

KORK BODEN - FORUM

Hier dreht sich alles um den Fachmann

Nur wer ein Produkt kennt, kann es fachgerecht verarbeiten und Kunden gut beraten

Neueste Erhebungen haben es wieder bestätigt: Wer in einen Bodenbelag investieren möchte, geht am liebsten in ein Fachgeschäft. Denn hier stimmt nicht nur die Qualität, sondern auch die Beratung.

„Nur wer weiß, welche Eigenschaften Kork hat, wie er gewonnen und zum WICANDERS Bodenbelag verarbeitet wird, kann gut beraten“, begründet Michael Thomas, zuständig für das Marketing, die zahlreichen Informationsmaßnahmen und Broschüren die AMORIM dem Fachmann bietet. „Wer seinen Kunden erklären kann, warum ein Korkboden so enorm fußwarm und elastisch ist, kann ihn im Vergleich mit anderen Bodenbelägen seinen Kunden anbieten. Man muss Kork verstehen und ihn im Wettbewerb der Bodenbelagsstoffe einordnen können“, so Michael Thomas weiter. Kork ist nicht nur als Furnier „oben drauf“, sondern auch im Unterbau oder in der Mittelschicht bei allen WICANDERS Bodenbelägen – auch bei denen mit Echtholz-Furnier.

Antworten gibt es auf alle Fragen. Zum Beispiel: In welchen Räumen kann ein Korkboden verlegt werden? Welche Oberflächenveredelung hat welche Eigenschaften und wie wird sie aufgebracht? Weshalb ist Xtreme WRT so widerstandsfähig? Was ist das Besondere an VINTAGE, der neuen Landhausdiele? Was macht Acousticork NRT so unvergleich-

lich leise? All diese Informationen hat AMORIM in seinen Verkaufshilfen zusammengestellt. In seinen Schulungen geht AMORIM dann in die Tiefe. Direkt beim Kunden oder bei seinen Großhändlern kann sich das Verkaufspersonal über Qualitätssicherung und –standards oder über Garantieleistungen im Einzelnen informieren. Der Verleger kann darüber hinaus die Verarbeitung der WICANDERS Bodenbeläge erlernen.

Die Florpost informiert schnell und direkt über Neuheiten. Dazu gibt's Sammel- und Präsentationsordner, einen Produktselektor mit Preislisten, Drehkollektionen – ab einer gewissen Quantität auch als individuelle Händlerkollektionen – Poster, Displays und Verkaufsständer mit Originalware. Eine besondere Rolle hat der neue Musterkoffer. Er ist das

Herzstück. Denn neben Handmustern der gesamten WICANDERS Kollektion enthält er auch zahlreiche Produktinformationen (s. S. 4). Alle Instrumente sind auf-

einander abgestimmt und erleichtern die professionelle Präsentation im Verkaufsgespräch ebenso wie im Verkaufsraum. Kunden, die Aktionen planen, können auf Anzeigenvorlagen (Schwarz/Weiß oder Farbe) mit Feld für den Eindruck der eigenen Adresse zurückgreifen. Ein wichtiger Baustein in der Unterstützung ist auch die Internetseite www.Korkboden-Forum.de. Hier findet der Endkunde alle wesentlichen Informationen, aber auch seinen Händler in der Nähe: Gibt er seine Postleitzahl ein und startet die Suche, erhält er eine Liste der hier registrierten Fachbetriebe.

Wer ein Muster benötigt, kann sich an den Muster-service wenden. Er versendet Handmuster von Dielen und Sockelleisten. Die Lieferung erfolgt in der Regel kostenlos an Händler oder direkt an den Endkunden. Die Marketingabteilung versucht alle Wünsche zu erfüllen – auch nach Bild-/Datenmaterial.

