

**Unser Themen:**



**Rückblick**

**Bodenbeläge**

GD Holz: Leichtes Plus für Böden im Holzfachhandel **Seite 2**

Geringere Nachfrage nach Bodenbelagskleber **Seite 2**

EPLF: Abgesang für kalte Grautöne **Seite 3**

iF4: Quellschutz für Laminatböden **Seite 3**

Herotec: Brandschutz im Boden **Seite 3**

50 Jahre KWG: Böden nachhaltig und kreativ denken **Seite 4**

VDP: Herrschaftliches Parkett im Eigenheim **Seite 6**

**Kreativ unterwegs**

Holzland: HQ Roadshow fährt auf der Überholspur **Seite 7**

Ecomatic: Heizung in der Fußbodenleiste **Seite 7**

**Namen und Nachrichten**

Der Bambus-Pionier – Interview mit Michael van Houten von Moso International **Seite 8**

Hauptverband der Deutschen Bauindustrie: Zukunft am Bau bescheiden **Seite 8**

## Böden bei der »Interzum«

Bei der nächsten »Interzum« vom 9. bis 12. Mai können Unternehmen aus den Bereichen Parkett, Massivholz- und Korkböden, elastische Bodenbeläge sowie LVT bzw. Designböden und Laminat ihre Neuheiten im Rahmen des Gemeinschaftsstands »Interzum Flooring« präsentieren. Die Köln-Messe bietet den Teilnehmern dafür ein attraktives All-Inclusive-Paket an. [▶ interzum.com](http://interzum.com)

# Wohngesunde Böden gefragt

Rückblick auf die Bodenbelagsmesse »Domotex« in Hannover

fi/ar. Ökologisch unbedenkliche Böden und Wohngesundheit waren die bestimmenden Themen auf der Bodenbelagsmesse »Domotex«, die vom 12. bis 15. Januar nach zwei pandemiebedingten Ausfällen erstmals wieder in Hannover stattfand. Die Bilanz der Deutschen Messe AG, Hannover, als Veranstalter fiel gut aus, trotzdem wurde nur drei Wochen später ein komplett neues Konzept für die Bodenbelagsmesse präsentiert – Hartbodenbeläge wird es nurmehr als zwei Jahre in Hannover geben. Bei den Holzarten bzw. Oberflächen bleibt Eiche das Maß aller Dinge, bekommt aber zunehmend Konkurrenz durch Fichte, Esche, Walnuss oder Kastanie – auch Kork ist eine Alternative.

„Wir sind positiv überrascht, wie viele Besucher wir nach der Pandemie auf unserem Messestand begrüßen durften. Mit einer so regen Teilnahme haben wir in diesem Jahr aufgrund der schwierigen Weltlage nicht gerechnet“, bilanzierte Niklas Håkansson, Managing Director von Vålinge, nach vier Tagen Messe. Lydia Bober, Head of Marketing & PR der Selit Dämmtechnik GmbH, ergänzte: „Für uns war es die richtige Entscheidung hier zu sein.“

Die Zahlen zeigen allerdings auch, dass noch nicht alles so ist wie noch vor der Pandemie. Mit 731 Ausstellern in acht Hallen, davon 45 aus Deutschland, hat sich die Zahl gegenüber den Vorjahren nahezu halbiert. 2018 wurden laut Auma (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft) 1553 Aussteller gezählt, 2019 waren es 1407 und im beginnenden Corona-Jahr 2020 waren es immerhin auch noch 1421 Aussteller. 2021 und 2022 wurde die



Diese Böden machten mit auffälliger Musterung auf sich aufmerksam.



ter Hürne stellte in Hannover u.a. »Hywood« vor, ein mehrschichtiges Bodenmaterial mit Deckschicht aus Furnier

Messe pandemiebedingt komplett abgesagt.

Auch die Besucherzahlen sprechen dagegen, dass schon wieder »Normalität« erreicht wurde. Insgesamt wurden rund 20000 Eintritte gezählt. 2018 waren es noch 45110, 2019 wurden 31107 Eintritte registriert, 2020 waren es 33728. Trotzdem bilanzierte Sonia Wedell-Castellano, Global Director der »Domotex« bei der Deutschen Messe: „Wir sind überwältigt von der positiven Resonanz sowie des energiegeladenen Spirits.“

### Neues Konzept

Trotz dieser positiven Einschätzung hat die Deutsche Messe als Veranstalter sehr schnell reagiert und am 9. Februar ein einschneidend neues Konzept vorgestellt. Aussteller aus dem Hartbodenbereich sollen sich demnach künftig nurmehr in den geraden Jahren bei der Bodenbelagsmesse »Domotex« präsentieren.

Entsprechend soll die nächste Messe im Januar 2024 unter dem Label »Domotex – Home of Flooring« Hartbodenbeläge, hartbodenbelagsnahe Bereiche sowie Carpets und Rugs präsentieren.

Im Januar 2025 dreht es sich hingegen bei der »Domotex – Carpets & Rugs« ausschließlich um Teppiche und Teppichböden. „Zahlreiche Gespräche mit unseren Ausstellern und dem Markt haben gezeigt, dass in den Bereichen »Carpet & Rugs« und »Flooring« unterschiedliche Bedürfnisse zum Turnus der »Domotex« bestehen“, begründete die Messe.

Für die »Domotex Asia/Chinafloor« in Shanghai sowie die »Domotex Tur-

key« in Gaziantep – vorbehaltlich der weiteren Entwicklung in der Region nach der Erdbebenkatastrophe – bleibt es bei dem bisherigen Konzept.

Aussteller aus den Bereichen Hartbodenbeläge könnten in der Zukunft in den ungeraden Jahren eine neue Heimat bei den Messen »Bau« im Januar in München und der »Interzum« im Mai in Köln finden. Gerade die Kölner Möbelzuliefermesse versucht schon seit Jahren, die Bodenbelagsbranche wieder zurück an den Rhein zu locken. Noch bis hinein in die 1990er Jahre waren viele Bodenbelagshersteller bei der »Interzum« präsent.

### Mehr Holz

Die Leitmesse für Teppiche und Bodenbeläge zeigte gleichwohl, wo die Reise der Branche hingeht. Weg von schädlichen Stoffen wie PVC, Chlor, Weichmacher oder Lösemittel, die zu ungesunden Emissionen führen können, hin zum Einsatz ökologischer Stoffe. Wie zum Beispiel Polypropylen, das als recycelte Ressource Eingang in die Herstellung von Bodenbelägen findet.

Dabei könnte auch Holz künftig wieder eine tragendere Rolle spielen. Die Hersteller arbeiten daran, Holzböden fitter für die Anforderungen des Alltags zu machen. So hat beispielsweise ter Hürne mit »Hywood« ein mehrschichtiges Bodenmaterial entwickelt: mit Decklage aus Furnier und besonderen Eigenschaften, die der Hersteller aus Südlohn unter den Stichworten »Wood-Powder«, »Aqua Seal« und »Nature Protec« zusammenfasst.

»Hywood« besteht aus sechs Schichten:

1. Oberfläche »Nature Protec«
2. Furnierdeck
3. »Wood Powder«
4. HDF
5. »Wood Powder«
6. Furnierdeck-Gegenzug

Bei »Nature Protec« handelt es sich laut ter Hürne um eine hochbeständige Spezialbeschichtung. Ähnlich eines Schutzfilms werde jede Pore und strukturbedingte Öffnung der Oberfläche versiegelt, sodass sich an keiner Stelle Schmutzpartikel anhaften können. Schutz biete die Oberfläche zudem gegen Mikrokratzer – und auch gegen das Eindringen von Wasser. Zum »Aqua Seal«-System gehört zudem der hochverdichtete Kern. »Mit dieser Technologie schützen wir den Boden rundum – selbst wenn das Wasser mal nicht sofort weggewischt wird«, verspricht das Unternehmen aus dem westlichen Münsterland.

»Wood Powder« schützt insbesondere gegen Druckstellen und tiefe Kratzer. Das Geheimnis: Es besteht aus Holzpulver und Edelharzen. Enorme Hitze und enormer Druck lassen es mit der darüberliegenden Designschicht aus Holz zu einer Einheit verschmelzen. Das natürliche Design des Holzes bleibt dabei vollständig erhalten. Es entsteht damit ein fester Verbund. Auch die Trägerplatte verbindet sich auf die gleiche Weise mit dem »Wood Powder«. Auch der Gegenzug wird so mit der Trägerplatte zu einer Einheit verschmolzen. »Alles zusammen sorgt für maximale Widerstandsfähigkeit

Fortsetzung auf Seite 2

## Wohngesunde Böden gefragt



Das Befestigungssystem „FN Clipholder CH25“ kann ohne Werkzeug und ohne Bohren in die Dehnfuge zwischen Boden und Wand eingespannt werden. Durch die Druckkraft des Bodens wird die Leiste an der Wand gehalten. Fotos: FN Neuhofer (2)



Mehr Möglichkeiten – etwa am Point of Sale – verspricht FN Neuhofer mit seiner neu installierten Digitaldruckanlage am Hauptsitz in Zell am Moos.

Fortsetzung von Seite 1

und Stabilität“, verspricht ter Hürne und ergänzt: „Hywood‘ ist dreimal druckbeständiger als herkömmliche Holzböden.“ Zudem ist der Boden schwer entflammbar nach Brandschutzklasse Bfl-S1 und erreicht die Rutschhemmstufe R10 – und ist damit sogar für Kindergärten geeignet.

„Hywood‘ ist ein hybrider Boden, der für den Konsumenten den gewünschten hohen Gebrauchswert mit der Sehnsucht nach Holz, nach Natürlichkeit, Gesundheit und Klimafreundlichkeit zusammenbringt. Der Boden besteht nahezu vollständig aus Holz und ist damit nachhaltig und wohngesund“, fasst Geschäftsführer Bernhard ter Hürne zusammen.

Neu präsentierte ter Hürne auch die nächste Generation ihres Designbodens „Avatara“. „Der Boden ist frei von PVC, Chlor, Phthalaten, Weichmachern und Lösemitteln“, versichert das Unternehmen. Hergestellt wird er aus „Talcusan“ – einer Rezeptur aus Kreide, Silikaten und dem ökologisch unbedenklichen Polymer Polypropylen. „Avatara“ hält daher, genauso wie „Hywood“, Zertifikate vom Eco-Institut und Blauer Engel.

