



Selbstfindung

Der Fachverband der elastischen Bodenbelagshersteller FEB zog im fünften Bestehensjahr eine erste Bilanz und definiert seine Ziele

Text und Fotos: Jens Lehmann

Als im Jahr 2002 elf Anbieter elastischer Objekt-Bodenbeläge den Fachverband der elastischen Bodenbelagshersteller, FEB, gründeten, befand sich die Gattung der PVC-Böden auf einer beispiellosen Talfahrt. In nur fünf Jahren war der deutsche PVC-Absatz um rund ein Viertel eingebrochen. Imageprobleme des Kunststoffbelags und die anhaltende Flaute am Bau wurden als Verursacher ausgemacht und sich ein aktives Gegensteuern auf die (Verbands-) Fahne geschrieben. Bei einem ersten öffentlichen Auftritt im Rahmen der Domotex 2003 verkündete der Vorsitzende des FEB Ivo Schintz (Tarkett), dass es sich der neue Fachverband zur Aufgabe gemacht habe, Themen wie den Umweltschutz, Interpretationen von technischen Daten und Tests sowie Beurteilung von Markttrends zu erörtern und transparent zu machen. Auch um die weitere Imageverbesserung von elastischen Bodenbelägen bei den Absatzmittlern und Nutzern wollte man sich bemühen.

Im fünften Jahr nach der Gründung hat sich das Bild kaum verändert: Die PVC-Absatzmenge im deutschen Markt



Der Vorsitzende des FEB Ivo Schintz (Tarkett) zeigte sich zuversichtlich



Mitte März lud der FEB zum Pressegespräch nach Frankfurt. Fast alle Mitgliedsunternehmen waren personell vertreten

konnte bis heute nicht an „alte Zeiten“ anknüpfen, während Linoleum seinen Marktanteil gehalten hat, legten PVC-Designbeläge sogar kontinuierlich zu. Auch das Image des PVC-Bodens beim Konsumenten verbesserte sich nicht nachhaltig. Die Arbeit des FEB fand überwiegend im Verborgenen statt, von Transparenz war bis dato wenig zu spüren.

Dass der Selbstfindungsprozess abgeschlossen sei, verkündete der FEB-Vorstand Ivo Schintz anlässlich eines Pressegesprächs im März. Einen ersten Schritt in Richtung verbesserter Öffentlichkeitsarbeit wird die Freischaltung der neuen FEB-Homepage (www.feb-ev.com) sein. Schintz: „Wir schaffen hier mehr Transparenz und mehr Vertrauen.“ In der brancheninternen Kommunikation soll unter anderem eine Statistik über Produkt- und Verarbeitungsqualität bei den Schnittstellen zur Klebstoffindustrie oder den Fachverlegern mehr Qualität im gesamten Systemaufbau bringen. Die Einführung generalisierter Klebstoffempfehlungen und Klebstoffstandards nach DIN 14259 (Klebstoffe für Bodenbeläge) der FEB-Mitglieder ist ein erster Schritt. Erste Erkenntnisse liegen auch für ein internes Logistik-Projekt vor, bei dem die Mitglieder die Leistungsfähigkeit ihrer Spediti-

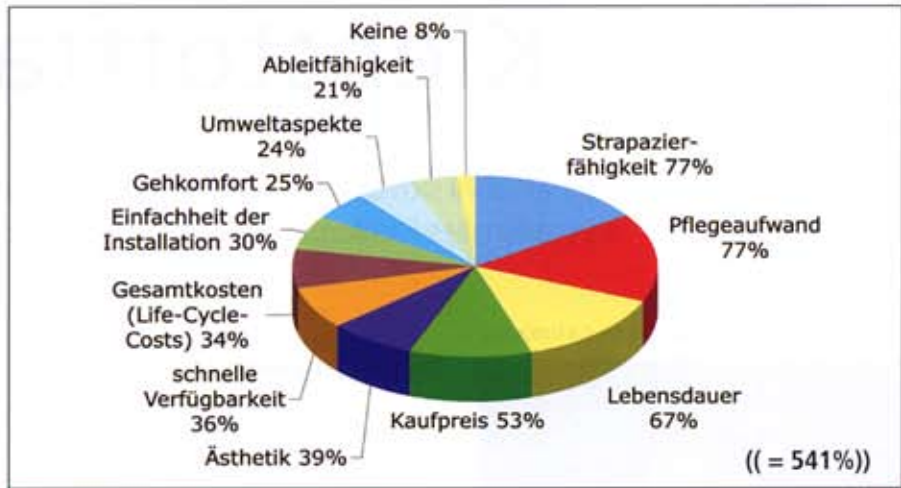
onen untereinander abgleichen, um hier effektiver und sicher auch kostengünstiger zu wirtschaften. „Logistik ist einer der wichtigsten Faktoren in der gesamten Wertschöpfungskette“, so Schintz.

