

FORBO FLOORING

DER PANDEMIE GETROTZT

Interview: Jens Lehmann, Fotos: Forbo, RZ

Forbo Flooring ist nicht nur Weltmarktführer mit Linoleum und wegweisend in der Bodenbelags-Entwicklung, sondern auch vorausschauend im Umgang mit Ressourcen. Jens Puda, Marketing Manager DACH, berichtet im Interview über Zukunftspläne und die Herausforderungen der Gegenwart.

Jens Puda, Marketing Manager DACH Forbo Flooring, im Gespräch mit RZ-Redakteur Jens Lehmann.



Die „Flotex Planks“-Kollektionen bedienen den Trend nach modularen Bodenbelägen mit einem attraktiven Angebot im Plankenformat in über 120 Farbstellungen – auch Digitaldruck wird angeboten.



Herr Puda, offiziell ist die Pandemie in Deutschland noch nicht beendet, aber im täglichen Leben haben wir uns scheinbar gut mit den Einschränkungen arrangiert. Wie haben sich die vergangenen zwei Jahre für Forbo dargestellt und welche Veränderungen haben sie gebracht?

JENS PUDA: Rückblickend muss man sagen, dass wir nach dem ersten Schock schnell wieder in den Tritt gekommen sind und auch unsere Kunden konnten das Alltagsgeschäft zügig wieder hochfahren. Die stabile Marktentwicklung in 2020 und 2021 hat gezeigt, dass wir der Pandemie in Deutschland trotzen konnten. Der Wegfall von Messen und Live-Veranstaltungen sowie die teilweise ein-

geschränkte Außendiensttätigkeit haben bei uns die digitale Kundenkommunikation vorangetrieben: Sicher ein positiver Effekt, von dem wir auch in Zukunft profitieren werden.

Forbo wird doch aber wieder auf Messen präsent sein?

Aber natürlich. Der direkte Kundenkontakt ist für eine vertrauensvolle Geschäftsbeziehung unumgänglich. Wir haben bereits frühzeitig wieder den Weg zum Kunden gesucht und beispielsweise eine erfolgreiche Roadshow veranstaltet, auch kleinere Messen wie die Architect@Work oder die Suisse Floor besucht. Auch 2023 stehen zahlreiche Live-Termine auf dem Plan.

Sind Messetermine wichtige Fixpunkte für Sie, wenn es um die Präsentation von Neuheiten geht?

Eigentlich nicht. Wir haben in den letzten beiden Jahren regelmäßig neue Produkte vorgestellt, beispielsweise „Flotex Planks“ in hochauflösender Digitaldrucktechnik, neue leitfähige Spezialbeläge wie „Sphera SD | EC“, die Kollektions-Updates von „Colorex“, „Sphera“, Nadelvlies und „Marmoleum Striato“ sowie natürlich die neue Linoleumbooberfläche „Topshield Pro“. Unser Entwicklungsprozess ist ja fortlaufend und nicht an Messetermine gekoppelt. Für das kommende Frühjahr stehen ebenfalls Premieren an, unter anderem wieder bei Linoleum, aber noch ist es zu früh, um



Der neue Oberflächenschutz „Topshield Pro“ ist hoch strapazierfähig, fleckbeständig und einfach zu reinigen. Er macht Linoleum von Forbo noch nachhaltiger.



Der homogene Vinylbelag „Sphera Element“ wird in 52 Farbstellungen angeboten. In der leitfähigen Ausführung „Sphera SD | EC“ ist er ideal für die Anwendung im Gesundheitswesen, Labor- und ESD-Bereich geeignet.



50 Jahre Erfahrung in der Herstellung von Nadelvlies-Belägen garantieren eine verlässliche Qualität. Hohe Strapazierfähigkeit und ein ganzheitliches Farbkonzept zeichnen die Forbo-Textilbeläge aus.

darüber zu berichten. Es wird aber definitiv ein paar Highlights geben.

Die aktuelle Branchenkommunikation dreht sich derzeit fast nur noch um das Thema Nachhaltigkeit, man könnte den Eindruck gewinnen, dass die Produkte in den Hintergrund treten müssen?

Wir müssen alle unseren Beitrag zum Klimaschutz leisten und das nicht erst seit heute. Forbo produziert seit über 150 Jahren Linoleum aus überwiegend nachwachsenden Rohstoffen und schon seit Langem mit erneuerbarer Energie. Dass dies heute unter dem Oberbegriff Nachhaltigkeit eine ganz neue Bedeutung bekommt, ist gut, soll aber nicht den Blick auf das Wesentli-

che verstellen: Forbo entwickelt, produziert und verkauft Bodenbeläge, die zeitgemäße funktionale und ästhetische Eigenschaften erfüllen müssen, damit Ihre Leser, unsere Kunden, Geld damit verdienen können. Dazu gehört zwangsläufig, dass sie eine möglichst gute Ökobilanz haben – von der Herstellung über den Einbau und die Nutzung bis hin zum Rückbau. Und hier lernen wir alle täglich dazu: So stellen beispielsweise lose verlegbare Böden heute in vielen Einsatzbereichen eine sinnvolle Alternative zur vollflächigen Klebung dar oder macht eine Kreislaufwirtschaft bei einigen Produkten mehr Sinn als ein klassisches Recycling. Die Herausforderung, den immer höher wer-

denden Ansprüchen an Bauprodukten gerecht zu werden, treibt die Forbo-Entwicklungsteams an, zeitgemäße nachhaltige Bodenbeläge zu entwickeln.

Aktuell scheint Russlands Krieg gegen die Ukraine uns alle länger und stärker zu belasten als die Corona-Pandemie. Welche Folgen sehen Sie für unsere Branche?

Es bleibt zu hoffen, dass dem Leid in der Ukraine schnell ein Ende bereitet wird. Hiervon hängt ab, wie sich unsere Wirtschaft und damit unsere Branche entwickelt. Für 2023 sehen wir gute Chancen, bereits geplante Objekte noch umzusetzen und einige neue Projekte anschieben zu können. Wir sind sicher alle gut damit beraten, uns auf unsere Stärken zu konzentrieren, um auch aus dieser Krise unbeschadet hervorzugehen.

Vielen Dank für das Gespräch.



Neugierig geworden?
Alles zum Thema Nachhaltigkeit und zu den neuen Produkten ist hier verlinkt.