



JOHN RIETVELDT, MF:
„Wir helfen unseren Partnern dabei,
mehr und besser zu verkaufen“ S.26

Parkett magazin

Europas große Fachzeitschrift für
Holz-, Kork- und Laminatböden

DAS BONA SYSTEM

Perfekt abgestimmte Produkte



Bona ist seit 100 Jahren ein Teil der Holzbodenindustrie und kennt die Anforderungen der Profis von Grund auf. Ein Boden soll ein Leben lang seine Schönheit bewahren. Daher ist es Bona wichtig, Produkte zu entwickeln, die von Anfang bis Ende, von der Verlegung über die Oberflächenbehandlung bis hin zur Pflege, perfekt aufeinander abgestimmt sind. Bona bezeichnet dies als Bona System. Professionelle Produkte, die das Beste eines Bodens hervorbringen.



Schleif-
maschinen



Reinigung
und Pflege



Ober-
flächen



Schleifmittel



Werkzeuge und
Zubehör



Verlege-
system

**RENOVIEREN STATT AUSTAUSCHEN – MIT BONA BEWUSST
UND NACHHALTIG IN EINE GESUNDE BODEN-ZUKUNFT!**



KLIMASCHONEND & ENERGIESPAREND



KOSTENSPAREND



DESIGNVIELFALT

AD-00-003-01

Ter Hürne im Interview:

„Wohngesundheit wird zunehmend gesucht – und auch bezahlt.“

Ter Hürne richtet sich strategisch neu aus. Im Kern stehen die Profilierung der Marke und die konsequente Orientierung an „gesundem Wohnen“. Parkett Magazin sprach mit Bernhard und Erwin ter Hürne.

Seite 40



Parkett Kleditzsch: Versailler Tafelböden auf „Sächsische Art“

Jahrzehnte währte der Wiederaufbau des Residenzschlosses in Dresden – den Abschluss markierte die Rekonstruktion der Paraderäume. Parkett Kleditzsch rekonstruierte ein Versailler Tafelparkett auf „Sächsische Art“.

Seite 64



Uzin Utz:

Ausbau der Präsenz im Norden

Uzin beschleunigt mit einem neuen Lieferkonzept die Versorgung seiner Kunden in Norddeutschland und kündigt den Bau eines weiteren Produktionswerks in den Niederlanden an.

Seite 50

Special Neuheiten 2021:

Neuheiten und Weiterentwicklungen in den Sortimenten rund um Bodenbeläge, Verlegezubehör, Werkzeuge und Maschinen – Parkett Magazin gibt einen ersten Überblick, was 2021 kommt.

Seite 79



Bauwerk, Scheucher, Weitzer Parkett Gemeinsame Online-Kampagne

Unter dem Titel „Dein echter Holzboden“, haben Bauwerk, Scheucher und Weitzer Parkett zusammen mit Pro Holz Steiermark, dem Verband der steirischen Holz- und Forstwirtschaft, eine Online-Kampagne gestartet, mit der zum einen die Qualitäten und der Wert von Parkett stärker ins Bewusstsein gerufen werden soll und man sich zum anderen von Wettbewerbsprodukten abgrenzen will. In der Kampagne, die bis ins Frühjahr 2021 läuft, wird



Foto: Zipse

Thomas Zipse ist neuer Geschäftsführer und Mehrheitseigner des Unternehmens seines verstorbenen Bruders und will es mit „bewährter Solidität und Chancenorientierung“ weiterführen.

Führungskräfte Jürgen Heizmann (Einkauf) Edgar Huber (Einkauf), Gerda Wedelich (Marketing) und Peter Zeidl (Finanzen). Thomas Zipse will „bewährt solide und chancenorientiert agieren, um so auch die Erinnerung an seinen Bruder und dessen Lebensleistung wachzuhalten.“



DEIN ECHTER HOLZBODEN – DURCH UND DURCH NATUR STATT PLASTIK

Wohnräume sind Ausdruck des individuellen Lebensstils und des eigenen Anspruchs. Der Boden sollte dabei eine Reihe von Anforderungen erfüllen. Im Vordergrund steht oft die perfekte Optik – zeitlose Schönheit als perfekte Grundlage für stilbewusstes und geschmackvolles Einrichten. Darüber hinaus stellen sich aber auch noch weitere Fragen: Wie gesund ist der Boden, auf dem ich meine Zeit verbringe? Wie beeinflusse ich mit meiner Kaufentscheidung das Klima? Woher kommt der Rohstoff für meinen Boden? Ein echter Holzboden kann all diese Fragen selbstbewusst beantworten.

Die Online-Kampagne „Dein echter Holzboden“ bespielt sämtliche Social Media-Kanäle, die Website spricht die Endkunden mit vielen Infos und Tipps an.

