

Anzeige – Heimtex
Ausgabe: 10/2019, Cover

BTH

C19060E

10/2019

Heimtex



Europas große Wirtschafts- und Handelszeitschrift für
Bodenbeläge, Tapeten, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz

INTERVIEW DES MONATS
Nils Rödenbeck, Geschäftsführer
Interface Deutschland: „Wir schaffen
einen greifbaren Mehrwert.“ Seite 28



Wiparquet

Der rote Faden

... ist grün — Seite 24



**Wiparquet-
Geschäftsführer
Christian Leopolder
verspricht sich vom
neuen Eco.Concept
für seine Kunden im
Fach- und Großhandel
mehr Aufmerksamkeit
in der Vermarktung
wohngesunder und
nachhaltiger Boden-
und Wandbeläge.**

Bei Wiparquet ist der rote Faden grün

Bei Laminatbodenhersteller Classen hat sich das 2016 eingeführte strategische Sortiment PVC-freier Boden- und Wandbeläge unter der Marke Wiparquet bewährt. Die neue Vermarktungs- und Kollektionsstrategie „Eco.Concept“ soll jetzt das Thema Nachhaltigkeit in den Fokus rücken.

Dr. Hans-Jürgen Hannig hätte den leichteren Weg nehmen können; der Unternehmer ist aber den schweren Weg gegangen: Vor rund acht Jahren entschied der Gründer und geschäftsführende Gesellschafter der Classen-Gruppe, in den Markt für Designbeläge einzusteigen und massiv zu investieren. Im Fokus: Die Marke Classen für den DIY-Vertrieb sowie die Marke Wiparquet der gleichnamigen Tochtergesellschaft für die Vermarktung im Fach- und Großhandel.

Aber Hannig baute weder ein LVT-Werk, wie es schon so viele Hersteller getan hatten, noch suchte er sich Produktionen in Asien, um einfach klassische, heterogene PVC-Designbeläge zu importieren, wie fast alle anderen Anbieter von Designbelägen es taten. Denn das war und ist gegen seine Überzeugung: „Ich sehe mich als Unternehmer in der Verantwortung für eine

umweltgerechte, ressourcenschonende Produktionsweise und in der Pflicht, den Markt mit schadstofffreien Produkten zu beliefern, die unsere Umwelt auch im Nachhinein nicht belasten“, erklärt der 79-Jährige bis heute seine Beweggründe und seine kategorische Ablehnung von chlorhaltigen Wand- und Bodenbelägen.

Die Entscheidung war seinerzeit ein genauso mutiger wie vorausschauender Schritt für das Unternehmen. Die Gruppe gehörte damals wie heute mit einer Produktionsmenge von aktuell rund 80 Mio. m² zu den größten, vollstufig integrierten Produzenten von Laminatböden weltweit. Designbeläge waren für den Hersteller also absolutes Neuland.

Vorausschauend war die strategische Entscheidung, weil sich die Designbeläge, die damals in der Regel



Dr. Hans-Jürgen Hannig hat die Classen-Gruppe vor mehr als 50 Jahren gegründet. Heute ist sie einer der größten Laminatbodenhersteller weltweit und setzt mit rund 1.400 Mitarbeitern mehr als 530 Mio. EUR um.



Florian Heinrich, Leiter Anwendungstechnik, Mareike Franzen aus dem Marketing und Marketingleiter Heinz-Dieter Gras führten durch das Werk in Kaisersesch, dessen Kapazität in 2020 von aktuell 6 auf 15 Mio. m² ausgebaut werden soll.

aus PVC bestanden und vollflächig verklebt wurden, bereits anschickten, das große Trendprodukt der gesamten Bodenbelagsbranche zu werden und Laminat massiv Marktanteile abzunehmen. Hans-Jürgen Hannig versuchte mit dem Schritt ein zweites strategisches Standbein für sein Unternehmen zu schaffen.