### Mehr Ruhe

Auch die Zukunft von Bodenunterlagen für Parkett und Laminat ist ökologisch. Die Steico SE wurde während der Messe mit dem „Green Collection Award“ für „Ecosilent“ aus Holzfasern ausgezeichnet. Die Dämm-

platten mit einer Dicke zwischen 3 und 7 mm werden unter Fertigparkett- und Laminatböden verlegt, gleichen Bodenunebenheiten aus und schützen mit einer Druckfestigkeit von 15 t/m<sup>2</sup> vor dem Fugenbruch bei Klick-Systemen. Der Trittschall IS<sub>LAM</sub> wird um 19 dB reduziert – Experten empfehlen einen Wert von mindestens 14 dB, für erhöhte Anforderungen sollte der IS<sub>LAM</sub> >18 dB sein. Der Hersteller aus Feldkirchen bei München in Bayern verspricht aufgrund der Faserstruktur zudem eine hohe Langlebigkeit der Unterlage. Zudem trage „Ecosilent“ zu einem wohngesunden Innenraumklima bei.

Sämtliche Gewinner des „Green Collection Award“ wurden während der Messe im Rahmen der gleichnamigen Sonderschau in Halle 23 präsentiert. Die von der TFI Aachen GmbH, dem TFI-Institut für Bodensysteme an der RWTH Aachen, und der Raumprobe, Stuttgart, realisierte Schau rund um Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit soll in den nächsten Jahren fortgesetzt werden.

### Besser befestigt

Das österreichische Familienunternehmen FN Neuhofer hat auf der „Domotex“ sein neues Befestigungssystem vorgestellt und Einblicke gegeben, welche Produktlösungen künftig mit der neuen Digital-Druckanlage realisiert werden können.

Das Befestigungssystem „FN Clipholder CH25“ ist laut Hersteller eine echte Innovation, da der Clip ohne Werkzeug und Bohren einfach und schnell in die Dehnfuge zwischen Boden und Wand eingespannt wird. Ausschließlich durch die Druckkraft



Windmüller-Sprecherin Annika Windmüller freut sich über den Gewinn des „Green Collection Awards“ für den Bioboden „Wineo Pureline“.

des Bodens wird die Leiste an der Wand gehalten. Der Metallclip aus Federstahl wird dafür einfach in die Dehnfuge zwischen Fußboden und Wand eingeklemmt und die Leiste anschließend aufgesteckt. Neuhofer verspricht, dass der Clip auf alle bestehenden Leisten mit der bewährten Leistenut anwendbar ist. Die Entwicklung haben sich die Österreicher mit einem Patent schützen lassen.

### Besser gedruckt

FN Neuhofer hat kürzlich am Stammsitz in Zell am Moos seine neue Digital-Druckanlage in Betrieb genommen. Damit wollen die Österreicher eine Vielzahl ihrer Plattenwerkstoffe und Produkte bis zu einer Breite von 250 cm digital bedrucken.

„Eine solche High-Tech-Anlage ergänzt unser bestehendes Digitaldruck-Kompetenzzentrum auf zukunftsstrahlende Weise“, freut sich Eigentümer und CEO Franz Neuhofer. „Damit haben wir ein weiteres USP für unsere Kunden und Partner, wenn es um Kreativität, Lösungskompetenz und Trends geht.“ Die neue Anlage verfügt über 120 Einzeldruckköpfe und schafft eine Auflösung von 1000 dpi. „Damit sind der Fantasie bei der Bild- und Dekorauswahl kaum mehr Grenzen gesetzt“, ist man bei Neuhofer überzeugt.

## Impressum



Eine Holz-Zentralblatt-Publikation

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

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

Erscheinungsweise: sechsmal jährlich

Verlagsleitung:  
Uwe M. Schreiner  
Redaktion:  
Holz-Zentralblatt  
Anzeigenleitung:  
Peter Beerhalter (verantwortlich)  
Anzeigenpreise: Millimeter-Grundpreis pro Spalte (45 mm breit) 5,30 Euro.  
Es gilt die Preisliste Nr. 47 vom 1. Oktober 2022.  
Bezugspreise: Einzelpreis 7,30 Euro.  
Jahresabonnement 43,80 Euro (inkl. 7% Mehrwertsteuer), im Ausland 55,50 Euro. Das Abonnement verlängert sich um ein Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Jahresfrist gekündigt wird.  
Druck:  
Freiburger Druck GmbH & Co. KG  
Lörracherstraße 3  
D-79115 Freiburg  
Erfüllungsort: Leinfelden-Echterdingen  
Gerichtsstand: Nürtingen

DRW-Verlag  
Weinbrenner GmbH & Co. KG  
Fasanenweg 18  
D-70771 Leinfelden-Echterdingen  
Postfach 1001 57  
D-70745 Leinfelden-Echterdingen  
Redaktion: Fon 07 11/7591-203, Fax -267  
E-Mail: bh@holz-zentralblatt.com  
Anzeigen: Fon 07 11/7591-250, Fax -266  
E-Mail: bh@holz-zentralblatt.com  
Anzeigenverkauf:  
Fon 07 11/7591-250, Fax -266  
E-Mail: pbeerhalter@holz-zentralblatt.com  
Abonnement: Fon 07 11/7591-247, Fax -368  
E-Mail: hz-abo@holz-zentralblatt.com

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



Designerin Claudia Kunath zeigt die „Contours“-VT-Designböden des Bodenbelagsherstellers Aspecta B.V. Trading mit Hauptsitz in den Niederlanden. Aspecta ist ein Tochterunternehmen des US-Herstellers HMTX Global.



Das Team von Steico ist stolz auf den „Green Collection Award“ für ihre Trittschalldämmung „Ecosilent“, eine druckfeste Unterlage aus natürlicher Holzfasern für Laminatböden und Fertigparkett. Fotos: Andreas Richter (5)

## Leichtes Plus für Böden

GD Holz: Gutes Jahr im Holzhandel

Der Holzhandel schaut auf ein gutes Jahr 2022 zurück – die Erwartungen für 2023 sind hingegen verhalten. Das teilte der Gesamtverband Deutscher Holzhandel (GD Holz), Berlin, Mitte Februar mit.

Für das gesamte Jahr 2022 weist der Betriebsvergleich des GD Holz einen Umsatzanstieg von 5,6% auf. Die Mehrheit der Teilnehmer am monatlichen Betriebsvergleich gibt an, dass die Umsatzzuwächse durch Preiswirkungen erzielt worden sind und nur in geringerem Umfang durch mehr Absatz. Am deutlichsten war der

Umsatzanstieg in den Sortimenten Plattenwerkstoffe mit 11% und Ausbauprodukte (ohne Fußböden) mit 16% zu verzeichnen. Bei den Bauelementen gab es ein Plus von 9%.

Nur leichte Zuwächse von 4% gab es hingegen im Segment Boden. Noch verhaltener fällt die Bilanz bei Schnittholz mit +0,5% und Holz im Garten mit -2% aus.

Die Umsätze im Holzgroßhandel stiegen um 5%, im Holzeinzelhandel sanken die Werte um 5%. Für den Einzelhandel von entscheidender Bedeutung wird der Start des Gartensortimentes im Frühling sein, so der Holzhandelsverband.

## Geringere Nachfrage nach Bodenbelagskleber

Schwaches Renovierungsgeschäft verhaselt Bilanz

Der Markt für Bodenbelags- und Parkettkleber in Deutschland ist 2022 nur aufgrund steigender Verkaufspreise gestiegen, die Mengennachfrage hingegen entwickelte sich rückläufig. Das geht aus einer aktuellen Studie der Branchenradar.com Marktanalyse GmbH, Wien, hervor.

Demnach sanken die verkauften Mengen 2022 um 5% ab. Bereits 2021 hatte es ein Minus von 2,5% gegeben. Die Verkaufserlöse hingegen werden 2022 voraussichtlich um 3,6% auf 203

Mio. Euro gestiegen sein. Der durchschnittliche Verkaufspreis erhöht sich demnach im Jahresabstand um nahezu 9%, wobei der Preisauftrieb im Wesentlichen aus höheren Rohstoffkosten resultierte, so die Analysten.

Die Ursache für die sinkende Nachfrage wird primär im schwachen Renovierungsgeschäft gesehen. Das trifft offenbar insbesondere Parkettböden. Im Vergleich zu 2021 reduziert sich der Absatz von Parkettkleber um mehr als 7%. Der Umsatz stieg hingegen um knapp 2% gegenüber dem Vorjahr an.

## Abgesang für kalte Grautöne

EPLF: Laminatboden orientiert sich an natürlicher Eiche

Die Mitglieder des Verbands der Europäischen Laminatbodenhersteller (EPLF), Brüssel, rechnen damit, dass die Eiche auch 2023 tonangebend bleibt. Gefragt sind Designs und Farben, die sich nah am Original bewegen und Authentizität und Langlebigkeit ausstrahlen – und damit auch Nachhaltigkeit.

Die Eiche hat weiter Konjunktur – doch beobachten einige Mitglieder bereits die ersten Anzeichen für ein Interesse an anderen Holzarten. Aber auch im Eichensortiment gibt es Bewegung: Die Hersteller tendieren dazu, sich von kalten Grautönen und verspielten markanten Dekoren abzuwenden. Die Designs orientieren sich jetzt sehr nah an den ursprünglichen

Holzmustern – mit authentischen, hellen, freundlichen und frischen Dekoren sowie natürlich matten Texturen und dezenten Ästen, die eine harmonische Optik vermitteln. Helle, natürlich braune und geweißte Eichenfarben werden laut EPLF von den Verbrauchern sehr geschätzt und sorgen für eine natürliche, warme und gemütliche Cocooning-Atmosphäre im eigenen Zuhause.

