter Rubner Türen überzeugt.

Mit Leidenschaft für Holz lässt sich mit Sicherheit alles über treffen, was es bisher gab: Holzhaustüren von Rubner Türen stehen Panzertüren aus Metall in puncto Einbruchhemmung ohnehin in nichts nach, ist das Unternehmen überzeugt. Und das sei bei Wohneingangstüren aus Holz jetzt erstmals auch so. Das will Rubner Türen mit der erfolgreich bestandenen Prüfung einer neuartigen Innentürkonstruktion beim Rosenheimer Prüfinstitut für Bauelemente (PfB) beweisen: Die Wohneingangs-Sicherheitstür „Still“ in der Widerstandsklasse RC3 ist

in Pfostenstockausführung geprüft, sowohl flächenbündig wie auch überfälzt, und zieht mit den zertifizierten Haustüren des Südtiroler Unternehmens Rubner Türen anstandslos gleich.

Das ist ein großer Entwicklungsschritt, denn RC3 ist die höchste Klasse, die Holztüren ohne Metallaufbau erreichen können – das umzusetzen, gelinge nur wenigen Herstellern, so Rubner Türen.

Neben höherem Schutz vor Einbrüchen bieten solche Türen alle Vorzüge des natürlichen Werkstoffs Holz: Sie sind umweltfreundlich und nachhaltig,

strahlen Wärme und Behaglichkeit aus, haben hervorragende bauphysikalische Eigenschaften und bieten vielfältige Möglichkeiten für eine zeitgemäße und individuelle Gestaltung des Eingangsbereichs.

Deshalb ist es Rubner Türen wichtig und auch wiederholt gelungen, mit Funktionstüren aus Holz neue Maßstäbe zu setzen. Sich dabei speziell des Themas Sicherheit für Wohneingangstüren anzunehmen, hat einen guten Grund: Laut Statistik geschehen rund drei Viertel aller Einbrüche in Wohnungen von Mehrfamilienhäusern. Alle Wohn-

eingangstüren werden von Rubner Türen nach Maß gefertigt und sind in verschiedenen zeitgemäßen Designvarianten erhältlich. Als Antwort auf die aktuelle Marktanforderung einer verbesserten Einbruchhemmung hat Rubner Türen die Wohneingangstür Still entwickelt, die der Widerstandsklasse RC3 standhält.

Zudem kann die neuartige Konstruktion mit weiteren Funktionseigenschaften wie erhöhtem Schall-, Wärme- und Brandschutz kombiniert werden.

Mit einer jährlichen Produktion von rund 40.000 Holztüren für den Außen- und Innenbereich ist Rubner Türen einer der führenden Hersteller in Europa, der sich dem nachhaltigen Werkstoff Holz verschrieben hat. Rubner Türen ist Pionier der ersten CE zertifizierten Klimahaustür „Eco100“ mit ökologischem Aufbau in Kork und Holz in Italien, das der Schweizer Zertifizierung Minergie entspricht und erwies sich mit der ersten geprüften Holz Haustür in Brandschutzausführung EI 30 und in der Einbruchklasse RC3 ebenfalls als Vorreiter in der Branche.

Mit der neuen geprüften Innentür Still in der Widerstandsklasse RC3 zieht Rubner Türen nun mit seinen zertifizierten Klimahaustüren in Holz gleich. Das Spektrum der individuellen Fertigung nach Maß bei Haus- und Innentüren reicht von der Restauration nach Vorgaben des Denkmalschutzes bis hin zu designbetonten Architektur-lösungen. ■



Mit einer jährlichen Produktion von rund 40.000 Holztüren für den Außen- und Innenbereich ist Rubner Türen einer der führenden Hersteller in Europa.



Einbruchklasse RC3: Die Wohnungseingangstür Still von Rubner Türen.



Firmensitz von Sühac in Ansbach

Offene Türen

Seit über 40 Jahren ist der Türenspezialist Sühac ein zuverlässiger Partner des Fachhandels.

Seit über 40 Jahren ist Sühac als Türenspezialist und Partner des Fachhandels tätig und vereint als solcher die Stärken aus Industrie, Handel und Handwerk in einem Unternehmen. Mit inzwischen über 90 Mitarbeitern arbeitet das Unternehmen täglich daran, die Kunden mit dem Innentürprogramm zu begeistern. Das Sortiment umfasst insgesamt Innentüren, Zargen und Beschläge.

Im Sortimentsbereich Türelemente schöpft Sühac aus einem Vollsortiment. Dieses umfasst Objekt- und Funktionstüren, Ganzglas-, CPL-, Weißlack- und Massivholztüren, sowie exklusive Türen in Schreinerqualität mit Schleiflack- und

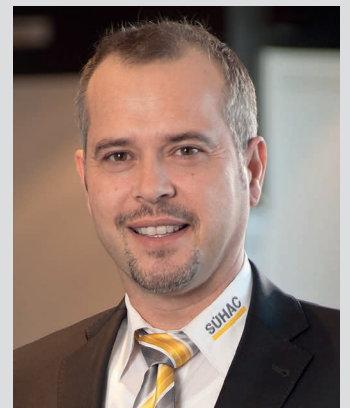
Furnieroberflächen. Hauskollektionen, exklusive Aktionsartikel und trendige Eigenmarken-Produkte runden das umfangreiche Sortiment ab. Die passenden Beschläge zu den Türelementen liefert Sühac in zahlreichen Variationen teilweise direkt vom eigenen Lager.

Die Kunden, betont Sühac Geschäftsführer Harald Reichel, profitieren dabei vor allem von der Lagerkompetenz. Auf über 20.000 m² Lagerfläche werden über 6.500 verschiedene Artikel bevorratet. „Diese werden innerhalb einer Woche nach Bestellung mit dem hauseigenen Fuhrpark sicher und zuverlässig angeliefert, bei Großprojekten sogar direkt auf die Baustelle“, erklärt Reichel.

Individuelle Türblätter nach Kundenwunsch mit Lichtauschnitten, Fräsungen und Lisenen werden in der hauseigenen Schreinerei und Glaserei mit einer Lieferzeit ab einer Woche angefertigt.

„Kundenorientierung wird bei Sühac Tag für Tag gelebt – die Anforderungen unserer Kunden bilden das Zentrum unseres Handelns“, so Reichel weiter. Für eine reibungslose Auftragsbearbeitung sorgt das Unternehmen mit einer Vor-Ort-Beratung durch den Außendienst und kompetente Teams im Innendienst und der Lagerlogistik.

„Wir unterstützen unsere Kunden in allen Belangen beim Vertrieb unserer Produkte“, stellt



Sühac Geschäftsführer Harald Reichel: „Wir unterstützen unsere Kunden in allen Belangen beim Vertrieb unserer Produkte.“

Reichel heraus. Kompetente und breit gefächerte Verkaufs- und Marketingunterstützung in Form von innovativen und modernen Ausstellungslösungen, Katalogen, Flyern und Prospekten sowie ein umfangreiches Schulungsangebot sind Kernpunkte des Sühac-Serviceportfolios. Sühac stellt auf der Holzland-Expo aus und ist am Stand C22 zu finden.

Höchste Umwelt- und Qualitätsstandards

Gaulhofer setzt in der Produktion auf Umweltschutz und wurde, so betont der österreichische Fensterhersteller, als erstes Unternehmen der Branche nach ISO 14001 zertifiziert. Dieses Zertifikat soll die Erfüllung höchster Umwelt- und Qualitätsstandards bestätigen.