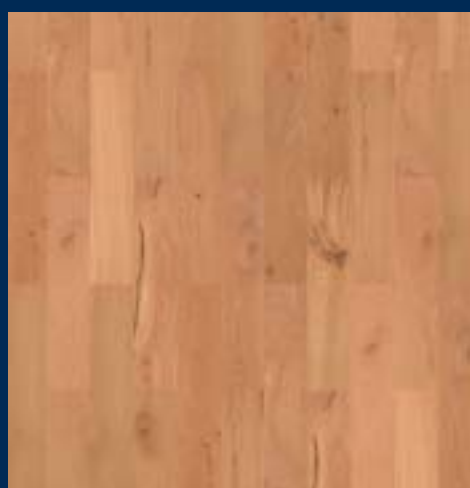


Produkte

NUANCES – natürliche Farben und überraschende Strukturen

Auch das Beste der Natur lässt sich noch verbessern – oder genauer, weiterentwickeln und veredeln. Natürliche Materialien sind kombiniert mit überraschenden Strukturen und Farben: Mit NUANCES hat AMORIM eine Kollektion entwickelt, die auch die Herzen der Liebhaber des avantgardistischen Wohnstils höher schlagen lässt. Sie umfasst 12 Artikel; drei Furniere werden jeweils in vier Farbestellungen in Erd- und Pastelltönen angebo-

ten. Davon sind zwei Oberflächen völlig neuartig. Mehrere Farben werden in einem selbst entwickelten Verfahren in den Kork eingearbeitet, nicht – wie sonst – aufgetragen. Es entsteht eine Transparenz und Farbigkeit, die bei Kork aufgrund seiner natürlichen Beschaffenheit bisher nicht möglich war. Diese neue Serie ist sowohl als Korkparkett wie auch als Kork-Fertigparkett in den WICANDERS Objektqualitäten verfügbar.



VINTAGE – zeitlose Eleganz zum Wohlfühlen

Ein Holzboden ist für viele nach wie vor der Inbegriff von Wohnlichkeit und Eleganz. Neben den klassischen Optiken steigen die naturnahen Dessins immer weiter in der Beliebtheitsskala. VINTAGE, die neue WICANDERS Korkboden-Kollektion mit Echtholz-Furnier, ist die Verbindung von exklusivem Wohnkomfort mit zeitlos natürlicher Eleganz. Diese Produktreihe umfasst sechs warme Farbstellungen:

Hermitage, Victorian, Antique, Cottage, Royal und Country. Basis-Furnier ist eine knorrige schweizer Eiche mit einer außergewöhnlichen Astzeichnung und Maserung. Dadurch gleicht keine Diele der anderen. Ist der Bodenbelag verlegt, kommt diese feine Individualität voll zur Geltung. AMORIM bietet VINTAGE in der Series 300 mit der neuen Xtreme WRT-Ausführung an.

Auf einen Blick

Seite 2

Neue Märkte im Visier

Dekwall Ambiance

Edle Wandbeläge aus purem Kork

Sicheres Verkleben ...

... von Korkböden

Seite 3

nH-Hotel Nürnberg

Stilvoll durch Originalität und Qualität

Der Vertrag von Tordesillas

Die Zerteilung der Welt durch eine Linie, von der niemand wusste, wo sie verlief.

Mit Sicherheit Qualität

Produktsicherheit durch Instrumente des Deutschen Kork-Verbandes e.V.

Seite 4

WICANDERS Musterkoffer

Modernes Design, starke Bilder, überzeugende Muster – alles in einem Koffer

Der Endverbraucher im Fokus

Die neue Werbekampagne des Deutschen Kork-Verbandes e.V.

NewsTicker/Impressum

Impuls

Neue Märkte im Visier

Vor ein paar Jahren schien der Markt für Korkboden klar definiert zu sein. Man kannte seine Zielgruppen und ihre Wünsche an den Bodenbelag. Heute sieht das ganz anders aus: Farbigkeit sowie technische Innovation haben die Wertigkeit des Naturproduktes unumstritten erhöht und damit neue Einsatzbereiche geschaffen. Durch diese Entwicklung bekamen starke Marken ein eindeutiges Image: So steht WICANDERS wie keine andere Marke für die Weiterentwicklung von Korkböden. Denn neben neuen Technologien wie Xtreme WRT, Acouticork NRT und der neuen Colorierungsmethode, bietet das Unternehmen dem Fachhandwerker auch komplette Systemlösungen an: Bodenbeläge, Zubehör wie beispielsweise Kleber, Sockelleisten und seit Anfang des Jahres Wandbeläge.