Glanz gleich, ob bei den Farben oder dem Material: Unbehandeltes Eichenholz ist der Kundenliebling. Ziel der Laminatbodenhersteller ist es daher, durch helle, reine natürliche Nuancen bis hin zu Muskatnuss-Brauntönen eine gelassene und harmonische Inneneinrichtung zu erschaffen. Bei den Formaten sind Fischgrätmuster weiterhin beliebt.

Darüber hinaus kommen auch breitere Formate immer mehr in Mode, da sie dazu beitragen, Innenräume ruhiger erscheinen zu lassen.

Immer wichtiger wird bei den Herstellern das Thema Funktionalität, sei es bei Schalldämmung, Wasserbeständigkeit oder Nachhaltigkeit. Ziel ist es beispielsweise, Laminatböden auch in Feuchträumen fest zu etablieren.

Beim Thema Nachhaltigkeit wirken die EPLF-Mitglieder aktiv am Aufbau einer Kreislaufwirtschaft mit. Ihr Fokus liegt darauf, authentische, umweltfreundliche und langlebige Produkte bereitzustellen. Zum Ausdruck kommt dies in der EPLF-Kampagne „Made with Wood“, bei der die ökologischen Eigenschaften von Laminatböden herausgestellt werden.

## Quellschutz für Laminatböden

i4F vergibt Lizenzen für Imprägniertechnologie

Die Unternehmensgruppe i4F bietet mit „Aqua Protect“ ein Imprägniersystem für Laminatböden an. Grundlage dafür ist eine patentierte Technologie, die von der Classen-Gruppe aus Kaisersesch in Rheinland-Pfalz entwickelt wurde.

„Aqua Protect“ ist laut i4F eine sehr ressourcenschonende Imprägniertechnologie, die den HDF-Träger als Basis der Laminatfußböden um bis zu 75% vor dem Aufquellen durch Wasser schützt – und damit die Wasserresistenz deutlich erhöht. Dafür wird eine wasserabweisende Imprägniermittel sparsam und ohne Overspray appliziert und die Fugen-

kanten der Platten mit und ohne V-Fuge versiegelt.

Laminatböden, die mit „Aqua Protect“ behandelt wurden, erfüllen demnach alle anerkannten internationalen Normen und Tests für die Wasserresistenz, einschließlich Nalpa und ISO 4760. John Rietveldt, CEO von i4F: „Wir glauben, dass „Aqua Protect“ zweifellos die weltweit fortschrittlichste, quellhemmende Imprägniertechnologie für wasserresistente Laminatfußböden ist.“

Die „Aqua Protect“-Sprühhölung wird von der Riepe GmbH & Co. KG mit Sitz in Bünde in Nordrhein-Westfalen hergestellt. Sie ist im Anwendungsbereich Bodenbeläge exklusiv für die Lizenznehmer erhältlich.

Die Unternehmensgruppe i4F hat sich auf die Entwicklung von Patenten und Technologien für die Fußbodenausbauindustrie spezialisiert. Zum Portfolio des in Hamont in Belgien, Shanghai in China und Atlanta in den Vereinigten Staaten von Amerika ansässigen Unternehmens gehört unter anderem das geistige Eigentum zu Bodeninstallations- und Wandmontagesystemen sowie Laminat- und Plattenproduktionstechnologien.

Internationale Patente und Patentanmeldungen wurden in über 100 Ländern weltweit erteilt und eingereicht.

Hersteller:  
i4F Licensing N.V.,  
3930 Hamont-Achel (Belgien)

## Böden sicher verlegen

»Parkettfreund« mit runden Ecken

Die SGH Metall- und Kunststoff-Technologie GmbH hat ihre Treppenkantenprofile modifiziert. Die Verarbeitung wird einfacher und die Verletzungsgefahr reduziert, verspricht der Hersteller aus Lüdenscheid, der (nicht nur) seine Profile mit „runden Ecken“ unter der Marke „Parkettfreund“ vertreibt.

Die Profile sind jetzt als komplette Stufenelemente verfügbar, die eine Verlegung ohne Stoßkanten ermöglichen. Dafür wurden die Schenkellängen von bisher 30 cm x 30 cm auf 100 cm und 150 cm verlängert. Die neuen Eck-Elemente mit und ohne Verbindern machen zeitaufwendige Gehrungsschnitte auf der Baustelle überflüssig, so das Unternehmen. Scharfe Kanten gehören damit der Vergangenheit an und die Verletzungsgefahr wird gesenkt. Für die Verlegung der Setzstufen gibt es ein spezielles Verbindungselement. Das Ergebnis: Der Fachmann kann Treppenkanten komplett ohne störende Stoßkanten verlegen. Auf Anfrage realisiert das Unternehmen auch Sondermaße oder komplette Stufen in U-Form.

Eingesetzt werden die „runden Ecken“ bei der Verlegung von Designbelägen, geschäumtem Polyvinylchlorid (CV, cushioned vinyl) oder Linoleum (bis zu 3 mm).



Die geschützten, vorgefertigten „runde Ecken“ aus Aluminium sind geeignet für elastische und textile Bodenbeläge. Sie machen aufwendige Gehrungsschnitte durch das neue Schenkellaß von 100 und 150 cm überflüssig. Außerdem sorgen sie für mehr Sicherheit, denn scharfe Kanten werden vermieden. Foto: SGH

Die SGH Metall- und Kunststoff-Technologie GmbH wurde 1989 von dem Ehepaar Gertrud und Helmuth Seiß im bayerischen Denkendorf gegründet. Die Anfangsbuchstaben der Gründer gaben dem Unternehmen seinen Namen. Gefertigt wurden Aluminium-Profilsysteme und eine kleine Auswahl an Zubehörartikeln und

Dämmunterlagen, die seit damals an den Fachhandel für Bodenbeläge vertrieben werden. 1990 wurde die bis heute prägende Marke „Parkettfreund“ ins Leben gerufen. Ziel war es, die wichtigsten Produkte für die Verlegung von Parkett und Laminat aus einer Hand zu liefern.

2001 übernahm die Küberit Profile Systems GmbH & Co. KG aus Lüdenscheid in Nordrhein-Westfalen die SGH zu 100% und führt sie seitdem als Tochter fort. Um die räumliche Distanz zwischen Bayern und NRW zu verkürzen, suchte die Firmenleitung nach einem näher gelegenen Standort für die Tochter. Dieser wurde in Drolshagen im Kreis Olpe gefunden, rund 30 km südöstlich von Lüdenscheid. 2004 entstand dort eine rund 2800 m<sup>2</sup> große Produktionshalle, 2005 folgte der Aufbau einer eigenen Werkzeugbau- und einer CAD-Konstruktionsabteilung.

Ende 2015 wurde der Standort in Drolshagen aufgegeben und Betrieb und Verwaltung zogen um nach Schalksmühle, etwa 10 km nordwestlich von Lüdenscheid. 2021 erfolgte dann der finale Zusammenschluss von Mutter- und Tochterfirma am Küberit-Stammsitz im Römerweg in Lüdenscheid.

Anbieter: SGH Metall- und Kunststoff-Technologie GmbH,  
58513 Lüdenscheid

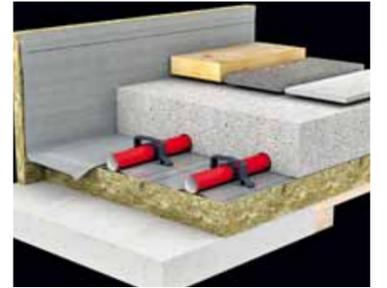
## Brandschutz im Boden

Dämmen und schützen mit gutem Gewissen

Die Herotec GmbH hat mit ihrer neuen Produktreihe „Tempus Rock“ eine brandsichere und ökologische Alternative zum Einsatz von expandiertem Polystyrol (EPS) in Fußbodensystemen entwickelt. Damit ist es nach Angaben der Spezialisten für Flächenheizungen aus Ahlen möglich, die Anforderungen der Baustoffklasse A einzuhalten.

Statt EPS, das sich nur mit hohem CO<sub>2</sub>-Aufwand herstellen lässt und durch zugefügte Flammenschutzmittel im Brandfall schädliche Rauchgase freisetzen kann, setzt Herotec auf mineralische Grundwerkstoffe. Diese sind nicht brennbar und benötigen daher keine potenziell bedenklichen Flammenschutzadditive. Außerdem erfüllt der Grundwerkstoff die Anforderungen der Baustoffklasse A1: keine Rauchentwicklung, kein brennendes Abtropfen oder Abfallen. „Auch die Umweltbilanz hinsichtlich Biolöslichkeit und Primärenergiebedarf ist hervorragend“, so die Aussage. Damit bietet das Unternehmen „biologisch unbedenkliche, recycelbare Wärme- und Trittschalldämmung für wohngesunde Nachhaltigkeit“ an.

In der Standardvariante wird der Grundwerkstoff mit einem tackerfähigen Oberbelag versteppt. Dadurch profitieren Fachhandwerker von bis



Wärme- und Trittschalldämmung aus Mineralfaserdämmstoff, hier mit Randstreifen Grafik: Herotec

zu 30% Zeitersparnis bei der Montage im Vergleich zur konventionellen Verlegung mit Folie und Baustahlmatte, heißt es weiter.

Die Variante „Plus“ besitzt neben dem mineralischen Werkstoff noch eine Deckschicht, die Temperaturen von bis zu 500 °C standhält und dicht gegenüber Estrichanmachwasser ist. Dieses System wird daher in die Baustoffklasse A2 eingestuft.

Die Verlegelösung „Tempus Dry Rock 30-16“ AB ist ab Werk mit eingefrästen Rillen für die Montage der Flächenheizungsrohre ausgestattet. Die Lastverteilschicht kann auch in Nass- oder Trockenbauweise ausgeführt werden.

Anbieter: Herotec GmbH  
Flächenheizung,  
59227 Ahlen

## Frischer Look, alte Tradition

Relaunch der Oberflächenmarke »Eukula«

Eine neuer Look und das neue Motto „Entdecke Holz Boden Liebe neu“ soll der Marke „Eukula“ der Dr. Schutz Group mehr Aufmerksamkeit und eine jüngeres, frischeres Erscheinungsbild verleihen. Neu ist auch „Virobac“, ein antimikrobieller und antiviraler Lack für Holzböden.