Am Produktionsstandort und Hauptfirmensitz im steirischen Übelbach fertigt das Traditions-

unternehmen Gaulhofer Holz- und Holz-Alu-Fenster. Weiter im Westen, im vorarlbergischen Mäder, entstehen Kunststofffenster. Diese beiden Produktionsstandorte, Übelbach und Mäder, wurden jetzt nach ISO 14001 zertifiziert.

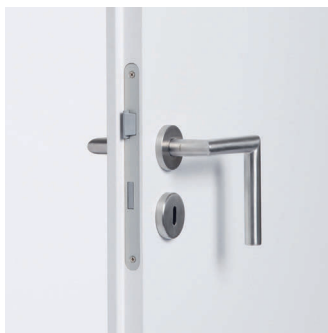
Seit dem Jahr 2015 sind große Unternehmen in Österreich dazu verpflichtet, ein Energieaudit im Sinne des Energie-Effizienz-Gesetzes durchzuführen. Gaulhofer hat sich dazu entschieden, dies im Rahmen einer ISO-Zertifizierung zu machen und ist derzeit der einzige österreichische Fensterhersteller, der dieses Umweltzertifikat führen darf.



Vertikale Verlängerung

Wie sieht ein Kind Möbel und Hausausstattung? Diese Frage stellte sich Clemens Lauer, Student im Studiengang Produktdesign an der Hochschule für Gestaltung in Karlsruhe. Für sein Projekt „Design is 10 years old“ ließ er Kinder im Alter von zehn Jahren verschiedene Objekte von Stuhl über Regal bis Bett zeichnen, darunter auch eine

Türklinke, so wie ein Kind sie meistens zeichnet, mit vertikaler Verlängerung nach unten. Anleiert durch die Türdrücker von der Glutz Deutschland GmbH im Gebäude der Hochschule, wandte sich der Student an das Unternehmen und beide fanden zusammen. Aus der Zeichnung des Kindes und der vom Studenten daraus entwickelten 3-D-Darstellung, produzierte das Unternehmen ein Prototypenmuster des Drückerpaars. „Wir unterstützen dieses Projekt sehr gerne und freuen uns, dass die Produkte auf der diesjährigen Möbelmesse im April in Mailand ausgestellt werden“, erklärt Tammo Berner, Geschäftsführer der Glutz Deutschland GmbH.



Fuhrpark erweitert

Drutex, nach eigenen Angaben Europas größter Hersteller von vertikalen Fenstern in Europa, setzt bei der Auslieferung seiner Produkte auf eine eigene Fahrzeugflotte. Der bisher rund 200 Fahrzeuge starke Fuhrpark wird nun um 20 neue Lastkraftwagen vom Typ Mercedes Actros sowie 10 Kleinbusse des Typs Mercedes Sprinter ergänzt.

„Unsere nun rund 220 Fahrzeuge starke Flotte ist für uns mehr als ein reines Element in der Logistik.“

Sie unterstreicht auch unsere konsequente Durchsetzung der Unternehmensstrategie, sich möglichst unabhängig und dynamisch zu entwickeln“, erklärt Rafał Gierszewski, Vertriebsleiter der Drutex S.A.

Gugelfuss feiert sein 125-jähriges Bestehen

125 Jahre und kein bisschen alt. Moderner denn je und in allen Bereichen bestens aufgestellt, so präsentierte sich jetzt die Gugelfuss GmbH am Firmensitz in Elchingen im Rahmen eines Partnerevents einer großen Anzahl von Planern, Händlern, Kunden und Geschäftspartnern.

„Nach den erfolgreichen Chefseminaren der vergangenen Jahre haben wir uns anlässlich von 125 Jahre Gugelfuss und 45 Jahre Gugelfuss-Fensterbau mit dem Partnerevent etwas Neues einfallen lassen“, sagt Susanne Gugelfuß-Dannerbauer. Bestandteil des Programms waren ein Bauforum für Architekten und Planer, eine Hausmesse für Handelspartner sowie ein Tag der offenen Tür für die Endkunden. Alle Veranstaltungen waren mit Vorträgen, Diskussionen und Präsentationsständen auf die Anforderungen und Themen der Branche ausgerichtet. Rechtzeitig fertig geworden waren die neuen Ausstellungsräume, in denen Gugelfuss nun auf über 600 m² seine Neuheiten

aus dem Fenster- und Türenprogramm präsentiert.

„Unser Konzept ist voll aufgegangen. Wir hatten an allen drei Tagen ein volles Haus. Die Dreiteilung der Veranstaltung hat sehr gut gepasst, so konnten wir uns den Zielgruppen Planer, Händler und Endverbraucher jeweils optimal widmen“, so Geschäftsführer Anton Gugelfuß.



„Wir haben den Fachvertrieb ins Internet übersetzt“

Rund zwölf Wochen nach dem Start von Markenboden.de zieht Meister eine positive Bilanz der neuen E-Commerce-Plattform.

Rund zwölf Wochen nach dem Start der neuen E-Commerce-Plattform markenboden.de ziehen die Meister Werke eine durchweg positive Bilanz: Mehr als 230 Fachvertriebspartner der Marke Meister betreiben auf der Plattform einen rechtlich eigenständigen Online-Shop. markenboden.de bietet dafür das „Online-Zuhause“ mit umfangreicher Beratungswelt, intensiven Produkterläuterungen und Services wie Handmusterversand und Raumplaner.

Seinen Shop administriert jeder Händler eigenverantwortlich. Ludger Schindler, Geschäftsführer der Meister Werke: „Wir haben damit das Prinzip des Fachvertriebs erfolgreich ins Internet übersetzt: Die Marke bietet hochwertige Produkte und Beratungsunterstützung. Der kompetente Fachhändler macht vor Ort das Geschäft.“ Für Meister sei das Engagement Teil der konsequenten Ausrichtung auf den qualifizierten Fachvertrieb. Schindler: „Der Internet-Vertrieb ist ein Lackmustrer

für die Fachvertriebsstreuung einer Marke. Daran können Fachhändler sehen, wer wirklich zu ihnen steht. Bei uns können sie sich da absolut sicher sein.“

Unterstützung für den Fachhandel

markenboden.de soll den einzelnen Fachhändler dabei unterstützen, die zunehmende Nachfrage von Endkunden im Internet sehr professionell für sich zu kanalisieren. Bisher hatten viele Händler die hohen Kosten eines eigenen Online-Shops gescheut. Denn zu der reinen Kauf-Funktionalität kommen Beratungstools und Informationsseiten, die immer aktuell gepflegt werden müssen und erst dafür sorgen,

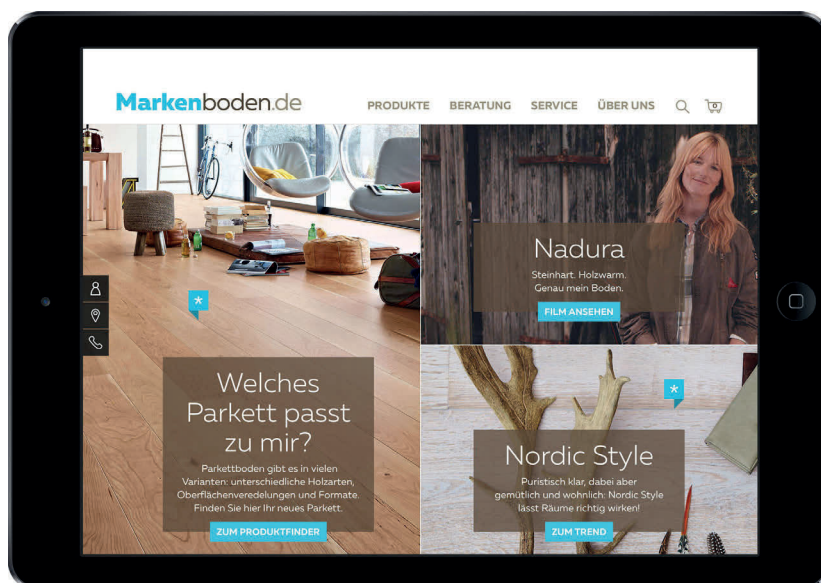
dass der Shop gut bei den Suchmaschinen im Internet zu finden ist. Diese zeit- und kostenaufwändigen Arbeiten übernimmt markenboden.de komplett für die Handelspartner. Diese können sich dadurch darauf konzentrieren, ihren Shop mit individuellen Sortimenten, Preisen, Lieferbedingungen etc. selbst zu gestalten.