Vorurteilen gegenüber Holzböden nachgegangen und umfassend über die Vorteile informiert – Gesundheit, Nachhaltigkeit, Hochwertigkeit. Des Weiteren vermittelt die Plattform zahlreiche Tipps rund um Parkett und dessen richtige Pflege. Bespielt werden Social Media-Kanäle wie Facebook, Instagram und Youtube, weitere Instrumente sind Google Ads und ein Blog auf der Website www.deinechterholzboden.at.

Zipse: Rechtsform geändert, neue Geschäftsführung

Im Oktober 2020 die bisherige Einzelirma des verstorbenen Lothar Zipse nach seinem testamentarisch verfügten letzten Willen in eine GmbH & Co. KG überführt. Zum Geschäftsführer wurde sein Bruder Thomas Zipse berufen, der 30 Jahre die Verkaufsleitung des Geschäftsbereichs Ziro verantwortete und zudem mehrheitliche Anteile an dem Unternehmen hält. Als weitere Kommanditisten ebenfalls beteiligt sind die

Sitz des Unternehmens mit 120 Mitarbeitern bleibt das südbadische Kenzingen. Auch die Doppelstrategie mit B2B-Geschäft unter „Ziro – Die Welt der Böden“ und B2C mit den Zipse-Ausbaufachmärkten wird unverändert fortgesetzt. Unter der Dachmarke Ziro werden Kooperationen, Groß- und Fachhandel mit Bodenbelägen auf Kork-, Holz-, Vinyl- und Mineralbasis bedient. Damit werden ca. 75 % des gesamten Umsatzvolumens erwirtschaftet.

In den drei regionalen Fachmarktstandorten Kenzingen, Gundelfingen und Offenburg werden über Bodenbeläge hinaus auch Türen, Fenster und Gartenmöbel angeboten. Die Niederlassung in Rust wurde Ende September 2020 nach zwölf Jahren geschlossen, das Gebäude war bereits im vergangenen Jahr an Familie Mack veräußert worden, die den benachbarten Europa-Park betreibt.

Endesign reorganisiert Objekt-Direktvertrieb unter der Marke Mflor

Seit Mai 2020 nutzt das englische Bodenbelagsunternehmen Endesign seine Designbelags-Marke Mflor im Objekt-Direktvertrieb in den DACH-Märkten wieder selbst. Zuvor hatte Bodenbelags- und Zubehöranbieter Repac das Sortiment exklusiv in allen Kanälen vertrieben.

Da Repac im Objekt ausschließlich mit seinen Handelskunden agiert, wird der Direktvertrieb in diesem Segment nun anders organisiert und von dem neu gegründeten Unternehmen Flooring Concept betreut. Dahinter steht Jörg Leidenfrost, der von Anfang 2019 bis April 2020 Gesamtvertriebsleiter bei Repac war. Laufende Projekte und Händler, die Repac bereits bearbeitet, bleiben bei den Niedersachsen.

Swiss Krono 1: Benes-Kaindl Alleineigentümerin, Rückzug aus Verwaltungsrat

Drei Jahre nach dem Tod von Swiss Krono-Gründer Ernst Kaindl hat seine Tochter Ines Benes-Kaindl alle offenen Erbfragen geklärt, das Aktionariat konsolidiert und ist nun zu 100 % Eigentümerin der Gruppe. Damit sei deren Zukunft als Familienunternehmen gesichert. Zugleich hat sich die 39-Jährige nach zwölf Jahren als Präsidentin des Verwaltungsrates aus dem Gremium zurückgezogen. Neuer Vorsitzender ist Dr. Wilhelm Hörmanseder. Zusätzlich ergänzt wird der Verwaltungsrat durch Georg Benes.

Swiss Krono 2: Umsatz leicht unter Vorjahr, Laminat im Plus

Trotz zweistelliger coronabedingter Umsatzeinbußen im April und Mai konnte die Swiss Krono Group im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres 2019/20 (30. September) die Situation stabilisieren und lag mit 1,8 Mrd. CHF (1,7 Mrd. EUR) 4 % hinter dem Vorjahr zurück. Im Bereich Flooring konnte der Bruttoumsatz mit 715 Mio. CHF leicht gesteigert werden. Bei Building Materials war der Absatz nach wie vor stark, doch litt das Segment weiter unter hohem Preisdruck, so dass die Erlöse um 5 % auf 518 Mio. CHF nachgaben. Im Segment Interiors fiel der Umsatz um 13 % auf 421 Mio. CHF.