Die Kommunikation für die Marke WICANDERS ist darauf ausgerichtet, die neue Generation von Korkböden - natürlich, modern in Dessin und Farbigkeit sowie äußerst robust mit gleichzeitig hohem Komfort - nicht nur bei seinen Partnern und den Fachhandwerkern zu etablieren. Auch beim Endkunden sollen alte Zöpfe abgeschnitten werden. Marktbefragungen, die 2002 und 2005 durchgeführt wurden, machen den Erfolg sichtbar: Einem modernen Korkboden, mit farbigen Dessins wird sein Mehrwert hoch angerechnet.

In den Endverbraucher-Umfragen war häufig die vermeintliche Empfindlichkeit von Kork ein Kritikpunkt, die durch seine hohe Elasti-



Durch seine kontinuierliche Aufklärungsarbeit hat AMORIM erreicht, das über viele Jahre gelernte Image zu verbessern und Kork über seine angestammte Zielgruppe hinaus bekannt und attraktiv zu machen. Und die Zahlen belegen, dass dieser Weg richtig ist. Seit Jahren ist das Wachstum in den Design-Varianten aber auch in den eingefärbten Qualitäten und den Varianten mit Loc-System zur schwimmenden Verlegung rasant.

zität impliziert wird. Diesen Punkt kann AMORIM mit seiner neuen Oberflächentechnologie Xtreme WRT nachhaltig und glaubwürdig entkräften: Der keramische Lack ist robuster als alle bisherigen Oberflächenversiegelungen, fühlt sich aber gleichzeitig so warm an wie ein gewachster oder geölter Boden - und hebt dank seiner matten Oberfläche auch die natürliche Struktur der Kork-Fußböden hervor.

Service

Sicheres Verkleben von Korkböden

Die WICANDERS Bodenbeläge zur vollflächigen Verklebung werden - je nach Produktserie - auf zwei unterschiedliche Weisen verarbeitet: die Series 200 mit dem Kontaktkleber W-240 auf Latex-Basis und Series 2000 sowie die Series 4000 mit dem Nassbettklebstoff WICANDERS W-336

Bei einer Verlegung mit dem WICANDERS W-240 muss kein Einlegezeitpunkt geschätzt werden - dies verhindert Reklamationen: Sind die Platten und der Untergrund transparent, können sie verarbeitet werden. Es besteht also nicht die Gefahr der so genannten Stipp-Naht-Bildung. WICANDERS hat bereits seit über 15 Jahren sehr gute Erfahrungen mit diesem Kleber. Er besitzt nach dem Ablüften eine hohe, sofortige Klebkraft. Dennoch können die Platten vor dem Anschlagen leicht korrigiert werden. Der Klebstoff kann bis zu einem Tage vor der Verlegung mit einer kurzflorigen Velourswalze auf die Korkplatten aufgebracht werden - also bereits am Tag vor der Verlegung. Nach dem Ablüften lassen sich die Platten problemlos zur Baustelle transportieren. Ist der Untergrund vollständig mit Klebstoff beschichtet,

lässt sich die Bodenfläche nach einer Ablüftphase von ca. 30 Minuten mit den stapelweise bereitliegenden, vorbehandelten Platten in kürzester Zeit verlegen und bei Bedarf auch gleich schleifen (homogene Beläge).

Für die Series 2000 und 4000 (ehemals Corkmaster und Wood-o-Cork) empfiehlt sich der Spezialdispersionsklebstoff WICANDERS W-336. Der Auftrag des Nassbettklebstoffs erfolgt mit Zahnung A2 und die Vinyl-kaschierten Korkplatten werden sofort eingelegt und angedrückt. Anschließend wird die verlegte Fläche zeitversetzt nachgewalzt. Der Klebstoff zeichnet sich durch eine hohe Endfestigkeit aus. Vorteil gegenüber einem herkömmlichen Einseitig-Klebstoff: sofortiges Einlegen der Platten ohne Prüfung der Ablüftzeit und eine hohe Aushärtung des Klebstoffs. Ausgetretene Klebstoffreste lassen sich problemlos mit einem feuchten Lappen entfernen. Nach ca. 24 Stunden ist der Boden voll belastbar, was gerade bei der Verlegung im Objekt ein entscheidender Faktor ist.