Die Teilnahme an markenboden.de kostet die Händler 990 € pro Jahr und Standort. Die große Resonanz zeige, so Schindler, das Konzept kommt an. Eine Teilnahme ist auch weiterhin möglich. „Wir möchten, dass möglichst viele Fachhändler von markenboden.de profitieren. Wir halten das Konzept für

alle unsere Händler offen“, sagt Schindler.

Funktionserweiterungen in Planung

Die Plattform markenboden.de wird indes weiter entwickelt. Projektleiter Jörg Peterburs: „Momentan planen wir die nächsten Funktionserweiterungen, um unseren Fachhändlern und natürlich den Endkunden immer eine topaktuelle Plattform für den Kauf von Bodenbelägen im Netz zu bieten.“ Zum 1. Mai wurde die Bezahlmöglichkeit „PayPal“ ergänzt. Als weitere Lieferoption kommt außerdem „Selbstabholung mit Bezahlung vor Ort“ hinzu. „Das zeigt, wie stark über markenboden.de Internethandel und stationärer Handel miteinander verzahnt werden können“, erklärt Peterburs. So könne den unterschiedlichen Anforderungen der Kunden optimal entsprochen werden: Manche Kunden informieren sich online und kaufen dann vor Ort. Andere lassen sich zunächst im Fachhandel beraten. Wieder andere wickeln den kompletten Beratungs- und Kaufprozess im Netz ab. Peterburs: „Umso wichtiger ist es, dass wir ihnen dazu gemeinsam immer das passende Angebot bieten.“



markenboden.de Startseite. Bereits nach rund zwölf Wochen haben sich mehr als 230 Fachhändler an der E-Commerce-Plattform der Meister Werke beteiligt.

Mehr Risse und Narben

Parkettböden des Holz-Spezialisten ter Hürne zeichnen sich durch Detailverliebtheit bei der Oberflächengestaltung aus. Das gilt besonders für die neue Serie Unique.

Die neue Parkett-Serie umfasst insgesamt zwölf Oberflächen, die durch intensive handwerkliche Bearbeitung veredelt wurden – von der Astveredelung über die

fahren entwickelt, das die Weichholzanteile auch in den Tiefen sanft herausgearbeitet. Nach Herstellerangaben ermöglicht dies eine unvergleichliche, struk-

man nicht nur sehen, sondern auch fühlen. Rissbearbeitung bedeutet bei ter Hürne, dass an ausgewählten Stellen der Dielen Risse von verschiedener Größe

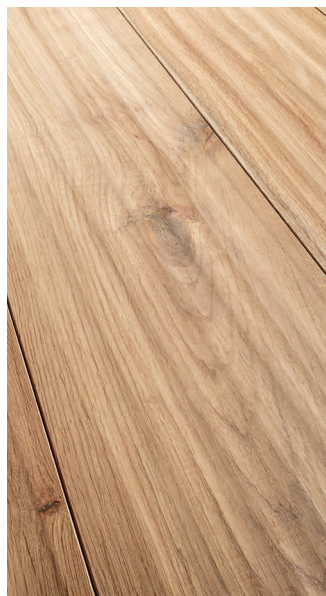
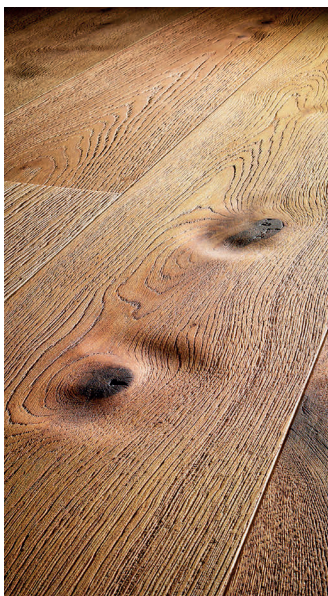
nem willkürlichen Schema durchgeführt wird, entstehen besondere Strukturen – jede Diele ist ein Unikat. Die Kopfkanten werden zum Schluss geschliffen, damit der sanfte Übergang von Diele zu Diele perfekt abgestimmt ist.

Laminat und Vinylböden

Auch bei den Laminat- und Vinylböden hat ter Hürne sein Sortiment erweitert. Das Laminat-sortiment 2016 verfügt über 15 Oberflächen, von denen acht Synchronstrukturen sind. Neu ist zum Beispiel ein ausdrucksstarkes Fischgrät-Muster. Der Hersteller baut nach wie vor auf lange Formate und hat unter anderem lange Landhausdielen in 2.000 mm und 2.400 mm Länge im Programm.

Als Designboden bietet ter Hürne schon seit 2014 ein Vollvinyl-Produkt an, das sich dank seiner geringen Aufbauhöhe von nur 5 mm besonders für Sanierungen eignet. In diesem Jahr neu hinzugekommen ist ein Vinylboden auf HDF-Trägerplatte, der in zwölf verschiedenen Dekoren erhältlich ist.

Bei fünf dieser neuen Dekore handelt es sich um Landhausdielen-Formate mit den Maßen 2.200 x 217 mm. Die anderen sieben werden im Dielenformat 1.209 x 173 mm hergestellt. Die Gesamtstärke der neuen Vinylböden beträgt 9,1 mm – mit einer Vinyldecklage von 0,55 mm. Als Gegenzug verfügt das gesamte Sortiment über eine Korkschicht, die eine integrierte Trittschalldämmung bietet. ■



Handwerkliche Parkettbearbeitung bei der neuen Unique-Serie: Astveredelung, Rissbearbeitung und Handhobelung (v.l.).

besondere Rissbearbeitung bis hin zur Handhobelung. In Kombination mit einer besonders rustikalen Sortierung stellt Unique die Einzigartigkeit des Naturmaterials Holz in den Fokus. Mehr Risse und Narben sorgen für mehr Authentizität. Die zwölf neuen Oberflächen komplettieren das insgesamt 87 Markenartikel umfassende Parkettsortiment von ter Hürne.

Zudem hat das inhabergeführte Familienunternehmen aus Südlohn im westlichen Münsterland ein neues Herstellungsver-

turgebürstete Oberflächenstruktur. Trotz ausgeprägter Oberflächenbearbeitung ist an allen Stellen der Edelholz-Deckschicht die Mindeststärke von 2,5 mm gewährleistet. Alle offenliegenden Poren und Risse sind auch in ihren Tiefen geschützt.