Techniker mussten neu denken

Der Weg zu diesem neuen Sortimentsteil ist dann für die Classen-Gruppe aber tatsächlich sehr beschwerlich geworden: Die Techniker und Entwickler konnten nicht einfach den ausgetretenen „PVC-Pfaden“ folgen; sie mussten neu denken, um „Neo“ zu entwickeln, den ersten PVC-freien Designbelag des Herstellers aus Kaisersesch, der auf der Domotex 2014 Premiere feierte. Das Wood-Plastic-Composite-Produkt (WPC) basierte auf Polypropylen-ummantelten Naturfasern.

Ein Jahr später musste das Produkt aus technischen Gründen wieder vom Markt genommen werden.

Ein schwerer Schlag für die Classen-Gruppe und ihren Gründer Hans-Jürgen Hannig. „Wir haben hier in der Gruppe aber die innere Überzeugung, dass PVC keine Zukunft hat“, erklärt Wiparquet-Geschäftsführer Christian Leopolder. Deswegen habe sich die Mannschaft zum damaligen Zeitpunkt nicht beirren und von ihrem Weg abbringen lassen. Man setzte sich mit einer in der Bodenbelagsindustrie vergleichsweise neuen Anlagentechnologie wie der Doppelbandpresse auseinander, brachte lebensmittelechtes Polypropylen mit Mineralien wie Steinmehl zusammen und meldete neue Patente an.

Auf der Domotex 2016 war es dann soweit: Die Gruppe stellte den selbst entwickelten Werkstoff Ceramin vor. Aus ihm bestehen seitdem die Träger für das neue →

Classen – Historie

- 1963** Gründung der Baues & Co. GmbH durch Dr. Hans-Jürgen Hannig
- 1967** Kauf von W. Classen in Düren
- 1992** Kauf eines Betriebsgrundstücks von Akzenta in Kaisersesch
- 2002** Start Laminatproduktion am Standort in Baruth, Berlin; bis heute modernstes Laminatwerk der Welt
- 2010** Als erster Laminatbodenhersteller setzt Classen QR-Codes ein
- 2013** Einführung des industriellen Digitaldruckverfahrens bei Laminat
- 2014** Markteinführung des WPC-Boden „Neo by Classen“
- 2015** Einführung des Designbodens „Neo 2.0“ und des mineralischen Werkstoffes Ceramin
- 2016** Einführung der Wand- und Bodenfliesen Ceramin Vario
- 2017** Alle Wand- und Bodenbeläge aus dem Hause Classen tragen den Blauen Engel
- 2019** Markteinführung „Eco.Vinyl“ (Wiparquet), erster PVC-freier Vinylboden mit dem Blauen Engel

Daten + Fakten

Wiparquet

Wiparquet GmbH
 Innenausbausysteme
 56759 Kaisersesch
 Tel.: 02653 / 9 80-0
 info@wiparquet.de
 www.wiparquet.de

Geschäftsführung:

Dr. Hans-Jürgen Hannig
 Tobias Hannig
 Christian Leopolder

Vertriebsleiter:

Christian Leopolder

Marketingleiter:

Heinz-Dieter Gras

Marketing:

Mareike Franzen

Leiter Anwendungstechnik:

Florian Heinrich

Leiterin

Dekorentwicklung:

Nicole Knospe

Außendienst D/A/CH: 15

Sortiment: Laminat- und PVC-freie Designbeläge für Boden und Wand

Vertriebskanäle:

Fach- und Großhandel, Kooperationen sowie Fachmärkte/Filialisten für Bodenbeläge, Holz und keramische Fliesen

Muttergesellschaft:

W. Classen GmbH & Co. KG, 56759 Kaisersesch

Gründungsjaar: 1963

Mitarbeiter 2017: 1.436

Umsatz 2018: 532,6 Mio. EUR, davon Laminatböden

420 Mio. EUR, PVC-freie Design- und Wandbeläge 80 Mio. EUR, Zubehör und sonstiges 32,6 Mio. EUR



Wiparquet

Code scannen für mehr Infos zum Unternehmen