Das Familienunternehmen präsentiert seine Schutz- und Pflegemittel für Holz- und Korkböden seit Februar mit einer rundum neu gestalteten Homepage, einem brandneu eingerichteten Instagram-Kanal (eukula\_de) und mit viel mehr Nachhaltigkeit. Trotz des frischen Looks bleibe das 1963 im Schwarzwald gegründete Unternehmen allerdings seiner Leidenschaft für natürliche Böden, der engen Kooperation mit dem klassischen Handwerk und dem eigenen Qualitätsversprechen treu, wird versichert. Die Parkett- und Bodenleger, aber auch Profis aus weiteren Holzverarbeitenden Gewerken wie Schreiner und Tischler, werden nun jedoch mit lebhaften Schulungs-, Video- und Eventformaten eingeladen, ihre Innovationskraft und Liebe für natürliche Böden zu vertiefen und ihr Wissen zu erweitern.

Viel passiert ist aber nicht nur medial, sondern auch ganz handfest beim Thema Nachhaltigkeit: „Klimaschonende Verpackungen, Produktformeln, Begleitprodukte und die Einsparung und Kompensation von CO<sub>2</sub> waren bei jedem Schritt des Relaunchs richtungweisend“, so die Aussage.

So besteht ein Teil der neuen Gebinde nicht länger aus Kunststoff,

sondern aus Weißblech und ist damit zu 100% recyclebar. Weißblech gehört in Deutschland zu den ökologischsten Verpackungsarten – die tatsächliche Recyclingquote liegt bei über 90%. Verpackt werden die Gebinde ebenfalls nachhaltig mit 100% Papier – mit ungebleichten Kartons, Papierklebeband und Lieferscheintaschen aus Papier.

Mit der Baumpflanz-Aktion „Dein Kauf. Dein Baum.“ arbeitet das Unternehmen an der Reduktion des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks eines jeden Nutzers weltweit. Für jeden Kauf lösemittelfreier Aktionsprodukte pflanzt „Eukula“ einen Baum und übernimmt gemeinsam mit seinen Kunden für 99 Jahre die Patenschaft.

Die Dr. Schutz Group lässt sich regelmäßig durch unabhängige Institute prüfen. Zuletzt hat das Deutsche Institut für Nachhaltigkeit und Ökonomie die Produkte, Lieferketten und Produktionsbedingungen untersucht – und die Gruppe als klimaneutrales Unternehmen zertifiziert.

„Eukula“ ist Vollsortimenter mit Parkettlacken, -ölen und -pflegemitteln. Ein intelligentes Baukastensystem erlaubt es Profis, mit wenigen Produkten den Großteil ihrer täglichen Arbeit abzudecken, aber auch flexibel neue Märkte und Möglichkeiten zu erschließen. Seit 2012 ist die Marke Teil der Dr. Schutz Group mit Sitz in Bonn.

Die neuen Produkte und ihren neuen Auftritt wollen die Oberflächenprofis erstmals im Rahmen der „Bau“ in München vom 17. bis zum 22. April öffentlich präsentieren.

Anbieter:  
Dr. Schutz GmbH,  
53175 Bonn

# Böden nachhaltig und kreativ denken

KWG hat im vergangenen Jahr sein 50. Firmenjubiläum gefeiert

Die KWG Wolfgang Gärtner GmbH hat im vergangenen Jahr ihr 50-jähriges Bestehen gefeiert. Der Anbieter von Kork- und Designböden aus Schönau bei Heidelberg hat rund um das Jubiläum seine Anstrengungen beim Thema Nachhaltigkeit noch einmal verstärkt.



Von der Zimmerei  
zum  
Korkspezialisten

Gegründet wurde das Unternehmen im November 1972 von dem Zimmermeister Wolfgang Gärtner in den Räumen seiner damaligen Zimmerei in der Hauptstraße in Schönau. Von Beginn an stand das Naturmaterial Kork im Fokus. Das sollte auch im Firmennamen KWG – Kork Wolfgang Gärtner – sichtbar werden. Gärtner fokussierte anfangs auf den Direktimport der damals sehr beliebten Korkwandbeläge, Geschenkartikel sowie Dämmstoffe aus Kork aus dem Ursprungsland Portugal. Der schnelle Erfolg gab ihm recht. Gleichwohl kommen und gehen Trendprodukte mitunter sehr schnell. Das musste auch Gärtner früh erfahren – denn seine anfänglichen Verkaufsschlager kamen zunehmend aus der Mode.

Gleichwohl wuchs im Zuge der Ökonomie der 1980er Jahre die Nachfrage nach hochwertigem Korkparkett. Gärtner erkannte die Veränderung frühzeitig und entwickelte sich in den folgenden Jahren zu einem der führenden Anbieter von Korkbodenbelägen in Deutschland weiter.

Dass sich Kork im Fußboden so erfolgreich entwickelte, lag nicht zuletzt auch an dem schwäbischen Tüftler aus Schönau. Seine Ideen und sein handwerkliches Geschick führten mit zur Entstehung der ersten Fertigparkettvarianten aus Kork – die Vorläufer der heutigen Klickböden. „Diese einfache und sichere Verlegeart führte dann zu einem wahrhaften Boom nach Korkbodenbelägen, da dieses herausragende Naturprodukt nun auch für den Heimwerker interessant wurde“, erinnert sich heute Katrin Gärtner-Tison, jüngste Tochter des Firmengründers.

Gärtner-Tison übernahm bereits in den 1980er Jahren die alleinige Geschäftsführung und leitet das Unternehmen bis heute als geschäftsführende Gesellschafterin. Seit 2011 steht ihr Thomas Biebusch als Geschäftsführer Marketing und Vertrieb zur Seite. Biebusch feierte 2022 sein 20-jähriges Firmenjubiläum. Gärtner-Tison ist inzwischen über 40 Jahre im Unternehmen tätig, die meiste Zeit davon in Führungsverantwortung.

Die schnellen Erfolge der Anfangsjahre ließen die Räumlichkeiten der ehemaligen Zimmerei schnell zu eng werden. 1983 erfolgte der erste Umzug in die Neckarsteinacher Straße. Aber auch dort wurde der Platz bald knapp; das Sortiment war zwischenzeitlich auf über 500 Artikel – Korkbodenbeläge und Zubehör – angewachsen und auch die Vertriebsstruktur änderte sich komplett. „Beisteuerte früher der Firmengründer die Republik, so setzte man im Zuge der Expansion auf ein Außendienstteam von freien Handelsvertretern“, erläutert Biebusch rückblickend.

1993 folgte der Umzug auf das Gelände des heutigen Firmensitzes im Schönauer Industriegebiet „In den Kreuzwiesen“. Aufgebaut wurde dort u. a. ein 2500 m<sup>2</sup> umfassendes Hochregallager. Aufgrund der Erfahrungen der Vergangenheit, dass sich das Kaufverhalten sehr schnell ändern kann, setzte man nicht mehr nur auf Korkböden, sondern erweiterte das Sortiment um Linoleum-Fertigparkett. Dieser Schritt erwies sich als goldrichtig, da zu Beginn des neuen Jahrtausends natürliche Bodenbeläge und frische Farben bei den privaten Haushalten gesucht waren.

## Kork und mehr

Der nächste Meilenstein folgte im Jahr 2006. KWG orientierte sich verstärkt abseits der natürlichen Bodenbeläge und stieß dabei auf den Trend zu Designer-Vinylböden im Laden- und Objektbau. Zunehmend fanden auch private Renovierer Geschmack daran. Biebusch: „Als erstes Unternehmen präsentierten wir 2006 Designvinyl auf einer HDF-Trägerplatte und setzten damit einen Meilenstein für die gesamte Marktentwicklung dieses Produktbereichs in der Branche.“ Vorgestellt wurde das Produkt erstmals im Januar 2006 auf der „Domotex“ in Hannover.

Trotz dieser Entwicklung schlug das KWG-Herz aber weiter für natürliche Bodenbeläge aus Kork. Allerdings wurden in der Zeit reine Korkböden vom Verbraucher weniger stark nachgefragt, da sich die neuen Einrichtungstrends häufiger nicht



KWG hat drei Jubiläumsdekore für den digital bedruckten Korkboden „Samoa“ entwickelt

mehr gut mit der Korkoptik kombinieren ließen. Deswegen machte sich das Unternehmen auf den Weg, seine natürlichen Materialien modern zu interpretieren. Eine Chance sahen Gärtner-Tison und Biebusch in dem aufkommenden Digitaldruck. „Ein Designboden aus Kork verbindet die Vorteile von Kork und moderne Designs“, schlussfolgerten die Firmenlenker. Heute bietet KWG insgesamt 24 Dekore in Holz-, Fliesen- oder Steinoptik dieser in Optik und Haptik sehr hochwertigen Designböden an.

Wenig verwunderlich, dass alsbald der Platz am Standort wieder eng wurde. „Die weiter wachsende Nachfrage nach dem Produktportfolio von KWG und die damit notwendige Erweiterung der Lagerkapazitäten ließen das vorhandene Hochregallager in Schönau aus allen Nähten platzen und jeder Raum musste genutzt werden“, erläutert Biebusch. Da die Familie mit der Stadt Schönau eng verbunden ist, wurde nach Möglichkeiten gesucht, um an Ort und Stelle zu expandieren und den Standort nicht verlassen zu müssen. Aus diesem Grund wurde das Einzelhandelsgeschäft am Standort geschlossen und umgesiedelt in ein modernes Bodenbelagskompetenzzentrum in Dossenheim. „Heute ist gerade dieser Standort extrem wichtig, um Reaktionen der Endverbraucher zu testen, wenn es um Dekorentwicklungen und Kaufverhalten geht“, weiß der Vertriebs- und Marketingleiter.

Aber es fand sich auch eine technische Lösung für die Platznot. Das Hochregallager wurde umgebaut und

kann heute doppelt so viele Paletten aufnehmen.