Bei der Astveredelung wird um die Astlöcher herum Material weggeschliffen. Das Ergebnis ist die Anmutung einer luftgetrockneten Eichendiele, bei der die harten Astanteile über die Zeit weniger geschwunden sind als der Rest der Diele. Das kann

und Tiefe eingeschlagen werden. Größe und Form variieren dabei stark. Zum Teil werden richtige Löcher herausgearbeitet – aber nur an den Stellen, an denen auch die Natur sie vorgesehen hätte. Holz arbeitet schließlich fortwährend, sodass bei Dielen mit der Zeit immer Spannungsrisse entstehen.

Bei der Handhobelung wird die Oberfläche mit einem leicht gerundeten Hobelmesser bearbeitet, das in ganz leichten Wellenlinien über die Diele geführt wird. Da die Hobelung nach ei-

Natürlich und atmungsaktiv

Der österreichische Bodenhersteller Mafi steht für Parkett mit lackfreier, natürlich geölter Oberfläche – frei von Giftstoffen.

Ob Dielen, Streifenoptik oder Kernholz mit kunstvoll eingearbeiteten Rissen – Parkett ist extrem vielseitig und gilt als besonders repräsentative Fußbodengestaltung. Das Naturmaterial vermittelt eine warme Optik sowie eine authentische Holz-Haptik und kann sogar zu einem gesunden Raumklima beitragen. Nach Ansicht von Mafi gilt das allerdings nur für unversiegeltes, natürlich geöltes Parkett. Der Naturholzbodenspezialist aus Österreich setzt deshalb in seiner Manufaktur kompromisslos auf offenporige, lackfreie Oberflächen.

Neben dem Aufbau der Diele und der Herkunft des Holzes ist die Oberflächenbehandlung ein zentraler Aspekt bei der Parkettauswahl. Denn die Qualitätsun-

terschiede sind groß und wirken sich vor allem auf das Raumklima und die Gesundheit aus. Das Angebot der Parketthersteller umfasst lackierte Böden ebenso wie gewachste Oberflächen und UV-gehärtete Öle oder Kombinationen daraus. Nach Überzeugung von Mafi ist jedoch die Veredelung mit reinen Ölen die ökologischste und sinnvollste Methode der Oberflächenbehandlung. Die Österreicher verwenden nach eigenen Angaben zu 100 Prozent Naturmaterial – unbehandelt und frei von Giftstoffen. Zudem können alle Hölzer FSC-zertifiziert bezogen werden.

Mafi verwendet natürliche Öle auf Leinölbasis, die ohne Hilfsmittel an der Luft getrocknet werden. Das Öl durchdringt die gesamte Nutzschicht und

härtet von innen heraus. Dabei bleiben die Poren des Holzes größtenteils geöffnet, sodass es atmen und sich selbst regenerieren kann. Entscheidend ist nach Mafi-Angaben außerdem, dass keine sperrende Schicht zwischen dem Holz und den Menschen existiert. Da Holz Wärme langsamer ableitet als zum Beispiel Kunststoff, lädt ein natürlich geölter Fußboden zum Barfußlaufen ein und verbreitet ein angenehmes Wohlfühlklima. Ein weiteres Plus: Dank der offenporigen Oberfläche lassen sich lokale Reparaturen sowie das regelmäßige Reinigen des Bodens problemlos erledigen.

Dreischichtige Dielen

Um die regenerativen Fähigkeiten und gesundheitsfördernden

Aspekte des Holzes voll auszuschöpfen, dabei jedoch die Abnutzung sowie das Quell- und Schwindverhalten des Holzes möglichst gering zu halten, empfiehlt der Hersteller eine Kombination aus luftgetrockneter, geölter Oberfläche und einem symmetrischen Drei-Schicht-Aufbau der Dielen. Dadurch bleibt das Holz natürlich und atmungsaktiv, während die Dielen dennoch stabil und robust sind.

Beim Drei-Schicht-Aufbau bestehen die sichtbare Decklage sowie die Rücklage – auch Gegenzug genannt – aus demselben Holz, das identisch behandelt wird.

Ein solcher Aufbau reduziert messbar die natürliche Bewegung des Materials in die Breite. So werfen die Parkettdielen deutlich weniger Fugen und eignen sich auch ideal für Räume mit Fußbodenheizungen.



Serie „Eiche Country Vulcano“ von Mafi: gebürstet und naturgeölt.



Parkett-Serie „Carving Kids“: Eiche gebürstet, weiß geölt.

Architektur, Materialien und Systeme

Mehr als 2.000 Aussteller präsentieren auf der Messe Bau vom 16. bis 21. Januar 2017 auf dem Gelände der Messe München Architektur, Materialien und Systeme. Die 17 Messehallen mit ihren 180.000 m² Hallenfläche sind wieder nach Baustoffen, Produkt- und Themenbereichen gegliedert. Einer davon ist der Bereich Bodenbeläge, die die Hallen A5 und einen Teil der Halle A6 belegen.

In den Hallen B1 und C1 geht es wie gewohnt um Fassaden-

und Sonnenschutzsysteme sowie Profile aus Aluminium. Bau-, Fassaden- und Sonnenschutzsysteme aus Stahl finden sich auch 2017 in Halle B2, ebenso Systeme bzw. Produkte aus Edelstahl, Zink und Kupfer.

Die Halle B5 präsentiert das umfangreiche Angebot der Holzindustrie. Hier geht es um konstruktiven Holzbau ebenso wie um Innenausbau und um Holzwerkstoffe.

Türen und Fenster aus Holz, Kunststoff, Glas und Aluminium



sowie Schlösser und Beschläge bilden ein zusammenhängendes

Areal mit insgesamt 21.000 m² Fläche in den Hallen C4 und B4.

Fachmesse Gardiente ist ausgebucht

Die Gardiente - Fachmesse für Gartenkultur vom 10. bis zum 12. Juli 2016 in Hofheim-Wallau bei Frankfurt ist ausgebucht. Mehr als 50 Hersteller belegen eine Ausstellungsfläche von mehr als 12.000 m² und präsentieren hochwertige Gartenmöbel, Sonnenschirme und Schirmständer, Grillsortimente, Textilien und Accessoires. Die Messe findet zum

dritten Mal statt. Sie wird nach Einschätzung des Veranstalters Muveo von Jahr zu Jahr fachhandelsorientierter.

Als Ergänzung zur bereits bestehenden BBQ-Lounge gibt es in diesem Jahr erstmals einen „Garten mit Ambiente“. Als zentraler Branchentreffpunkt soll er zum Verweilen und Netzwerken einladen.

Aufbruch in neue Zeiten

Die neunten Rosenheimer Tür- und Tortage finden am 8. und 9. Juni 2016 in Rosenheim unter dem Motto „Aufbruch in neue Zeiten“ statt, weil sich mit der Novellierung der Musterbauordnung (MBO), der VOB/B sowie neuer Produktnormen wie der EN 14351-2 für Innentüren und der EN 16034 für Feuer- und Rauchschutzabschlüsse die

Randbedingungen der Branche grundlegend ändern. 27 Referenten berichten über relevante Änderungen, die sich für Hersteller, Systemgeber, Planer, Verarbeiter und Bauelementehändler ergeben.

Dies soll Orientierung im Umgang mit den neuen Regeln geben und Rechtssicherheit schaffen.