Mittelfristig will sich der FEB unter anderem mit Themen wie umweltverträglichen Lösungen, Recycling-Möglichkeiten oder Minimierung des Pflegeaufwands befassen. „Auch die schnellere geruchsfreie Verlegung ist ein Thema, auf das wir antworten müssen“, sagte Schintz und deutete an, dass man in zehn Jahren vielleicht auch über eine klebstofffreie Verlegung reden müsse. Auch der demografischen Entwicklung will man unter anderem mit direkter Zielgruppenansprache begegnen sowie mit spezifischen Produkten und Leistungen.

Für 2007 stehen die CE-Kennzeichnung der Produkte, das Logistikprogramm und eine Belagsfibel im Fokus. Letztere stellte Uwe Viebrock (FEB-PR) als druckfrischen Entwurf vor. Unter dem Titel „Explorer“ soll noch bis Ende dieses Jahres eine Art Lexikon für die FEB-Kunden entstehen, in dem elastische Bodenbeläge positiv und professionell unter technischen, aber auch unter einem Qualitäts- und Designaspekt vorgestellt werden.



Thekla Merchert, Ducker Research Europe stellte eine Imagestudie vor



77 Prozent der Befragten sehen die Strapazierfähigkeit und den Pflegeaufwand als vorrangige Entscheidungskriterien für elastische Bodenbeläge

Imagestudie

Zur Bestimmung der Position elastischer Bodenbeläge im deutschen Markt und deren Stellenwert beim Entscheider beauftragte der FEB eine „Zufriedenheits-



Unter dem Titel „Explorer“ soll noch bis Ende dieses Jahres eine Imagebrochure für die FEB-Kunden entstehen

und Imagestudie“ beim renommierten Marktforschungsinstitut Ducker Research Europe. Thekla Merchert von Berliner Büro des amerikanischen Unternehmens stellte Auszüge der Untersuchung vor. Je 36 Architekten, Bauherren und Großhändler sowie 34 Verleger wurden zu unterschiedlichsten Themen befragt und die Antworten ausgewertet. Bei den drei relevantesten Entscheidungskriterien Strapazierfähigkeit, Reinigungs- und Pflegeaufwand und Lebensdauer werden elastische Bodenbeläge gut bis sehr gut bewertet, Umweltaspekte werden hingegen befriedigend beurteilt. Interessant ist, dass Architekten die „Einfachheit der Installation“ eher als gut bis sehr gut bezeichnen, die Verleger hingegen den Umgang mit PVC eher als befriedigend einstufen. Ebenso weit auseinander liegen die beiden Gruppen

bei der Beurteilung der Umweltaspekte. Während die Verleger PVC nur als schwach befriedigend einstufen, attestieren die Architekten der Belagsgruppe gute Umwelteigenschaften.

Mit dem Informationsangebot über elastische Bodenbeläge sind die Befragten weitestgehend zufrieden, wobei sich auch hier die Architekten besser versorgt sehen als die Verleger.

Die Gesamt-Zufriedenheit mit der Leistung von Anbietern elastischer Bodenbeläge wird mit „gut“ bewertet. Während Produktqualität, Preis-/Leistungsverhältnis, Liefertreue und Servicefreundlichkeit/Kulanz ebenfalls ein „gut“ bekommen, sehen die Befragten bei Sortimentsvielfalt, anwendungstechnischer Beratung, Beratungs-

leistung, Innovation und Verkaufsunterlagen noch Steigerungsbedarf.

Neben der allgemeinen Status quo-Abfrage konnte sich jedes FEB-Mitglied auch relativ zur Gesamtheit beurteilen lassen. Martin Thewes (Forbo): Wir haben hier schon einige Dinge rausgezogen, die uns weiterbringen.“ Ivo Schintz: „Wir wollten wissen, wie wir wahrgenommen werden, wo wir ansetzen müssen, wo kritische Schwachstellen sind. Und das konnten wir aus dieser Abfrage ersehen.“ Gerhard Hausegger (Gerflor), der das Projekt für den FEB leitete: „Ein Thema für die Zukunft ist auch die Verarbeitungsproblematik der Produkte, die immer wieder im Raum und in der öffentlichen Diskussion steht. Es gibt eine Menge Leute, die sich wünschen würden, Sie hätten ein Produkt, das einfacher, vielleicht leimlos zu verlegen ist.“

Produktkategorie	Deutschland	Österreich	Schweiz
Linoleum	↗	↗	↘
PVC-Beläge homogen	→	→	→
PVC-Beläge heterogen	↘	↓	↘
PVC-Gestaltungsbeläge	↑	↘	→
Beläge aus anderen Kunststoffen	↑	↗	↑
Summe (in % zum Vorjahr)	2,7	- 2,8	-7,8

Entwicklung der Bodenbelagsarten aus dem Angebotsspektrum der FEB-Mitglieder im Vergleich 2006 zu 2005