

## Domotex Hannover

# Impulse und Akzente

Branchentreffpunkt Domotex in Hannover: Rund 40.000 Besucher informierten sich auf der internationalen Leitmesse für Teppiche und Bodenbeläge über das Angebot von fast 1.400 Ausstellern aus 70 Ländern. Zu sehen waren die Trends der Saison 2010/11.

„Stabile Ausstellerzahlen, ein Plus von zwölf Prozent bei den Besuchern – damit haben wir trotz der schwierigen konjunkturellen Rahmenbedingungen das Niveau des Vorjahres übertroffen“, sagt Stephan Ph. Kühne, Vorstandsmitglied der Deutschen Messe AG in Hannover. Die Domotex habe richtungweisende Impulse gegeben und Orientierung für das kommende Geschäftsjahr geboten. 1.395 Aussteller bereicherten die weltgrößte Teppichmesse mit unzähligen kleinen und großen Neuheiten. Stellvertretend dafür sollen hier drei Teppichbodenhersteller und deren Ideen aufgegriffen sein.

### Exklusive Teppichideen sorgen für Atmosphäre

Infloor hat sich dem Gedanken verpflichtet, Räumen mit exklusiven Teppichideen atmosphärische Ausstrahlung zu verleihen. Langjähriges Know-how macht das Unternehmen zu einem europaweit renommierten Betrieb. Am Anfang standen drei Mitarbeiter und eine Tuftingmaschine. Heute arbeiten 100 Beschäftigte im Unternehmen. Laut Axel Kukielski, Gesamtverkaufsleitung, will Infloor die Preise im Jahr 2010 – trotz Aufwertung der Produkte – halten. Dies in der Überzeugung, dass sich Qualität durchsetzt.

Die Infloor-Kollektion „Impulse“ begrüßt mit einer neuen Auflage. Faszinierend, exklusiv-kunstvoll getuftet, strapazierfähig und individuell gestaltet ist sie zugleich eine Einladung zur souveränen Entfaltung persönlichen Stils – und zum Begehen wie gemacht.

Zur Wahl stehen 180 Farben und unterschiedliche Decken. Ab 70 m<sup>2</sup> realisiert Infloor auf einer computergesteuerten Druckanlage fast jeden Musterwunsch. Mit den abgepassten Qualitäten Culti & Cool ermöglicht das Unternehmen, Raumakzente zu setzen.

### Umweltengel für Web- und Tuftingprodukte

Höchste Qualitätsmerkmale bilden seit mehr als einem halben Jahrhundert die Grundlage für den Weg der Marke Girlool. Als erster Teppichbodenhersteller hat das Unternehmen für seine Web- und Tuftingprodukte den „Blauen Umweltengel“ erhalten. Das Siegel belegt, dass die Webartikel Hochflor, Standard, Samtflor, Extraflor, Santa, Girnova und Projektflor emissionsarm sind und somit die hohen Umweltauflagen des „Blauen Engel“ erfüllen. Aber auch alle Tuftingprodukte mit „EasyTex“-Ausrüstung (Fliese und Bahnenware in gleicher Gesamtstärke – vornehmlich für den Objektbereich) dürfen sich ab sofort mit dem Logo „Blauer Engel“ schmücken. Nach jahrelanger Entwicklungsarbeit ist man bei Girlool besonders stolz, seinen Produkten neue Absatzmöglichkeiten im Objekt- und Wohnbereich zu eröffnen. „Unser Ziel war es immer, Bodenbeläge zu entwickeln, die nicht nur für die Optik höchste Maßstäbe erfüllen, sondern auch gesundheitlich absolut unbedenklich sind“, sagen die Geschäftsführer Ulrich Dresing und Stefanie Ritterbach über die Motivation des Traditionsunternehmens. „Wir sind der festen Überzeugung, dass das Arbeitsumfeld



Rund 40.000 Besucher informierten sich auf der Domotex in Hannover über die Teppich- und Bodenbelagrends der Saison 2010/11.



Der Messestand von Girlool. Das Unternehmen hat für seine Web- und Tuftingprodukte den „Blauen Umweltengel“ erhalten.

Bilder: Geißler



## Fachgespräche am Messestand

# Werterhalt hoch im Kurs

40 Jahre Pionierarbeit im Bereich der Pflege von Bodenbelägen liegen hinter der Paul Geißler GmbH. Zugleich sind die Inhaber Paul und Doris Geißler Gründer des Arbeitskreises Anwendungstechnik bei der Fachgemeinschaft Deutscher Teppichbodenreiniger (AWT/FDT-Arbeitskreis). Der Messestand des Unternehmens ist deshalb ein Anlaufpunkt auch für herstellerübergreifende Treffen und fachlichen Austausch.

„Werterhaltenden Maßnahmen kommt immer dann besondere Beachtung zu, wenn verantwortungsvoll gewirtschaftet werden muss“, meint Paul Geißler. In diesem Jahr habe er auf der Domotex vermehrt Architekten und Bauleiter beraten, die zum Beispiel Renovationsobjekte betreuen. Viele Besucher informierten sich zudem über den

Teppichbodeneinkauf unter reinigungstechnischen Gesichtspunkten.