Parkettindustrie ist offen für weitere Marktakteure

Auf der gut besuchten diesjährigen Mitgliederversammlung des Verbandes der deutschen Parkettindustrie (vdp) in Bad Honnef standen die Analyse der wirtschaftlichen Lage, technische Themen sowie die Gewinnung von neuen Mitgliedern auf dem Programm. Ebenfalls im Fokus lag die Neuausrichtung der Verbands-Internetpräsenz mit zusätzlichen Werbemöglichkeiten und der Öffnung für weitere Marktakteure wie Zulieferer der verarbeitenden Gewerke oder ausländische Hersteller. „Auf dieser Versammlung haben wir wesentliche Punkte beschlossen, mit der wir unseren kleinen aber feinen Branchenverband schlagkräftiger machen und weiter voranbringen können“, erklärt der vdp-Vorsitzende Michael Schmid.

Nachdem mittlerweile nahezu alle Big-Player der deutschen ParkettHersteller im Ver-

band zusammengeschlossen sind und mehr als 90 Prozent der deutschen Parkettproduktion repräsentiert werden, öffnet sich der vdp ab sofort auch ausländischen ParkettHerstellern, sofern diese mit der Satzung konform gehen. Den Startschuss machte Ende des vergangenen Jahres das Neumitglied Europa-Parkett, das neben dem deutschen Firmensitz seinen Hauptsitz in den Niederlanden hat.

Im Bereich Internetmarketing wurden die Grundsteine für eine Weiterentwicklung der im vergangenen Jahr erfolgreich neu gestalteten Verbands-Internetpräsenz www.parkett.de hin zu einer Branchenplattform ausgebaut. Partner des vdp erhalten zukünftig die Möglichkeit auf dem Branchenportal für ihre Produkte zu werben und User auf die eigenen Internetseiten zu lotsen.

Bauholz



Rudolf Graf GmbH & Co. KG
SÄGEWERK-ABBUNDZENTRUM
Calwer Strasse 119
72202 Nagold
Tel.: 0 74 52/60 00 - 0
Fax: 0 74 52/60 00 - 50
holz@graf-baustoffe.de
www.graf-saegewerk.de

Garten- ausstattung

Zäune/Terrassen/Carports



Erich Scheerer GmbH
Holz- und Imprägnierwerk
Behrener Dorfstraße 2
29365 Sprakensehl-Behren
Tel.: 0 58 37/97 97 - 0
Fax: 0 58 37/97 97 - 97
info@scheerer.de
www.scheerer.de

Werkzeuge



Ernst Dünnemann GmbH & Co. KG
Postfach 1165
49414 Wagenfeld
Tel.: 0 54 44/55 96
Fax: 0 54 44/55 98
info@duennemann.de
www.klemmsia.de

Logistik/ Lagertechnik



Ohra Regalanlagen GmbH
Alfred-Nobel-Str. 24 - 44
50169 Kerpen
Tel.: 0 22 37/64-0
Fax: 0 22 37/64-152
info@ohra.de, www.ohra.de

Software/EDV

ALLGEIER IT SOLUTIONS

ERP-Software für den Holz- und Baustoffhandel

- cierp3® - Warenwirtschaft aus der Cloud
- syntona® logic - ERP-Software nach Maß
- Branchenspezifische Lösungen
- Individuell durch zahlreiche Module

info@allgeier-it.de | www.allgeier-it.de

Eisenwaren

Verbindungselemente



VORMANN

SCHARNIERE · BESCHLÄGE
August Vormann GmbH & Co. KG
Heilenbecker Straße 191 - 205
58256 Ennepetal
Tel.: 0 23 33 / 978-0
Fax: 0 23 33 / 978-241599
info@vormann.com
www.vormann.com

Beschläge

Freyline

ein guter Griff

Freyline Türbeschlagstechnik
Murgtalstr. 408
72270 Baiersbronn-Schönegründ
Fon: 0 74 47/9 10 06
Fax: 0 74 47/9 10 08
info@freyline.com
www.freyline.com

Innenausbau



Faay Wände und Decken
Tel.: 0 61 96 / 2021482
Fax: 061 96 / 20214829
info@faay.de
www.faay.de

Boden



Tarkett Holding GmbH
Nachtweideweg 1-7
67227 Frankenthal (Pfalz)
Tel.: 0 62 33 / 81-0
Fax: 0 62 33 / 81-1286
info.handel@tarkett.com
www.tarkett.de

Leisten



Sixtus Stark GmbH
Leistenfabrik - Holzimport
Hagenbach 2 + 3
77656 Offenburg
Tel.: 07 81/9 68 68 90
Fax: 07 81/5 34 70
stark@stark-leisten.de
www.stark-leisten.de

Besser informiert als andere.

Dähne Informationsdienst

– der brandaktuelle Premium-Branchendienst

DÄHNE Informationsdienst
DIY und E-Commerce

Alle Neueröffnungen deutscher DIY-Unternehmen in In- und Ausland
Vorabinformationen über Neuplanungen
Fundierte Firmendokumentationen
Exklusive Marktdaten und Statistiken
Kurznachrichten und Branchen-Interna
Amtliche Bekanntmachungen

Bestellen Sie einfach per Telefon oder online
LeserService 07243/575-145
service@daehne.de • www.DIYonline.de

www.daehne.de/di



Schössmetall GmbH & Co. KG
Handlauf- und Geländersysteme
Türbeschläge und Zubehör
Briefkastenanlagen
Tel. 0 86 54 / 63 01 - 0
Fax 0 86 54 / 6 10 66
info@schoessmetall.de
www.schoessmetall.de

HOLZ ONLINE

Jetzt kostenlosen Newsletter bestellen:
www.HOLZonline.de/newsletter

Eine Menge Holz

Das Magazin „Häuser“ hat die „besten Einfamilienhäuser Europas“ gekürt. Auffällig: Der Baustoff Holz spielt bei vielen der preisgekrönten Gebäude eine große Rolle.

Häuser, das „High-Class-Magazin für internationale Architektur, Design und anspruchsvolles Wohnen“, zeichnet seit 2004 innovative Einfamilienhäuser mit dem Häuser-Award aus. Hunderte Architekten aus ganz Europa haben sich in den vergangenen Jahren am Wettbewerb beteiligt. Diesen veranstaltet das Magazin in Zusammenarbeit mit dem Bund Deutscher Architekten (BDA), dem Verband Privater

der preisgekrönten Objekte mit einer Prämie von jeweils 1.000 € aus.

Mit dem ersten Preis wurde das Haus Kaltschmieden in Doren (Österreich) ausgezeichnet. Architekt Bernardo Bader ersetzte bei diesem Objekt ein abbruchreifes Bauernhaus durch einen Neubau, der die traditionelle bäuerliche Gebäudeform lebendig hält. Das von außen komplett mit Holz verschaltete

Stein in Druxberge bei Magdeburg. Dort baute Architekt Jan

work ein Refugium aus Beton und Glas. Auf zwei Seiten besteht das dreieckige Wohnhaus aus Betonwänden, die dank ihrer rotbraun Lasurbeschichtung durchaus ein wenig an Holz erinnern. Die Nordseite mit ihrer ge-



Links: Haus Kaltschmieden (1. Preis). Oben: „Haus für Julia und Björn“ (Interior-Preis).

Fotos: HÄUSER/Adolf Bereuter

ter Bauherren (VPB) sowie den Firmen Jung (Elektro-Installationstechnik) und Parkett Dietrich.

Die diesjährigen Siegerobjekte stehen in Österreich, Spanien, Deutschland und Griechenland. „Wichtig waren uns intelligente und zukunftsweisende Konzepte, die zeigen, welche konstruktiven und gestalterischen Spielräume die Bauaufgabe Einfamilienhaus bietet“, erläutert Chefredakteurin Anne Zuber. Die Jury vergab Preisgelder in Höhe von 15.000 €. Zusätzlich zeichnete der VPB die Bauherren

Haus vereint – wie bei Gehöften üblich – alle Funktionen unter einem mächtigen Satteldach. Sogar die Garage ist kaum sichtbar integriert.