## Fliese mit Klick

KWG war in all den Jahrzehnten immer auf der Suche nach möglichst nachhaltigen und natürlichen Produkten – und wagte 2014 einen Schritt in die „Fliese zum Klicken“. „Leider war dieser Versuch mit einer hochverdichteten Gipsfaserplatte, die digital bedruckt wurde, aufgrund technischer Probleme, nicht erfolgreich“, erinnert sich Gärtner-Tison. Dieser Rückschlag führte aber nur dazu, dass KWG zusammen mit seinen Partnern noch intensiver nach einer Lösung suchte. Der Erfolg kam 2017 mit „Java“, dem digital bedruckten Mineralboden. Die Basis des Trägers war diesmal ein Zementgemisch. Biebusch: „Damit war der Durchbruch geschafft. Die hohe Dimensionsstabilität und die Auslobung ‚wohngesunder Bodenbelag‘ mit dem Zertifikat des ‚Blauen Engel‘ waren und sind ausschlaggebend für den ungebrochenen Erfolg.“ „Java“ bildete auch den Startschuss für die Marketingkampagne „Natur und Design“.

2020 und 2021 waren auch für KWG herausfordernde Jahre, die aber mit gemeinsamen Anstrengungen vom gesamten Team geschultert wurden. Gärtner-Tison betont: „Wir waren zu keinem Zeitpunkt in Schwierigkeiten, die nicht gelöst werden konnten.“

2022 sollte dann in der auslaufenden Corona-Pandemie das Jubiläumsjahr gebührend gefeiert werden,

aber der russische Angriffskrieg auf die Ukraine mit all seinen negativen Begleiterscheinungen stellte das KWG-Team vor weitere große Herausforderungen. Biebusch: „Einige Vorhaben konnten nicht in der geplanten Form umgesetzt werden. Am Ende haben wir uns aber entschieden, unser Firmenjubiläum gebührend anzugehen, denn wir sind stolz, was aus dem, im November 1972 von Wolfgang Gärtner gegründeten Unternehmen, erwachsen ist.“

## Second Life

Anlässlich des 50. Geburtstags hat KWG aber nicht nur gefeiert, sondern auch kreativ weitergearbeitet – und u. a. drei Jubiläumsdekore für „Samoa“, den digital bedruckten Korkbodenbelag, entwickelt.

Zudem wurde das Thema Nachhaltigkeit substanziell vorangebracht. Zusammen mit dem Produzenten der eigenen Böden, der Schweizer Lico AG, wurde das zweite Leben für die Bodenbeläge ausgerufen. Das Label „2nd life“ („Second Life“) beschreibt einen Kreislauf, der in der Produktion beginnt und wieder in der Fertigung endet. D. h. der von KWG gelieferte Bodenbelag wird am Ende seines Lebenszyklus vom Endverbraucher wieder über KWG in die Produktion zurückgeführt – wo aus dem retournierten Bodenbelag ein neues Produkt entsteht. Aktuell wird das Verfahren bei den digitalbedruckten Designböden „Samoa“ und „Java“ sowie den traditionellen Korkbodenbelägen umgesetzt.



Firmengelände im Jahr 2022

Foto: KWG



Blick zurück in die Firmengeschichte



Nachhaltige Führungskompetenz: Katrin Gärtner-Tison und Thomas Biebusch



# Shaping the change.

9.–12. Mai 2023  
in Köln

**interzum @home**  
Digitale Pre-Show  
2.–8. Mai 2023

Digitales Live-Event  
15.–16. Mai 2023

Jetzt anmelden!  
[www.interzum.com](http://www.interzum.com)

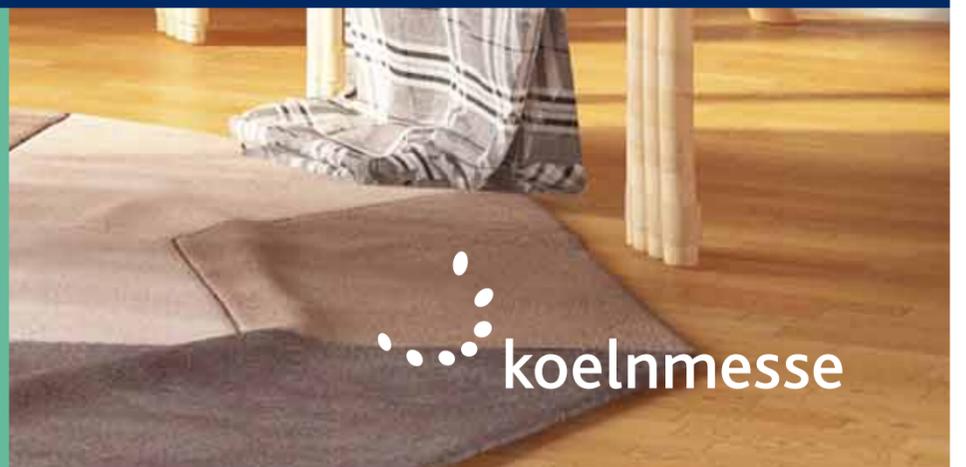
Koelnmesse GmbH, Messeplatz 1, 50679 Köln, Tel. +49 1806 913 131\*, [interzum@visitor.koelnmesse.de](mailto:interzum@visitor.koelnmesse.de)  
\* (0,20 EUR/Anruf aus dem dt. Festnetz; max. 0,60 EUR/Anruf aus dem Mobilfunknetz)

**interzum**



**GO CREATE  
CONSCIOUS  
LIVING SPACES**

 **koelnmesse**



# Herrschaftliches Parkett im Eigenheim

Fürstlichen Holzboden unter den Füßen haben

**Parkett ist nicht nur ein edler, sondern seit Jahrhunderten auch ein fürstlicher Bodenbelag. In Schlössern und schlossnahen Anlagen kamen und kommen die erlesenen Hölzer in ganz unterschiedlichen Varianten und Stilen zum Einsatz. Dank Know-how und Geschick deutscher Parketthersteller und -verleger behalten Muster und Holzarten ihren Reiz – und bleiben attraktiv auch in modernem Ambiente, weiß der Verband der Deutschen Parkettindustrie (VDP), Bad Honnef.**

## Orangerie Neustrelitz

Frisch renoviert und für Einheimische und Besucher in neuem Glanz: So präsentiert sich die Orangerie Neustrelitz nahe der Mecklenburgischen Seenplatte in diesem Frühjahr: Während Wände und Decken in dem Prachtbau aus dem 18. Jahrhundert leuchtend in den Landesfarben blau, gelb und rot erstrahlen, ist der Holzboden ein besonderer Hingucker: Nach historischem Vorbild wurde der Kassettenboden aus drei verschiedenen Hölzern fachgerecht ganz neu verlegt: mit Eiche, Robinie und der dunkel geräucherten Eiche. Ein umlaufender Randfries sorgt für den geometrischen Rahmen, der durch Rhomben mit Schmuckelementen aus der Robinie eingefasst ist. „Die Hölzer für die 500 m<sup>2</sup> große Fläche wurden eigens für die Erneuerung der Orangerie produziert“, erklärt Alexander Drüsedau, Geschäftsführer der Drüsedau u. Müller GmbH & Co. KG aus Jesberg-Densberg.

Der neu verlegte Boden erstreckt sich über drei schöne, längliche Säle mit Flügeltüren, die offen stehen, wenn die Orangerie für Besucher zugänglich ist. Beim Verlegen des Parketts galt es, diese langen Fluchten in der Orangerie genau einzuhalten. „Dies ebenso wie die vor Ort anzupassenden und zu schneidenden Schmuckelemente im Parkett gehörten zu den schwierigen und zugleich

besonders schönen Aufgaben bei diesem Projekt“, erklärt Parkettlegermeister Dietmar Ott von Müritz Parkett. Nach dem Verlegen wird das Massivparkett mit mattem, Zweikomponenten-Lack behandelt, um die reizvolle Oberfläche gut für kommende Beanspruchungen zu schützen: Denn in diesem Jahr soll die im Auftrag des Eigentümers, dem Land Mecklenburg-Vorpommern, von Grund auf renovierte Orangerie nach mehrjähriger Pause wieder für den gastronomischen Betrieb öffnen.

## Schloss Nymphenburg

Seine Belastbarkeit im Zeichen gastronomischer und festlicher Höhepunkte schon hervorragend bewiesen hat das Parkett im Münchener Schloss Nymphenburg, eine Sommerresidenz aus der Zeit des Absolutismus. Mittendrin: Der Hubertussaal. Bei Konzertbestuhlung finden fast 400 Besucher in ihm Platz – und sitzen dann auf edlem Tafel-Parkett. In ihm sind verschiedene Holztafelchen in einem großen Karree zu geometrischen Bildern verbunden. Dafür hielt sich der Parketthersteller Schotten & Hansen GmbH aus Peiting bei den Mustern der einzelnen Tafeln an das historische Vorbild. Die Deckschicht ist aus hellem Eichenholz, darunter verbirgt sich der mehrschichtige Auf-



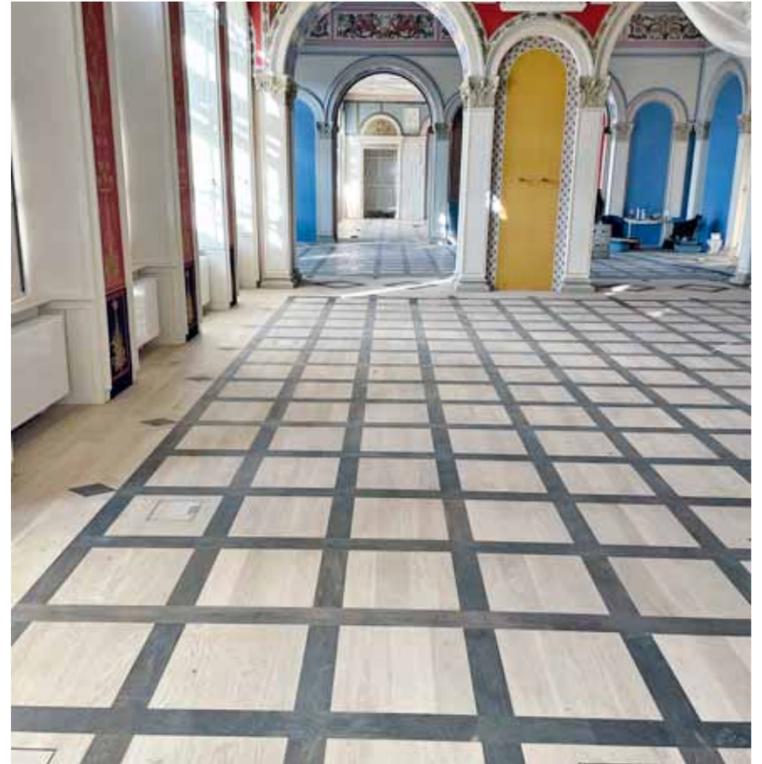
Speziell nach Kundenwunsch gefertigtes Tafelparkett in Dresden  
Foto: Bombé Parkett/  
Fotograf Rainer Boehme

bau. „Für das auch nach mehr als zwölf Jahren attraktive Parkett haben wir vorgesorgt mit entsprechender Vorbehandlung und zuverlässigem Oberflächenschutz“, erläutert Geschäftsführer Bernhard Heinloth.

