



Auch am »Domotex«-Messestand von Dickson-Constant waren Fliesenlooks die Highlights.

zent silbern glänzen und dem Boden damit eine außergewöhnliche Tiefe verleihen. »Be natural« erinnert an organische Ma-

ummantelten Polyesterfäden realisieren lassen, zeigte der französische Textilhersteller nach dreijähriger »Domotex«-Pause in Hannover. Daneben waren die neuesten Kollektionsvarianten, etwa die aktuellen Fliesenformate wie Planken, Diamonds und Hexagon und die damit verbundenen Farb- und Lichtspiele, Bestandteil der Präsentation. Auch die Farbeffekte beziehungsweise das Farbspiel der neuen Produktreihen »Be Tweed« und »Be Optic« standen im Fokus. Während »Be Tweed« eleganten Chic verbreitet, spielt »Be Optic« charmant mit dem einfallenden Licht der Umgebung. Weitere Hingucker waren die XL-Planken und XL-Fliesen. Für alle Wohnlagen flexibel einsetzbar, ist »Flooring« nicht nur als klassische Rollenware, sondern auch in den verschiedensten Fliesenformaten erhältlich. 50 x 50 cm groß sind die Standardfliesen, die vielfältige Mustervarianten zulassen. Auch die 200 cm breite und 25 Meter lange Bahnenware verspricht Abwechslung. Die Linie »Be different« wirkt eher maskulin-grob, »Be smart« sorgt dank zweifarbiger Webfäden für lebendige Effekte. »Be easy« besteht aus sogenannten »Faux-Unis«, also melierten Uni-Tönen, deren eingewebte transluzente Fäden je nach Blickwinkel und Lichteinfall de-

materialien wie Sisal, Schilf oder Papyrus. Doch nicht nur in Sachen Optik ist bei »Flooring« einiges zu entdecken. Denn der Bodenbelag bringt starke funktionelle Eigenschaften mit. Innen und außen ist »Flooring« besonders widerstandsfähig, rutschfest und pflegeleicht. So kommt die Dickson-Kollektion in Hotels oder Restaurants und überall dort zum Einsatz, wo attraktive und zugleich strapazierfähige Kreationen gefragt sind. Das für seine Brandschutzqualitäten nach der EU-Norm 13501-1 und der US-Norm ASTM E 648 getestete und zertifizierte Material bewahrt auch unter dauerhafter Sonneneinstrahlung seine ursprünglichen Farben. Zudem verfügt die Dickson-



Lynn van de Wiele, »AW Academy«-Manager, und Erik Deporte, Managing Director der Associated Weavers Europe NV, an ihrem »Domotex«-Stand

Kollektion sowohl über das Öko-Tex-100-Label als auch das Floorscore-Zertifikat, das Bodenbeläge mit niedrigem Gehalt an flüchtigen organischen Verbindungen (VOC) auszeichnet.

Die Welt von Associated Weavers

Associated Weavers (AW) zeigte auf der »Domotex« seine innovative Seite. In der »AW Black Box«, einem 360-Grad-Kino, konnte das Publikum die verschiedenen Themenschwerpunkte des Teppichbodenherstellers im Bewegtbild erleben. Zunächst waren dies die beiden Hauptkollektionen »Sensualité« und »Invictus«, daneben aber auch die fünf Stilwelten der Kollektion »My Life Story« (»Citylife«, »Sweetlife«, »Simplelife«, »Worldlife« und »Classiclif«), die dem Verbraucher helfen sollen, seine Vorlieben und Bedürfnisse zu erkennen und so die am meisten geeignete Teppichqualität für sich zu finden. Möglich ist dies auch über die Homepage carpetyourlife.com. Ein weiteres Thema am AW-Stand war das Shop-in-Shop-Konzept »Awesome²«, mit dessen Hilfe die Kunden schnell und einfach den Teppich auswählen, der optimal zu ihrem Geschmack und Lebensstil passt. Die