Der Bodenraum bietet Platz für Lager und Holzwerkstatt. Der Wohntrakt bietet einen reizvollen Kontrast aus Sichtbeton an Wänden und Decken, recycelten Dielenböden und neuen Holzpartien an Türen, Fenstern und Einbaumöbeln.

Der zweite Preis wurde dieses Jahr doppelt vergeben. Eine Auszeichnung ging an das Haus

Rösler eine ehemalige Scheune zum Ferienhaus um. Der offene Grundriss wird optisch dominiert durch das mächtige hölzerne Dachbalkengerüst, das sich gut sichtbar durch das gesamte Gebäude zieht. Ebenfalls einen Preis vergab die Jury an das Architekturbüro Harquitectes für ihr attraktives Familiendomizil Casa 1014 bei Barcelona.

Der dritte Preis ging an ein Haus in der abgeschiedenen Landschaft von Megara (Griechenland): Vor den Toren Athens errichtete Tense Architecture Net-

schosshohen Verglasung bietet einen herrlichen Ausblick auf die nahen Gerania-Berge.

In Kooperation mit Parkett Dietrich hat Häuser zudem einen Award für Innenraumgestaltung verliehen. Der mit 2.000 € dotierte Interior-Preis ging an Innauer Matt Architekten für das „Haus für Julia und Björn“ in Egg (Österreich). Bei diesem Gebäude wird neben der Fassade auch das Innere maßgeblich durch regionale Hölzer geprägt: Die Bodendielen bestehen aus Fichte, die Wände wurden mit Weißtanne getäfelt und die Einbauschränke, Küche sowie Esstisch sind aus Astfichte maßgefertigt. ■

Wie liegende Baumstämme

Bis zum Frühjahr 2019 soll im Nationalpark Schwarzwald ein neues Besucherzentrum entstehen. Geplant ist ein naturnaher Neubau ganz aus Holz.

Der Nationalpark Schwarzwald wurde im Januar 2014 eröffnet und umfasst rund 10.000 Hektar Fläche zwischen Baden-Baden und Freudenstadt – aufgeteilt in zwei Teile. Bisher befindet sich die zentrale Anlaufstelle für Besucher in der historischen Villa Klumpp, direkt an der Passhöhe Ruhestein.

Der Ort im Herzen des südlichen Nationalpark-Teilgebiets ist ideal für ein Besucherzentrum, denn der Ruhestein ist ein Touristenmagnet und beliebter Wintersportort. Allerdings ist die Villa für ein repräsentatives Besucherzentrum viel zu klein und war deshalb von Anfang an nur als Provisorium gedacht. Stattdessen entsteht nun am selben Ort ab Herbst dieses Jahres ein Neubau.

Das voraussichtlich 18,5 Mio. € teure Infozentrum mit rund 3.000 m² Nutzfläche soll den Besuchern ab 2019 zur Verfügung stehen. Gebaut wird direkt am Hang, in unmittelbarer Nähe zur Skisprungschanze Ruhestein. Umgesetzt wird der Siegerentwurf eines Architekten-Wettbewerbs, bei dem über 160 Vorschläge eingegangen waren. Gewonnen hat der Entwurf eines interdisziplinären Planer-Teams, das sich zusammensetzt aus den Architekten Sturm + Wartzek aus Dipperz, den Tragwerksplanern Schlaich Bergermann und Partner aus Stuttgart, der Landschaftsarchitektur GmbH aus Bonn und der Firma EWT Ingenieure aus Grebenhain, die für die Planung der technischen Gebäudeausrüstung zuständig war.

Die Planer ließen sich bei ihrem Entwurf vom Bild eines natürlichen Waldes mit freiliegendem Holz inspirieren. So entstand die Idee zu einem komplexen Gebäudeensemble aus sechs langgestreckten Riegeln, die in Form und Anordnung an liegende, wahllos übereinandergestapelte Baumstämme erinnern. Drei dieser Riegel verlaufen übrigens entlang der Hangneigung, sodass sie auch geneigte Fußböden haben werden. Von den Gebäuderiegeln soll eine Brücke zu einem spektakulären Aussichtsturm mit herrlichem Ausblick über den Schwarzwald führen.

„Der Siegerentwurf passt sehr gut zu unserem Motto: Eine Spur wilder“, findet Nationalparkleiter Wolfgang Schlund. Vor al-

lem aber passt es perfekt zum Schwarzwald, dass das neue Besucherzentrum ein Holzbau sein wird. Neben Konstruktionsvollholz, Brettschicht- und Brettsperrholz, Furnierschichtholz und OSB-Platten ist auch der Einsatz von Holz-Schindeln für die Außenverkleidung geplant. Dank dieser hölzernen Optik soll das Gebäude kein Fremdkörper in seiner Umgebung sein, sondern wie ein Teil der Naturlandschaft wirken.

Im neuen Besucherzentrum wird es umfangreiche Informationen zum Nationalpark und zur Natur seiner Landschaft geben. Geplant sind unter anderem eine große Dauerausstellung, die an das Thema Wildnis heranführen soll, sowie weitere Wechselausstellungen. Außerdem wird das Gebäude ein Kino, Vortrags- und Schulungsräume, eine kleine Gastronomie und einen Shop beherbergen.



Die Grafik zeigt den geplanten Neubau.

Sanieren mit System

Für die Dachsanierung bietet der Holzfaserplatten-Hersteller Gutex ein dreiteiliges System zur regen- und hagelsicheren Dämmung.

Das System des Herstellers aus Waldshut-Tiengen bei Freiburg umfasst folgende Komponenten: die stabile, regen- und hagelsichere Holzfaser-Unterdeck-

verhältnismäßig niedrigen Aufbauhöhen umgesetzt werden.

Die Ultratherm-Unterdeckplatten sind ab einer Dachneigung von 15 Grad regensicher

und vergibt die Hagelschutzklasse HW4 für die dünneren Platten ab 35 mm Stärke und die höchste Stufe HW5 für Ultratherm-Platten ab 60 mm



Verlegung von Ultratherm-Unterdeckplatten.

platte Ultratherm für die Aufsparrendämmung, flexible Holzfaserplatten für die Zwischensparrendämmung und geprüfte Luftdichtigkeitsfolien von Gutex-Systempartnern. Holzfaserdämmstoffe lassen sich sehr effizient in tragende Holzkonstruktionen integrieren. Die Kombination von flexibler Gefachdämmung und überdämmender Unterdeckplatte erlaubt den Einsatz in unterschiedlichsten Anwendungsbereichen. Selbst passivhaustaugliche Dachkonstruktionen können mit

– ohne zusätzliche Abdeckung oder Abklebung der Plattenstöße. Einfach durch das ordnungsgemäße ineinanderfügen der Platten lässt sich eine „naht- und perforationsgesicherte“ Unterdeckung im Sinne der ZVDH-Richtlinie herstellen, ohne dass dafür Nageldichtbänder notwendig wären. Das hat sich Gutex vom Institut Holzforschung Austria bestätigen lassen.