Denn in der oberbayerischen Manufaktur werden vor der Farbgebung Inhaltsstoffe, die für die Fleckenempfindlichkeit verantwortlich sind und das langfristige Erscheinungsbild des Holzes beeinträchtigen könnten, durch Auswaschung reduziert. Erst anschließend werden die Harze, Wachse oder Öle aufgebracht. „Für die Farbgebung werden holzeigene Inhaltsstoffe aktiviert und feinste Pigmente, gewonnen aus Erden oder Gesteinen, in das Holz eingearbeitet“, so Heinloth, der den positiven Effekt offener Oberflächen für das Raumklima betont. Das Holz könne atmen, Feuchtigkeit aufnehmen und wieder abgeben.

## Residenzschloss Dresden

In der Residenz der einstigen Kurfürsten von Sachsen wandeln Besucher ebenfalls auf edlem Tafelparkett im Stile von Versailles, wenn sie in der Landeshauptstadt Dresden das Residenzschloss betreten. Auf rund 1000 m<sup>2</sup> liegt im Rotseidenen Zimmer, im Kabinett ebenso wie im Elbsaal schön gearbeitetes Tafelparkett. Dieses hat sich dort nun schon sieben Jahre bewährt. Projektleiter Marcus Brunsch von der Bombé Parkett GmbH & Co. KG erläutert: „Die vom Bauherrn, dem Freistaat Sachsen, gelieferte Brettware wurde bei uns in Bad Mergentheim im lieblichen Taubertal getrocknet. Anschließend haben wir daraus die 8 mm starke Deckschicht für die Tafeln hergestellt.“ Die aus mehreren Einzelteilen bestehenden Tafeln wurden dann in der Schreinerei im dreischichtigen Aufbau komplett aus Eiche verleimt. „Die Tafeln wurden in der Schreinerei formatiert und genutet, dann zusammengesetzt und rückseitig geklammert. So können die Teile der Tafel als einzelnes für sich arbeiten, sind aber durch die Nut-Feder-Ver-



Drei verschiedene Holzarten wurden nach historischem Vorbild in der Orangerie Neustrelitz verlegt.  
Foto: Drüsedau u. Müller GmbH

bindung stabil untereinander verbunden“, erläutert der Leiter der Bombé-Tafelschreinerei, Bernd Holzmann.

Im Kabinett des Schlosses in Dresden wurde Räumerei verlegt, in den übrigen Zimmern Eiche. Etwas Besonderes an dieser historischen Baustelle waren die Parkettarbeiten nach der Verlegung: Die Parkettüberstände mussten von Hand mit einer Ziehklinge vor Ort verputzt werden. Ein altes Handwerk war gefragt. Eine zunächst ungewohnte Aufgabe, die man vor Ort ebenfalls meisterte und die zeigt, wie wichtig das Miteinander von Parketthersteller und -verleger ist, bei neu verlegtem ebenfalls wie bei bestehendem Parkett. Damit schöne, alte Dinge nichts von ihrem Glanz und Charme einbüßen, können Parkettprofis in die Jahre gekommene Böden – selbst Tafel- und Intarsienparkett – renovieren und überarbeiten.

## Schlossambiente daheim

Das Parkett in vielen Schlössern und fürstlichen Häusern ist häufig etwas ganz Besonderes, schon wegen der Anforderungen des Denkmalschutzes. „Was nicht heißt, dass die dort verlegten Böden nicht auch für den ‚Hausgebrauch‘ für die eigenen vier Wände infrage kämen – ganz im Gegenteil“, meint der VDP-Vorsitzende Michael Schmid: „Was einst Fürstenhäusern und dem Adel vorbehalten war, ist heute für breite Bevölkerungsschichten zugänglich.“

Der Verband der Deutschen Parkettindustrie wurde 1950 in Wiesbaden gegründet. Seit 2006 befindet sich die Geschäftsstelle in Bad Honnef. Zurzeit sind 22 Parketthersteller in dem Verband organisiert, die mehr als 90 % der deutschen Parkettproduktion repräsentieren.

► [www.parkett.de](http://www.parkett.de)

## Mosaikeiche im Boden

M. Kaindl erweitert Fußbodenkollektion

M. Kaindl aus Wals bei Salzburg in Österreich präsentierte auf der am 2. März beendeten Ladenbaummesse „Euroshop“ in Düsseldorf erstmals seine neue Fußbodenkollektion „Flooring Collection“, ergänzt u. a. um die Dekore „Eiche Milano“ und „Vinyl Solid Flex“.

„Trendige Dekorkonzepte mit intelligenten Features“ – so überschreiben die Österreicher ihre neue Fußbodenkollektion. Besonders ansprechend in Mosaikoptik, in drei Farbstellungen und mit einer auf das Design abgestimmten synchronen Oberfläche zeigt sich „Eiche Milano“. Das eingesetzte Breitdielenformat ermöglicht eine leichte wie auch schnelle Verlegung und verleiht dem Boden ein dynamisches Gesamtbild, versprechen die Österreicher.

Zum Einsatz kommt dabei die „Aqua pro“-Technologie: eine feuchteresistente HDF-Trägerplatte in anthrazitfarbener Optik und ein selbst-



„Eiche Milano“ Foto: M. Kaindl

schließendes Nut-Feder-Profil in Kombination mit einer feuchtigkeitsabweisenden versiegelten Fase.

„Aqua pro“ wird auch bei der zweiten Neuheit, dem robusten Vinylboden „Solid Flex“ verwendet. Zudem besticht der Boden laut M. Kaindl durch seine hohe Belastbarkeit und ist unempfindlich gegen Nässe, Schmutz und Kratzer. Die integrierte

Geh- und Trittschalldämmung aus natürlichem Kork sorgt für eine angenehme Raumakustik.

Im Plattenbereich stellte der Holzwerkstoffhersteller auf der Messe eine Sortimentserweiterung der Anti-Fingerprint-Produktlinie „Optimatt“ vor. Sie zeichnet sich durch eine widerstandsfähige Oberfläche, eine angenehme Haptik, eine matte Optik und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis aus.

Nadelholz ist der neue Trend im Interior Design, ist man in Österreich überzeugt. Die neuen Dekorbilder „Polar Pine Urus“ und „Fichte Washed White“ wirken in der Fläche ruhig und harmonisch. Eine ähnliche Wirkung erzielt nach Unternehmensangaben auch die Tannennachbildung „Abies“. Das Dekor gibt es in den Farbstellungen „Cara“, „Shine“ und „Clay“ – und zusammen mit der neu entwickelten Synchronstruktur „AI“.

Anbieter: M. Kaindl GmbH,  
5071 Wals (Österreich)



Designboden „5469 Metalstone Night“ beeindruckt Foto: W. & L. Jordan

## Wie in Stein gemeißelt

Die neue „Joka“-Kollektion „Designböden 555 Mineral Styles“ umfasst neun neue Dekore und 13 bewährte Bestseller mit jeweils einer Nuttschicht von 0,55 mm. Die Designs fokussieren sich auf Fliesenoptiken und sind natürlichen Steinen sowohl optisch als auch haptisch nachempfunden, erläutert Hersteller W. & L. Jordan. Neu sind auch die vergrößerten Formate wie beispielsweise 60,96 x 121,92 cm. Dank ihrer allgemein geringen Aufbauhöhe lassen sich die Böden flexibel, schnell und

sauber verlegen. Auch in Bad, Küche oder Keller bilden sie die ideale Basis: Ihr hoher Feuchtigkeitsschutz sorgt dafür, dass ihnen Wasserspritzer nichts anhaben können.

Passend zur neuen Kollektion bietet Jordan seinen Kunden erstmalig einen Bildband im DIN A3-Format zur Beratung ihrer Kunden. Bei dem Bildband „Designböden 555 Mineral Styles“ handelt es sich um ein hochwertiges, gebundenes Buch.

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

# Erfolgreicher Jahresauftakt für Holzland

»HQ Roadshow« fährt auf der Überholspur

Holzland ist mit einer Erfolgstour in das Jahr 2023 gestartet. Nach zwei pandemiebedingten Auszeiten konnte die Kooperation aus Dortmund wieder mit ihrer „HQ Roadshow“ auf Deutschlandreise gehen. Diesmal lagen die Haltepunkte in Visselhövede, Hamm und Aalen. Mehr als 300 Teilnehmer besuchten die mobile Eigenmarken-Messe – ein neuer Rekord.

„Für uns war das ein Auftakt nach Maß in dieses Jubiläumsjahr“, bilanzieren Jens Mundthal, Category Manager Boden/Wand/Decke, Jürgen Müller, Category Manager Garten, und Christian Hedermerthen, Category Manager Bauelemente. Jubiläumsjahr deshalb, weil die Eigenmarke „HQ“ in diesem Jahr 25 Jahre alt wird. Sie ist damit eine der etabliertesten Handelsmarken abseits des Lebensmitteleinzelhandels und gilt als starke Eigenmarke der Holzbranche, weil sie ein „Best of Industry Sortiment“ mit innovativen Trendprodukten ergänzt und so Fachhändlern und Kunden gleichermaßen Mehrwerte schafft.