Zum gerade angelaufenen Geschäftsjahr 2020/21 äußerte sich Martin Brettenthaler, CEO und Vorsitzender der Konzernleitung, zurückhaltend: „Für 2021 planen wir entsprechend vorsichtig. Dennoch sind wir als Unternehmensgruppe mittelfristig zuversichtlich.“ In der Schweizer Zentrale ist man überzeugt, dass sich auch in einer schwierigen weltwirtschaftlichen Lage die Nachfrage nach CO₂-neutralen Holzwerkstoffen günstig entwickelt.

Daher wurden im Frühjahr unterbrochene Investitionsvorhaben wieder aufgenommen, um sich für die Zukunft zu rüsten. 2020/21 sind Investitionen in Höhe von rund 180 Mio. EUR geplant.

Bauwerk Group: Generalversammlung stimmt Namensänderung und Sitzverlegung zu

Auf einer außerordentlichen Generalversammlung der Bauwerk Boen AG haben die Aktionäre der Namensänderung zu Bauwerk Group und der Sitzverlegung vom schweizerischen Wallisellen/ZH nach St. Margrethen SG, ebenfalls in der Schweiz, zugestimmt. Die Doppel-Markenstrategie mit Bauwerk und Boen wird unverändert fortgesetzt.

HOLZ

FEP: Europäische Holzindustrien unterstreichen ihre Bedeutung für die Klimaneutralität

Das Europäische Parlament hat im Oktober 2020 den Initiativbericht „Die Europäische Forststrategie - Der Weg in die Zukunft“ verabschiedet, der die Notwendigkeit einer unabhängigen und eigenständigen EU-Forststrategie für die Zeit nach 2020 betont, die auf einer nachhaltigen Waldbewirtschaftung aufbaut. Die europäischen holzverarbeitenden Industrien, die von den Verbänden CEI-Bois, EPF, EOS und FEP vertreten werden, begrüßen und unterstützen diesen Bericht. „Das ist im Einklang mit dem Ziel der Klimaneutralität bis 2050 der Weg nach

Das Zitat

„In der Parkettbranche herrscht die Tendenz, sich zu sehr auf den Preis statt auf Qualität und Nachhaltigkeit zu konzentrieren.“

Christian Jöhncke, CEO und Gesellschafter von Berg & Berg



Basierend auf den wichtigsten Erkenntnissen der Studie sowie der regulären, kontinuierlichen Arbeit auf EU-Ebene hat der FEP-Vorstand beschlossen, eine neue Kommunikationskampagne zu starten, die an die Real Wood-Initiative anschließt und sie weiterentwickelt. **Kernbotschaft der neuen Aktivitäten ist der unmittelbare positive Effekt von Parkett auf das Klima**, nämlich dass und wieviel CO₂ mit Parkett eingespart wird.

Dies wird vermittelt durch:

- einen **emotionalen Videoclip** in drei Versionen - 6, 36 und 45 Sekunden - für Social Media, der zugleich hinführt zu
- einem **interaktiven Rechner**, der die Menge an CO₂ angibt, die sich durch das Verlegen von Parkett einsparen lässt. Diese Menge wird verglichen mit dem CO₂-Ausstoß von Heizung, Transport, Lebensmittel, Wasserverbrauch etc. und
- einer **neuen Website**, die alle Pluspunkte und positiven Eigenschaften von Parkett erläutert und die bisherige Real Wood-Website (www.realwood.eu) ersetzt.

Video, Rechner und Website sind zunächst in **Deutsch, Englisch und Französisch gehalten**, weitere Sprachen sollen später hinzukommen. Um zu evaluieren, ob diese Mediastrategie wie geplant funktioniert, gibt es eine zweimonatige Pilotphase in Deutschland und Frankreich von Ende 2020 bis Februar 2021 mit allen Kontaktpunkten von Facebook über Youtube bis hin zur Google-Suche. Der FEP-Vorstand hat deutsche und französische FEP-Mitglieder eingeladen, die ersten Schritte des neuen Projekts zu unterstützen.

In Deutschland haben sich der **VDP, Meisterwerke, Blackforest Woodfloors und ter Hürne** dem Vorstand (Bauwerk-Boen, Berry Alloc, Haro, Kährs, MH-Parkett, Scheucher, Stile, Tarkett) angeschlossen, in Frankreich **Parquetfrançais.org, Centre Bois Massif, Chêne de l'Est und Panaget**.

Auf Grundlage der Ergebnisse der Pilotphase wird die FEP die Kampagne im Laufe des Jahres 2021 auf weitere europäische Märkte ausweiten. **Alle FEP-Mitglieder sind eingeladen, die Mediapläne für die Märkte, auf denen sie aktiv sind, mitzutragen**. Gemeinsam mit ihnen will die FEP die Endverbraucher davon überzeugen, welche Vorteile und welchen Nutzen sie aus der Wahl für Parkett ziehen.