Der TÜV Rheinland hat die außerdem die Hagelsicherheit der Unterdeckplatten bestätigt,

Dämmstärke. Somit kann man das Dachsanierungs-System auch unbesorgt bis zu zwölf Wochen als Behelfsdach ohne Eindeckung verwenden – selbst bei Hagelniederschlägen. Gleichzeitig schützen die Aufsparrenplatten die darunter liegenden Gefachdämmstoffe in der Sparrenebene vor Kaltdurchströmungen.

Zur Herstellung von Gutex-Holzfaserdämmstoffen werden ausschließlich Tannen- und Fichtenhölzer aus dem Schwarzwald

eingesetzt. Diese Nadelhölzer zeichnen sich durch eine hohe Faserqualität aus. Diese verleiht den fertigen Platten im Verhältnis zur Rohdichte eine hervorragende Festigkeit. Die Gutex-Produkte sind zudem Natureplus-zertifiziert.

Das internationale Qualitätszeichen steht für Gesundheitsverträglichkeit, umweltgerechte Produktion, Schonung endlicher Ressourcen und Gebrauchstauglichkeit.

Die flexiblen Holzfaserdämmstoffe für die Zwischensparrendämmung sind diffusionsoffen – also luft- und dampfdurchlässig – und haben ein hohes Rücktrocknungspotenzial. Sie können bis zu 15 Prozent ihres Plattengewichtes an Feuchtigkeit aufnehmen, ohne an Dämmwirkung zu verlieren. Die Feuchtigkeit wird im Dämmstoff gepuffert und bei Bedarf wieder der Raumluft zugeführt. Somit tragen die Platten zur Regulierung der Luftfeuchtigkeit bei. Neben den Dämmplatten wird das Dachsanierungs-System von Gutex abgerundet durch ausgesuchte und zugelassene Luftdichtigkeitsfolien von Markenherstellern.

Für das System bietet Gutex eine Garantiehinterlegung beim Zentralverband des Deutschen Dachdeckerhandwerks (ZVDH). Die Garantie beginnt mit der Auslieferung der Produkte an den Händler oder unmittelbar an das Bedachungsunternehmen und gilt für einen Zeitraum von sechs Jahren. ■

Holzschutz-Lasur 2in1 in Grau

Die Farbe Grau liegt bei Verbrauchern voll im Trend und gibt es jetzt auch als neuen Farbton der Holzschutz-Lasur 2in1 von Xyladecor. Die Lasur dringt tief ins Holz ein und schützt es bis zu vier Jahre gegen Nässe und UV-Strahlung. Für alle neuen und alten Hölzer im Außenbe-

reich wie Pergolen, Carports, Zäune und Fassaden sowie für druckimprägnierte Holzbauteile geeignet, lässt sie sich leicht verstreichen, ist geruchsarm und betont die natürliche Holzmaserung. Erhältlich ist sie in 14 Farbönen.

www.xyladecor.de



PARKETT alles für den Boden

FREUND®

Combi-Vinyl PF 378 VB

für Belagshöhen von 4 – 9,5 mm
 ▷ speziell für Vinyl- & Designbeläge mit 47 cm breitem Basis-Profil
 ▷ verhindert ein Abplatzen der Estrichkante

Special Vinyl Grip PUR 1.4

speziell für schwimmend verlegte Designbeläge zum Klicken

Runde Ecken für Treppenkantenprofile

Messe-Neuheit 2016

Vereinbaren Sie einen Besuchstermin unter +49 (0) 2351 67090-0 oder informieren Sie sich auf unserer Internetseite www.parkettfreund.com.

Möbel-Reparatur-Wachs-Set

Möbel machen eine Menge mit und tiefe Kratzer und Risse entstehen schnell im täglichen Gebrauch. Mit dem Möbel-Reparatur-Wachs-Set von Edding lassen sich Schäden im Holz einfach, sauber und tropffrei reparieren. Besonderer Vorteil: Verschiedene Wachstöne können so gemischt werden, dass die Maserung perfekt nachempfunden werden kann. Das Reparaturset ist in zehn verschiedenen dreier Farbsets von Nussbaum über Eiche bis hin zu Weiß erhältlich.

www.edding.com



HOLZ ONLINE

- **Aktuelle Nachrichten aus Handel und Industrie**
- **Zahlen, Fakten und Statistiken**
- **Umfangreiche Archivrecherche**
- **Wöchentlicher Newsletter-Service**

www.HOLZonline.de

Perfekt kombinierbar

Die LED-Technologie hat sich in den letzten Jahren rasant weiterentwickelt. Prinz stellt deshalb den neuen LED-Kanal Luxline vor. „Wir haben uns Gedanken gemacht, wie man auf einfache Weise die LED-Lichtbandtechnik mit den Sockelleisten aus unserem Programm kombinieren kann“, sagt Norbert Lauhöfer, der die Anwendungstechnik im Hause

Prinz leitet. Der LED-Kanal Luxline ist kombinierbar mit sämtlichen Sockelleisten, die eine Bodenabdeckbreite von 19 bis 22 mm aufweisen.

Aus dem Prinz-Programm sind dies immerhin über zehn verschiedene Typen. Zudem dient das Produkt als Nacht- oder Notbeleuchtung.

www.carlprinz.de



Terrassendielen unsichtbar verschrauben

Hochwertige Terrassenhölzer sind ein Blickfang für jeden Garten. Für die unsichtbare und indirekte Befestigung von Holz- und WPC-Terrassendielen ohne Nut bieten Hersteller hochwertige Terrassenclipper aus glasfaserverstärktem Kunststoff an. Ein Beispiel hierfür sind die Clipper-sets von Heco. Sie gewährleisten

eine formschöne Verlegung der Terrassendielen, ohne das Deckholz durch Bohrungen optisch zu beeinträchtigen, so der Anbieter. Die Heco-Clipper-sets können für Dielenbreiten von 120 bis 150 mm eingesetzt werden und lassen sich einfach, schnell und präzise verarbeiten.

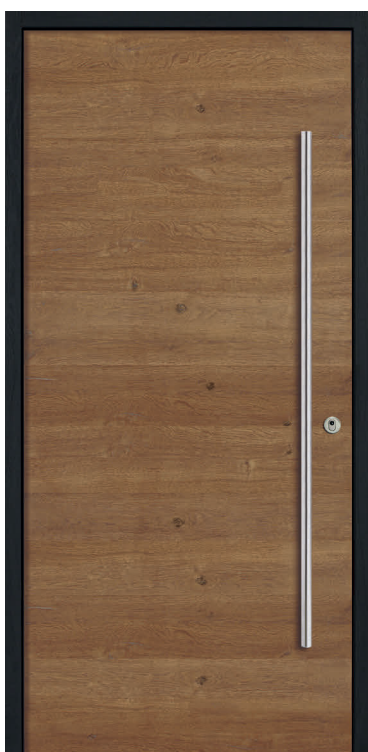
www.heco-schrauben.de



Handgemachte Oberflächen

Eine Haustür ist immer auch Ausdruck des persönlichen Stils der Bewohner. Viele sehnen sich heute nach dem Echtem, Unverfälschten, Urwüchsigen. Je synthetischer unser Leben wird, desto mehr wächst das Verlangen nach Natürlichkeit. Voll im Trend sind gefühlsbetonte „handgemachte“ Oberflächen, wie bei der Haustür „Winterthur“ mit einem Türblatt aus Eiche, querfurniert und gebürstet. Die perfekte Ergänzung zu moderner, puristischer Architektur, ist der Anbieter Kneer überzeugt. Zudem bietet das Produkt einen hohen Wärmeschutz und zeitgemäße Sicherheit.