Von Nord nach Süd

Die „HQ Roadshow 2023“ tourte mit leicht erweitertem Konzept von Nord- nach Süddeutschland. Ihre Stationen waren erneut bewusst gewählt, damit Gesellschafter und Mitarbeiter möglichst kurze Anfahrtswege hatten. „HQ“ kommt zum Händler. Dieser lokale Ansatz hat sich von Beginn an bewährt“, weiß Jens Mundthal, der zusammen mit Jürgen Müller vor fast vier Jahren die Idee zu dieser mobilen Messe hatte und sie schnell, effektiv und erfolgreich in die Tat umsetzte. Enorm wichtiger Nebeneffekt: Seit der ersten Veranstaltung 2019 sind Lieferanten, Händler und Holzland-Mitarbeiter zu einer Familie zusammengewachsen. Dieser Teamspirit prägte die Eigenmarke: „HQ ist eine Marke, die lebt und geliebt wird“, bringt es Müller auf den Punkt. „Wir entwickeln die Eigenmarke gemeinsam in Arbeitskreisen mit Holzland-Gesellschaftern weiter, optimieren stetig das Sortiment und arbeiten dabei eng und vertrauensvoll mit unseren Lieferanten zusammen. „HQ“ ist von Profis für Profis.“



„HQ Wohnwelt“ auf einen Blick in Visselhövede

Fotos: Holzland

## HQ Wohnwelt

Die gesamte Vielfalt der „HQ“-Welt bekamen die Besucher der drei Roadshows auf jeweils fast 400 m<sup>2</sup> präsentiert – direkt von den zuständigen Lieferanten, mit viel Spielraum für Vorführungen und intensive Gespräche. Auf besonders reges Interesse stießen vier Sortimentsergänzungen:

die Akustik-Paneele, das Stairs-Konzept, das Parkett auf die Treppe bringt, ein nachhaltiger Designboden und ein diamantweißes Türensortiment in mit Smart2Lock.

## Neue Services

Bei dieser Roadshow gab es für die Besucher ein besonderes Plus. Neben der „HQ“-Welt wurden zentrale Holzland-Services vorgestellt. Im Fokus stand der neue B2B-Shop, eine Erweiterung der B2C-Plattform, an die die Marktplätze holzland.de, holzland.ch sowie Händlershops angeschlossen sind. Die neue B2B-Lösung vereint alle Vorteile der bisherigen Angebote und passt sie an die Anforderungen im B2B-E-Commerce an. Das Ergebnis ist eine Plattform für alle Kundengruppen. Christian Haltermann, Bereichsleiter Digitale Services: „Die teilnehmenden Holzland-Händler können ihren Kunden nun über einen Onlineshop gleichzeitig B2C- und B2B-E-Commerce anbieten.“

Stefan Burk, Holzland-Personalentwickler, stand den Roadshow-

Teilnehmern an allen drei Standorten für Fragen rund um das Thema Employer Branding zur Verfügung. „Immer mehr Händler spüren verstärkt den Fachkräftemangel und sind sich bewusst, dass neben klassischen Ausschreibungen auch Social-Media-Unterstützung wichtiger wird. Die Suche nach Personal ist kein Sprint, sondern ein Marathon und erfordert eine klare Positionierung, Aufklärung über die Berufsbilder und eine ganzjährige Sichtbarkeit als Arbeitgeber. Hierbei haben gerade Holzland-Händler große Vorteile, die sie auspielen können – ein Arbeitsplatz, der Nachhaltigkeit lebt und Sinn stiftet, die Sicherheit eines Familienunternehmens und Zukunftsorientierung in einer starken Gemeinschaft.“

Für Holzland-Geschäftsführer Axel Pawlas war es die erste „HQ Roadshow“, und er war begeistert. „Die drei Veranstaltungen waren ein toller Erfolg. Das gibt uns gemeinsam viel Rückenwind für dieses Jahr, in dem sich für die Holzbranche neue Chancen und Perspektiven eröffnen, die wir gemeinsam mit unseren Händlern nutzen werden“, bilanzierte er.



Christian Haltermann, Bereichsleiter Digitale Services, stellte den neuen B2B-Shop von Holzland vor.



Volles Haus an allen drei Standorten: Mehr als 300 Teilnehmer kamen nach Aalen, Hamm und Visselhövede.

## Heizung in der Fußbodenleiste

Knackpunkt beim Heizenergiesparen ist das individuelle Wärmeempfinden

Mit dem rapiden Anstieg der Energiepreise und der Aufforderung zum Energiesparen denken viele Verbraucher darüber nach, wie sie bei der Heizung sparen können. Dabei möchte aber auch niemand frieren. „Oft denkt man nicht daran, aber wenn man das Wärmeempfinden verbessert, ist es möglich, eine Differenz von 3°C im Vergleich zu der auf dem Thermostat angezeigten Temperatur zu erreichen“, bietet Fabien Hullar, Gründer und Inhaber des französischen Unternehmens Ecomatic, hierfür eine Lösung an.

Um den Zugang zu einer qualitativ hochwertigen Heizung zu ermöglichen, ist es von grundlegender Bedeutung, ein besseres Wärmeempfinden zu vermitteln. Dies ist der Schlüssel dafür, die Menschen dazu zu bringen, den Thermostat herunterzudrehen, um Energie zu sparen. Hier könnte eine Fußleistenheizung zum Tragen kommen, meint Hullar. Diese verteilt die Wärme gleichmäßig entlang der Außenwände. Dadurch entsteht ein aufsteigender Wärmeschleier, der das Eindringen der Kälte ab-

blockt. Die Temperatur der Wandoberfläche erhöht sich (bis zu 1,5 m über dem Boden) und bildet so eine große Strahlungsfläche (4 lfm Sockelleisten = 6 m<sup>2</sup> Strahlungsfläche), die eine sanfte und gleichmäßige Wärme im gesamten Raum verteilt. Die Fußleistenheizung bietet so ein höheres Wärmeempfinden als die angezeigte Temperatur. „Im Durchschnitt können unsere Kunden 15 bis 20% bei gleichem Komfort einsparen“, berechnet Hullar. Weiterhin punkten Fußleistenheizungen durch Unauffälligkeit. Sie sind nur knapp 15 cm hoch und 3 cm dick. Angeboten werden die Heizungen in drei Formaten:

◆ **Hydraulisch:** Die Warmwasser-Fußleiste bietet hohen Komfort dank einer gleichmäßigen Wärmeverteilung, der Wandstrahlungsfläche und der „Abschaffung des Kaltwandeffekts“.

◆ **Elektrisch:** Die „Ecomatic“-Elektroheizung reguliert ihre Leistung selbst, indem sie den Wärmebedarf ihrer Umgebung analysiert und sich anpasst. Dadurch wird das kostspielige „Alles-oder-Nichts“-Prinzip herkömmlicher Elektroheizungen vermieden, was eine Quelle für Unbehagen und übermäßigen Verbrauch darstellen kann.

◆ **Mixed-Energy:** Diese ist mit Strom und Warmwasser kompatibel und ermöglicht es, den Energieverbrauch in Übergangsphasen (Frühling und Herbst) zu optimieren.

Eine weitere Lösung sind Schwellenheizungen. Erhältlich sind elektrisch, hydraulisch und bi-energetisch beheizte Bodenschwellen, die entwickelt wurden, um bei ebenerdigen Schiebefenstern das Problem der kalten Wand zu beseitigen

Der Familienbetrieb Ecomatic bietet seit 2006 beheizte Fußleisten und Heizschwellen an. Das Unternehmen mit Sitz in Hoerdt im Elsass arbeitet hauptsächlich mit lokalen Handwerkern zusammen.

Gründer Fabien Hullar, von Beruf Techniker, hat in mehreren Firmen gearbeitet, bevor er ein erstes Unternehmen im Bereich der industriellen Wartung gründete. Danach entschied er, sich der industriellen Robotisierung zuzuwenden und gründete ein zweites Unternehmen, spezialisiert auf allgemeine Mechanik.

Seine Frau war es jedoch, die das „Abenteuer“ Ecomatic ins Rollen brachte. Bei der Renovierung des Hauses sagte sie ihm, dass sie keine Heizkörper mehr wolle. Fabien dachte, dass eine Fußbodenheizung eine



Fußleistenheizungen sollen dezent, aber wirkungsvoll für Wärme im Raum sorgen. Fotos: Ecomatic

gute Lösung wäre, aber er kam schnell davon ab – vor allem wegen der Einschränkungen und Kosten, die dieses System aufwarf. Dann entdeckte er, dass man in Kanada schon seit über 40 Jahren Fußleistenheizungen verwendet. Fabien verkaufte daraufhin seine beiden bisherigen Unternehmen und gründete im Jahr 2006 die Firma Ecomatic.

Drei Jahre lang investierte er in Forschung und Entwicklung, um seine eigene Technologie für Fußleisten-

heizungen zu entwickeln, erhielt mehrere Patente und entwickelte seine Produktlinien. 2009 startete er seine eigene Produktionsstätte. Ab 2012 baute Ecomatic sein Händlernetz aus und begann mit der Expansion ins Ausland. Heute exportiert das Unternehmen seine Produkte nach Belgien, in die Schweiz, nach Luxemburg, Spanien, Portugal, Deutschland und nach Österreich.

Hersteller: Ecomatic, 67720 Hoerdt (Frankreich)

# Der Bambus-Pionier

Interview mit Michael van Houten von Moso International

bs. **Michael van Houten, verantwortlich für den Vertrieb DACH bei der Moso International BV mit Sitz in Zwaag in den Niederlanden, erläutert im Interview, welche besonderen Projekte mit dem Material Bambus geplant sind und geht auf neue Produkte sowie Ziele und Erfolge des Unternehmens ein.**

**B+H:** Wie fällt Ihre Bilanz für das vergangene Jahr aus?

**Michael van Houten:** 2022 war, wie auch die zwei Jahre zuvor, ein Rekordjahr für uns, obwohl in der zweiten Jahreshälfte eine deutliche Zurückhaltung im Markt spürbar war.

**B+H:** Was zeichnet Sie im Vergleich zu anderen Unternehmen, die sich ebenso auf Bambus spezialisiert haben, besonders aus?

**van Houten:** Es gibt heutzutage in der DACH-Region kein Unternehmen mehr, das sich so auf Bambus spezialisiert hat wie wir.