kompakte Lösung beinhaltet auch den »Carpet Advisor«, eine interaktive App, mit der Verkäufer ihren Kunden ebenfalls zur richtigen Wahl verhelfen. Teil der Präsentation war darüber hinaus die »AW Academy« zur Qualifizierung und Fortbildung des Verkaufspersonals, die interaktive Kurse, Hintergrundwissen – beispielsweise über die Entstehung eines Teppichbodens –, Grundkenntnisse und Fabrikführungen beinhaltet. Gedacht ist das Ganze zur besseren Ausschöpfung des Verkaufspotenzials der Produkte.

Condor Group führt »Stainmaster« in Europa ein

In diesem Jahr wird Condor Carpets verschiedene neue Produkte innerhalb der »Intenza«-Linie einführen, die 2016 ihr Debüt auf dem Markt gab. »Intenza« umfasst sehr weiche und qualitativ hochwertige Teppichböden. Aber auch die Qualitäten der Marken »Contract« und »Domestic« werden erweitert, und zwar mit trendigen und zeitgemäßen Farben. In Hannover lag ein Hauptaugenmerk auf der Einführung der US-Marke »Stainmaster« auf dem europäischen Markt. Zunächst werden es vier Produkte in modernen Farben und zeitgenössischen Designs sein. Alle »Stainmaster«-Produkte für den europäischen Markt werden bei Condor Carpets im niederländischen Hasselt produziert. Kunden, die sich einen luxuriös weichen und dabei strapazierfähigen sowie langlebigen textilen Bodenbelag wünschen, bieten die »Stainmaster«-Qualitäten komfortable Lösungen. Dank der hochgedrehten gekräuselten Endlosfasern überzeugen die Veloure mit einem voluminösen und dichten Oberflächenbild. Sie widerstehen Schmutz, sind unempfindlich gegen Nahrungsmittel- und Geträndeflecken und sind für eine



Jan Hoekman, Marketing Manager bei Condor Carpets, erklärte die Vorzüge von »Stainmaster«.

hohe Beanspruchung konzipiert. Die verwendete Faser macht sie außerdem druckfester und gegen Verfilzen unempfindlich. Der hohe Qualitätsmaßstab und die besonderen Gebrauchseigenschaften lassen den Teppichboden für lange Zeit sein gutes Aussehen und seinen Komfortwert behalten.



Die »Matrix«-Kollektion klammert die ersten loslegbaren Luxury-Vinyl-Böden der IVC Group.

IVC Group mit großer Produktauswahl

Seit mittlerweile 20 Jahren greift die IVC Group in den Markt ein, sie war sowohl in Hannover als auch in München mit ihren Marken vertreten. Bei »Moduleo« gab es Einblicke in die aktuellen Neuheiten des »Moods«-Angebots sowie die nächste Generation des »Impress«-Sortiments. Ein weiteres Highlight war das neue »Shop-in-Shop«-Showroom-Konzept, das im Laufe des Jahres 2017 in Europa eingeführt wird. Für »Leoline« wurde die »Woodlike«-Kollektion enthüllt, die einen neuen Standard für die Vinyl-Holz-Herstellung bietet. »Woodlike« soll die Messlatte für Vinyl im Wohnbereich höher legen, indem Schärfe, Glanz und Prägung dank »V-Groove«-Technologie gesteigert werden. Daneben wurde die neue »Wizzard«-Fußbodenkollektion eingeführt, die ein qualitativ hochwertiges Sortiment neuer Formate mit aufwendigen Mustern und einzigartigen Texturen bietet. Die Produktauswahl von »Itec« sprach auf beiden Messen gezielt Architekten, Produktberater und Vertragsnehmer an, um ihnen ein Sortiment funktionaler Böden in einer Vielzahl dekorativer

Muster bereitzustellen. Ein weiteres Thema war das markeneigene »Xtrafloor«-Zubehörangebot, das Sockelleisten und Klebebän-