www.kneer-sued.de



Glanzvolle Kernsockelleiste

Mit der Cubu flex life Premium will der führende Hersteller für hochwertige Kunststoffsockelleisten Döllken erneut sein innovatives Potenzial beweisen. Die neue „glanzvolle“ Fußbodensockelleiste mit Metall-Design setzt gerade im Zusammenspiel mit einer hochwertigen Innenarchitektur

eindrucksvolle Akzente. Auf die bekannten praktischen Vorteile des bestehenden Cubu-Programms muss dabei nicht verzichtet werden: Döllken-Weimar hat darauf geachtet, dass die innovative Neuheit ebenfalls leicht zu verlegen ist.

www.doellken-weimar.de



Impressum

Herausgeber und Verleger

Karl-Heinz Dähne

Verlag

Dähne Verlag GmbH,
Am Erlengraben 8, 76275 Ettlingen
Tel. +49/72 43/575-0,
Fax +49/72 43/575-200
E-Mail info@daehne.de - www.HOLZonline.de
AG Mannheim HRB 360363

Geschäftsführung

Marc Dähne

Chefredaktion

Harald Bott

Redaktion

Roland Grimm, Rainer Strnad,
Hans-Ludwig Ziegler

Anzeigenleitung

Thomas Heinen

Gültig ist Anzeigenpreisliste Nr. 21 vom
1. Oktober 2015. Für den Anzeigeninhalt trägt
der Auftraggeber die Verantwortung.

Anzeigenvertretungen

Benelux/Skandinavien/Österreich/Schweiz/

Lothar Wittich, Tel. +49/5407/816322,
l.wittich@daehne.com

Italien

Gloria Oddone, Tel. +49/541/6 00 52 08,
g.oddone@daehne.com

Frankreich

Martine Kilias, Tel. +49/541/150-5197,
m.kilias@daehne.com

Vertriebsleitung

Thomas von der Heyde

Erscheinungsweise

Viermal jährlich

Bezugspreise 2016

Jahresabonnement Inland € 59,00
Jahresabonnement Ausland € 63,00
Luftpostzuschlag (bei Bedarf) € 42,00
Mengenpreise auf Anfrage.
Alle Preise inkl. Versandkosten und MwSt.

Kündigungsmöglichkeit zum Ende eines Bezugs-
jahres mit sechswöchiger Kündigungsfrist,
andernfalls verlängert sich das Abonnement um
ein weiteres Jahr.

Herstellungleitung

Kathrin Gerlach

Druck

DG Druck GmbH, Weingarten

Nachdruck, Aufnahme in Online-Dienste und
Internet und Vervielfältigungen auf Datenträgern
wie CD-ROM, DVD-ROM etc. nur nach vorheriger
schriftlicher Zustimmung des Verlages. Für
unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos
wird keine Haftung übernommen.

Zum Abdruck übernommene Arbeiten gehen in
das alleinige Verfügungsrecht des Verlages über.
Berichte über Neuheiten und technische Angaben
aus uns zugesandten Meldungen werden ohne
Gewähr veröffentlicht.

Namentlich gekennzeichnete Beiträge stellen
nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar.
Bei Nichterscheinen infolge höherer Gewalt
besteht kein Anspruch auf Lieferung
oder Rückzahlung des Bezugsgeldes.

ISSN 0947-6512

22. Jahrgang

SERVICE

Redaktionskontakt

Harald Bott, Tel. +49/72 43/575-202,
h.bott@daehne.de

Anzeigenberatung

Sandra Gütefmann, Tel. +49/72 43/575-107,
s.guefemann@daehne.de

Anzeigenverwaltung

Gabriele Santai, Tel. +49/72 43/575-103,
g.santai@daehne.de

Leser-/Aboservice

Ulrike Hoffstädt, Tel. +49/72 43-575-145,
u.hoffstaedt@daehne.de

Blick zurück

Vor zehn Jahren stand in Holzforum

30 Prozent Steigerung bei Holzpellets

Die Zahl der eingebauten Pelletkessel hat sich in den letzten Jahren verdoppelt. Die ursprünglich vom Deutschen Energie-Pellet-Verband (DEPV) gelieferte Prognose einer Steigerung um 30 Prozent für 2005 wurde weit übertroffen. Grund dafür sind unter anderem die ab August 2005 sprunghaft gestiegenen Öl- und Gaspreise. Für das laufende Jahr wird eine weitere Verdoppelung der verkauften Pelletheizungen vorausgesagt. Holzpellets haben derzeit Hochkonjunktur. Beim derzeitigen Boom müssen die Anbieter nachziehen, um die Versorgungssicherheit gewährleisten zu können. Neue Produktionswerke für Holzpellets werden beispielsweise in Baden-Württemberg, Bayern, Nordrheinwestfalen und im Saarland gebaut.

Vor fünf Jahren stand in Holzforum

Michael Schmid ist neuer Vorsitzender

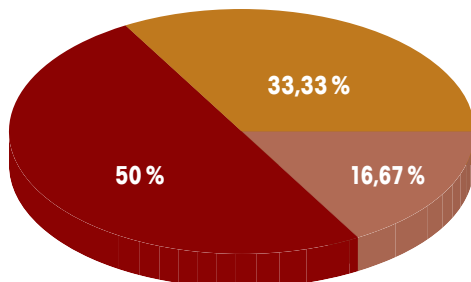
Michael Schmid, Geschäftsführer des Parkettherstellers Jakob Schmid Söhne mit Sitz in Kippenheim (Baden-Württemberg), wurde auf der Mitgliederversammlung des Verbandes der Deutschen Parkettindustrie (vdp) in Bad Honnef zum neuen Vorsitzenden gewählt. Der 37-Jährige tritt damit die Nachfolge von Ralph Plessmann an, der das Amt seit 1995 inne hatte und nicht mehr kandidierte.



www.holzonline.de

Weiterbildung: Angebot und Nachfrage

Dass Weiterbildung der Mitarbeiter eine Grundvoraussetzung für ein funktionierendes Unternehmen ist, wird kaum jemand anzweifeln. Aber häufig werden angekündigte Termine aufgrund zu geringer Teilnahme abgesagt. Da stellt sich



- 0 Prozent Man erfährt zu wenig Neues
- 16,67 Prozent Die Termine passen oft nicht
- 50 Prozent Mitarbeiter werden intern geschult
- 33,33 Prozent Interesse hat gar nicht nachgelassen

die Frage, ob das Angebot des Verbandes, der Kooperationen und der Industrie auch die Interessen der jeweiligen Zielgruppe trifft?

Vor allem die Industrie beklagt häufig, dass die Informationsveranstaltungen zu ihren Produkten schlecht besucht sind. Dabei sollte doch gerade der Handel ständig seine Funktion als Know-how-Vermittler zwischen Hersteller und Verarbeiter (Handwerker oder Endverbraucher) ausbauen. Woran liegt es, dass das Interesse des Handels an den Veranstaltungen der Industrie nachgelassen hat?



Ab sofort steht eine neue Umfrage im Netz, zu der Sie auch dieses Mal wieder herzlich eingeladen sind. Wenn Sie sich an der Befragung beteiligen wollen, klicken Sie auf „Abstimmen“ am rechten Rand der Homepage.



Jetzt entdecken:
Das neue MEISTER
Premium-Laminat

MEISTER



- » NEU: Feuchtraumgeeignet
- » Antistatisch
- » Kratzunempfindlich

100 PRO | Hersteller
VOM FACH | Handel
Handwerk
www.meister.com

Räume voller Leben.