Der Videoclip in deutscher Sprache ist unter folgendem Link zu sehen: <https://youtu.be/q1vy7ctv54l>.



TRUE COLOURS EDITION

by Gesa Hansen

Die neuen Farbtöne Nuvola und Roccia ergänzen die bisherigen Erdtöne mit einem zeitgemässen Grau. Erfahren Sie mehr unter www.bauwerk-parkett.com

BAUWERK®
Parkett

Die Branche im Interview 2020



Dr. Hans-Jürgen Harnis



CLASSEN-GRUPPE



Klaus Brammertz




BAUWERK BOEN GROUP



Stefan Neubereit




PALLMANN



Lothar Zipse

† 12.06.2020



LOTHAR ZIPSE



Franz Neuhöfer



FN NEUHOFER



Thomas Cordes



AMORIM DEUTSCHLAND

Special Neuheiten 2021

BAUWERK

True Colours Edition – Farbexpertise trifft auf Parkett-Know-how

Mit der „True Colours Edition“ hat Bauwerk Anfang 2020 eine besondere Kollektion im Rahmen seiner Villapark-Linie aufgelegt, die von dem Know-how der Schweizer Parkettmacher und der Farbexpertise der holzaffinen Möbel- und Interiordesignerin Gesa Hansen lebt. „Die Idee war, die Seele des Holzes zu zeigen, die Authentizität des natürlichen Materials zu verstärken“, sagt die Deutsch-Dänin, die in Frankreich lebt und heute ihr eigenes Studio und Label führt, nachdem sie jahrelang für renommierte Adressen wie Jean Nouvel arbeitete.

Hansen liebt die Arbeit mit Holz, dessen Textur, Duft, feine Nuancen und originäre Natürlichkeit. Und Bauwerk konnte ihre Vorstellungen kongenial umsetzen: In fünf einzigartigen, speziell entwickelten Farbtönen, die dank eines raffinierten, mehrschichtigen Auftrags in den Poren und an der Oberfläche, der „Next“-Farbtechnologie, eine intensive Tiefenwirkung entfalten. Die Maserung der Eichenböden wird betont und wirkt noch dreidimensionaler, ausdrucksvoller als bei unbehandeltem Holz.



Die Oberfläche des 2-Schicht-Parketts besteht aus Eiche aus nachhaltiger Forstwirtschaft. True Colours Edition Eiche Nuvola



Die großzügigen Landhausdielen sind mit Nut und Feder versehen und werden vollflächig geklebt. True Colours Edition Eiche angeräuchert Canneto.

Neben den ersten drei Farbtönen – Eiche angeräuchert Canneto, ein sonniges Beige, Eiche angeräuchert Terra, ein warmer Brauntönen und Eiche geräuchert Lava, tiefes, warmes Zartbitter – sind nun zwei neue zeitgemäße Grauschattierungen hinzugekommen: Eiche Nuvola und Eiche Roccia. Nuvola ist ein helles, leichtes Nebelgrau, Roccia etwas dunkler, ruhig und elegant.

Die Oberfläche der großzügigen 2-Schicht-Landhausdielen (Villapark-Format 2.100 x 190 mm) mit HDF-Trägerplatte ist gebürstet und naturgeölt. Das Eichenholz für die 2,5 mm-Nutzschicht stammt aus nachhaltiger Forstwirtschaft. Als Cradle to Cradle-zertifizierter Hersteller bietet Bauwerk zudem die Garantie, dass bei diesen Produkten keine bedenklichen flüchtigen organischen Verbindungen eingebaut sind. „Unser Parkett gibt keinerlei schädliche Stoffe an die Raumluft ab, sondern sorgt im Gegenteil für ein gutes Raumklima, ist wohngesund und trägt zum persönlichen Wohlbefinden im Innenraum bei“, betonen die Schweizer. Die mit Nut und Feder versehenen Landhausdielen werden vollflächig geklebt.



Holzaffin, international renommiert, begibt: Die deutsch-dänische Möbel- und Interiordesignerin und Farbexpertin Gesa Hansen.



Die Sonderedition „True Colours“ umfasst fünf feinsinnige Farbtöne, die durch eine spezielle Auftragstechnologie dreidimensionale Tiefenwirkung entfalten. Hier der neue elegante Grau-Ton Eiche Roccia.



Die Oberflächen sind gebürstet und naturgeölt, was ihre natürliche Ausstrahlung verstärkt. True Colours Edition Eiche angeräuchert Terra



Hommage an die Natur: Textur, Maserung und Farbspiel des Holzes werden betont. Eiche geräuchert Lava.