**B+H:** Wie kam es zu der Spezialisierung auf Bambus?

**van Houten:** Seit 25 Jahren gilt Moso auf dem Bambus-Markt als Bambus-Pionier, da wir uns an Bambus-Produkte gewagt haben, die es in dieser Art und Qualität bis dahin

nicht auf dem Markt gegeben hat. Wir haben vor etwas mehr als 25 Jahren mit dem Import von Bambusprodukten aus China angefangen – und uns dabei auf den sehr gut geeigneten Riesenbambus „Moso“ fokussiert. In den darauf folgenden Jahren haben wir unsere Firma in China aufgebaut.

Unser Team besteht aktuell aus 25 Mitarbeitern, das vom Einkauf der Bambusstämme über die Fertigung bis hin zur Qualitätsprüfung den gesamten Prozess begleitet und überwacht. Die Liebe zum Bambus, ein echter ökologischer Rohstoff mit sehr guten technischen Eigenschaften, hat dazu geführt, dass Moso heute ausschließlich mit dem Rohstoff Bambus arbeitet – und ein sehr großes Wissen darüber entwickelt hat.

Anfangs gab es nur Parkett in unserem Produktportfolio, später kamen Outdoorprodukte, Furniere und Sonderanfertigungen aus Bambus hinzu – über das letzte Vierteljahrhundert wurden kontinuierlich neue, innovative Produkte entwickelt, die sich ebenfalls im Markt bewährt haben. Es gab keinen Grund, auf andere Rohstoffe zurückzugreifen.

**B+H:** Welche Ihrer Produkte würden Sie als besonders bemerkenswert bezeichnen?

**Michael van Houten:** Wir entwickeln jedes Jahr innovative Produkte und Anwendungen. Sicherlich gehört

aber das „Bamboo X-treme“-Sortiment zu unseren bemerkenswerten Produkten. Die sehr stabilen und extrem langlebigen Terrassendielen erfüllen die höchste Dauerhaftigkeitsklasse innerhalb der EU-Normen. Wir bieten daher für diese Dielen eine Garantie von 25 Jahren an. Das „Ultra Density“-Sortiment, der Bodenbelag für sehr stark beanspruchte Bereiche, zähle ich ebenfalls dazu.

Heute umfasst unser Sortiment Terrassendielen sowie Fassadenelemente und Konstruktionshölzer. Wir haben Konstruktionsbalken aus Bambus für den Innenbereich entwickelt und als erstes Unternehmen weltweit eine bauaufsichtliche Zulassung für Bambus vom Deutschen Institut für Bautechnik (DIBt) in Berlin erhalten.

**B+H:** Wie gehen Sie vor, um neue Produkte zu entwickeln?

**van Houten:** Dies ist sehr unterschiedlich. Manchmal haben wir selber kreative Ideen, wie bei unseren neuen „Chevron“-Terrassendielen, aber manchmal gibt es auch Wünsche aus dem Markt – von Architekten, Bauherren oder Designern. Wir versuchen, solche Anregungen dann in neue Produkte umzusetzen. Ein Beispiel hierfür ist „Bamboo N-vision“. Dieses Sortiment wurde für das große Flughafen-Projekt Kempegowda International Airport – Terminal 2 in Bengaluru in Indien konzi-



Michael van Houten, Vertrieb DACH bei Moso International, rechnet für dieses Jahr mit einem weiteren Umsatzplus. Fotos: Moso

piert, wofür wir industriell gefertigte runde Stämme aus Bambus entwickelt haben. Für das Projekt haben wir mehr als 900 000 lfm davon geliefert. Noch in diesem Jahr führen wir diese Produkte in unser Sortiment ein. Der Flughafen ist wirklich traumhaft schön geworden.

**B+H:** Ihre Produkte werden in China hergestellt, wir stark waren/sind Sie von Lieferschwierigkeiten nach Europa betroffen?

**van Houten:** Wir hatten die letzten zwei Jahre große Schwierigkeiten mit der Verschiffung unserer Container aus China. Die Situation scheint sich jetzt aber zu entspannen.

**B+H:** Welche Investitionen planen Sie für dieses Jahr?

**van Houten:** Eine der größten Aufgaben in diesem Jahr wird der Umzug in unser neu gebautes Büro und Zentrallager sein. Notwendig wurde das,

weil 2020 ein Brand große Teile unseres Hauptsitzes in Zwaag zerstört hat, die Verwaltung und das Lager brannten dabei vollkommen aus. Seitdem führen wir die Geschäfte aus einem angemieteten Büro und gemieteten Lagerflächen heraus. Der Umzug unseres Lagers wurde bereits realisiert, bis Juni soll auch die Verwaltung umgezogen sein.

**B+H:** Sie haben Niederlassungen in Barcelona, Nordamerika, Südafrika, Italien und den Arabischen Emiraten. Planen Sie weitere Standorte?

**van Houten:** Ein weiteres Wachstum mit neuen Standorten lässt sich nicht ausschließen. Wir sind jedoch momentan gut versorgt.

**B+H:** Was erwarten Sie wirtschaftlich vom Jahr 2023?

**van Houten:** Für das Gesamtjahr planen wir, das starke Wachstum der letzten Jahre zu konsolidieren.



Für das große Flughafen-Projekt Kempegowda International Airport – Terminal 2 in Bengaluru in Indien entwickelte Moso „Bamboo N-vision“ – industriell gefertigte runde Stämme aus Bambus.

## Zukunft am Bau bescheiden

Das Statistische Bundesamt meldete am 24. Februar für das deutsche Bauhauptgewerbe für den Monat Dezember 2022 im Vergleich zum Vorjahresmonat einen realen Umsatzrückgang von 9,8%. Für das Gesamtjahr 2022 ergibt sich für alle Betriebe ein Umsatzminus von preisbereinigt 5,1%. „Unsere verhaltene Umsatzprognose wird bestätigt. Die nominalen Zuwächse wurden 2022 durch die starken Materialpreissteigerungen mehr als aufgezehrt“, kommentierte Tim-Oliver Müller, Hauptgeschäftsführer beim Hauptverband der Deutschen Bauindustrie, Berlin, die veröffentlichten Zahlen.

Für das aktuelle Jahr erwartet Müller sogar einen preisbereinigten Umsatzrückgang von 6%. „Neue Aufträge bleiben zunehmend aus“, begründet der Hauptgeschäftsführer. Für das Gesamtjahr 2022 wurde ein realer Orderrückgang von 9,6% gemeldet,

im Dezember 2022 lag der Wert sogar um 23,4% unter dem Vorjahresmonat. „Zusätzlich zur schwachen Auftragslage kommen die weiter hohen Material- und Zinskosten hinzu“, beschreibt Müller.

Entsprechend beurteilen die Firmen die zukünftige Geschäftslage vorsichtig, wie aus einer aktuellen DIHK-Umfrage hervorgeht. Müller: „Zwar beurteilen – dank des (noch) vorhandenen Auftragsbestandes – 40% der Bauunternehmen ihre aktuelle Geschäftslage als gut, genauso viele rechnen aber auch mit einer Verschlechterung in den kommenden zwölf Monaten.“ Im Hochbau befürchten sogar 46% eine Verschlechterung. „Angesichts der Schockstarre am Wohnungsbau ist das kein Wunder“, so Müller. Der Verband erwartet im Wohnungsbau für 2023 einen Umsatzrückgang von real 9%.

## Klimafreundlich bauen – und Geld sparen

Zum 1. März tritt das Förderprogramm Klimafreundlicher Neubau – KFN des Bundes in Kraft. Bauherren können bei Einhaltung und Nachweis von Nachhaltigkeitskriterien zinsvergünstigte Kredite für ihren Neubau bekommen, verdeutlicht der Bundesverband Deutscher Fertigbau (BDF), Bad Honnef.

Das neue Förderprogramm verfolgt unmittelbar drei Ziele: Erstens Treibhausgas-Emissionen im gesamten Lebenszyklus des neuen Gebäudes weitreichend zu reduzieren, was durch den Bauherrn bzw. seinen Haushersteller mit einer Lebenszyklusanalyse und dabei einzuhaltende Höchstemissionswerte pro Quadratmeter Gebäudefläche nachzuweisen ist. Zweitens darf der Primärenergiebedarf eines förderfähigen Neubaus durch bauliche und anlagentechni-

sche Maßnahmen, insbesondere durch eine hochgedämmte Gebäudehülle, maximal 40% eines Referenzgebäudes betragen, was dem bisherigen KfW-Standard „Effizienzhaus 40“ entspricht. Und drittens muss der möglichst geringe Energiebedarf des Neubaus durch den Einsatz erneuerbarer Energien gedeckt werden.

Über die drei Förderziele hinaus hat der Bund extra Förderkonditionen für den Neubau von Wohngebäuden zur privaten Selbstnutzung sowie für Neubauten angekündigt, die außerdem mit dem Qualitätssiegel Nachhaltiges Gebäude (QNG) ausgezeichnet sind. „Moderne Holz-Fertighäuser bringen alle Voraussetzungen für die neue KFN-Förderung mit und werden auf Wunsch förderfähig geplant“, verspricht BDF-Geschäftsführer Georg Lange. ► kfw.de

## Klimaschutz am Bau

Bauen und Wohnen sind die Sorgenkinder beim Klimaschutz: Der Gebäudesektor verbraucht rund ein Drittel aller Rohstoffe und 40% der Energie weltweit. Zugleich werden Materialien wie Kies und Sand knapp und teuer. Wer die eigene Immobilie sanieren will oder einen Neubau plant, ist gut beraten, auf umweltverträgliche Materialien und klimafreundliche Heizsysteme zu setzen. Der neue Ratgeber „Klimafreundlich bauen und sanieren“ der Verbraucherzentrale liefert einen Bauplan mit nachhaltigen Materialien, erläutert gesetzliche Vorgaben und zeigt anhand von Praxisbeispielen, dass klimafreundliches Bauen kein Luftschloss ist. Der Ratgeber hat 240 Seiten und kostet 34 Euro, als E-Book 23,99 Euro. ► ratgeber-verbraucherzentrale.de