„Unser Erfolg ist nicht in unmittelbaren Abschlüssen, sondern am Zulauf von Fachleuten und deren guten Fragen messbar“, sagt Geißler. Ein Teppichboden könne sein Versprechen an Qualität nur halten, wenn er von Anfang an richtig und professionell gepflegt werde. „Je mehr dies verinnerlicht ist, desto intensiver können wir den Einkäufer in weiter relevanten Themen unterstützen.“

Doris Geißler ergänzt: „Wie bei jeder Anschaffung ist es auch beim Textilbelag erforderlich, alle Objektkoordinaten zu berücksichtigen, bevor man die Investition tätigt.“ Wer uninformiert ans Werk gehe, handle fahrlässig – soll doch der Teppichboden lange funktionieren. Wichtig seien



Setzen sich für die werterhaltende Pflegereinigung textiler Bodenbeläge ein: Doris und Paul Geißler.

Bild: Geißler

auch Überlegungen, ob das Reinigungsverfahren mit den Gegebenheiten vor Ort harmonisiert oder ob sich eine Verschwendung von Ressourcen in der Reinigung durch alternative Oberflächenwahl vermeiden lässt. „Die Objektnutzer beginnen, ihren unternehmensinternen Umwelitleitlinien auch in diesem Segment Beachtung zu schenken“, sagt Doris Geißler.

und die privaten Räumlichkeiten einen ganz entscheidenden Einfluss auf unsere Leistungen haben und die Lebensqualität durch einen hervorragenden Teppichboden gesteigert werden kann.“

Um den Wünschen der Kunden Rechnung zu tragen, hat Girlooln aktuell mit den Linien „Girnova Design“ und „Girnova Color“ eine Antwort entwickelt. „Girnova Design“ ist für den anspruchsvollen Kunden gedacht, der die Vorzüge eines hochwertigen Webvelours zu schätzen weiß. „Girnova Color“ besticht als hochfeiner Velours durch Musterfeinheit und extreme Flordichte. Das Unternehmen erfüllt ab einer Fläche von 100 m<sup>2</sup> mit der Chromojettechnologie

nahezu jeden Musterwunsch – sogar auf Schlinge. Girlooln ist der einzige Hersteller von 2-m-Schaftwebware.

Auf der Domotex wurde auch das Ergebnis der Entwicklungsarbeit von Anker präsentiert: Teppichboden mit Thermogravur. Dafür verantwortlich zeichnen Gerd Hoffes (technischer Leiter/Mitglied der Geschäftsführung) und Ines Binders (Chefentwicklerin). In Kürze geht Anker in die Veröffentlichung dieser Novität, die Raum für Individualismus pur ab einer angedeuteten Mindestmenge von 50 m<sup>2</sup> lässt.

Paul Geißler | [heike.holland@holzmannverlag.de](mailto:heike.holland@holzmannverlag.de)

### Domotex: Pflichttermin und internationale Plattform

Die Domotex startete vor gut 20 Jahren als internationale Plattform für eine schon damals bedeutende Branche. 531 Hersteller industriell gefertigter Bodenbeläge sowie handgewebter und -geknüpfter Teppiche zählte die Deutsche Messe AG bei der Premiere im Jahr 1989. Die Resonanz war mit 15.000 Fachbesuchern deutlich höher als erwartet.

Anlass für die neue Messe war der Ausschluss der Orientteppich-Anbieter von der Frankfurter Heimtextilmesse. Sie sollten zunächst an der Bodenbelagmesse „Format“ im April 1989 teilnehmen, doch das war den Teppichanbietern zu spät. Die Deutsche Messe in Hannover rief deshalb die „Internationale Fachmesse für Teppiche und Teppichböden“ ins Leben. Die heutige Domotex wurde schnell zu einem jährlichen Pflichttermin der Teppich- und Bodenbelagbranche. Besonderes Kennzeichen der Messe war und ist die Internationalität: 80 Prozent der Aussteller und 60 Prozent der Besucher kommen aus dem Ausland.

Seit der Premiere hat sich die Zahl der Aussteller und Besucher fast verdreifacht. Hersteller, Großhändler, Designer und Verbände zeigen Teppiche, textile und elastische Bodenbeläge, Parkett, Laminat, keramische Fliesen sowie Produkte der Anwendungs-, Pflege- und Verlegetechniken.

Zahlreiche Sonderveranstaltungen ergänzen das Produktangebot: Vortragsreihen vertiefen aktuelle Themen, neue Präsentationsformen werden gezeigt, Anregungen für die Praxis geboten, neue Ideen geliefert, internationale Architekturprojekte erläutert und Einrichtungstrends aufgezeigt. Die Veranstaltungen werden in Zusammenarbeit mit Ausstellern und Branchenorganisationen realisiert. Zur Domotex gehört inzwischen auch die „Contractworld“. Die Verknüpfung von Ausstellung, Kongress und Architekturpreis richtet sich vor allem an Architekten und Innenarchitekten.

Die nächste Domotex öffnet vom 15. bis 18. Januar 2011 ihre Hallen.