Produkte

DEKWALL AMBIANCE

Edle Wandbeläge aus purem Kork

Wände sind die größte Gestaltungsfläche eines Raumes. Sie bestimmen das Raumgefühl maßgeblich. Wer Individualität leben und seiner Persönlichkeit mit natürlichen Materialien Ausdruck verleihen möchte, findet in AMBIANCE die passende Kollektion. Keine braune Rollenware wie in den 60er und 70er Jahren, sondern ausdrucksstarke Strukturen und Formen verbinden sich mit zarten Pastelltönen zu einer ebenso avantgardistischen wie wohnlichen Form der Wandgestaltung. Durch eine neue Veredelungstechnik entsteht eine Transparenz und Farbigkeit, die bei Kork aufgrund seiner natürlichen Beschaffenheit bisher nicht möglich war. Mehrere Farben werden mit einem von AMORIM entwickelten Verfahren in den Kork eingearbeitet - und nicht wie sonst aufgetragen. Die farbliche Gestaltung unterstreicht die Dreidimensionalität der Wandverkleidung und bringt sie voll zur Wirkung - es entstehen ganz neue Raumstimmungen: Die natürliche Struktur des Korks hebt sich nicht nur plastisch hervor, sondern ist auch sanft fühlbar. Sie prägt die weichen und eleganten Muster und verleiht dem Wandbelag so seine Einmaligkeit.

Die Kollektion DEKWALL AMBIANCE umfasst drei Dessins. Die Stein-, Alabaster- und Bambus-Optiken in 14 modernen Pastelltönen harmonieren mit den aktuellen Wohntrends oder setzen wirkungsvoll Akzente. Die Kork-Wandbeläge mit den Platten-Maßen 600 x 300 x 3 mm sind ab sofort erhältlich.

Der neue Wandbelag zeichnet sich durch die Kombination seiner Eigenschaften aus: innovative Strukturen und Texturen verbunden mit dem Komfort und der Natürlichkeit von Kork. Das ökologisch wertvolle Element hat hervorragende schall- und wärmeisolierende Eigenschaften. Darüber hinaus ist DEKWALL AMBIANCE unempfindlich gegen Schmutz, da es einfach zu reinigen ist.



Produkte

nH-Hotel Nürnberg

Stilvoll durch Originalität und Qualität

Das neue nH-Hotel in Nürnberg liegt mitten im Zentrum der Stadt, nur wenige Gehminuten von der Kaiserburg entfernt. 3,2 Millionen Euro hat die nH-Hotel Gruppe, Europas drittgrößte Business-Hotel-Kette, in den Neubau investiert. Dabei war den Bauherren besonders wichtig, eine angenehme, persönliche Atmosphäre bis ins kleinste Detail zu schaffen. So sind dann auch die 244 Zimmer des 4-Sterne-

verlegten Boden war aber nicht nur eine rein optische, sondern vor allem auch eine technische und praktische:

Mit seiner Beanspruchungsklasse 33 nach EN685 und seiner 10jährige-Garantie auf die Oberfläche passt der langlebige, qualitativ hochwertige Naturboden in das Hotelkonzept. Ohne zusätzliche Dämmung erreicht er einen Trittschalldämmwert von nur 18 db. Die Verle-



Hauses mit allem ausgestattet, was ein modernes Business-Hotel mit Wohlühl-Charakter haben muss. Ein wesentliches Element dabei ist der Bodenbelag: Das warme Dunkelbraun vom WICANDERS Korkboden mit Walnussholz-Furnier lässt die Räume wohnlich wirken. Die Entscheidung für den schwimmend

ung des WICANDERS Korkbodens mit CorkLoc ist unkompliziert und dadurch zeitsparend, ebenfalls ein wichtiges Argument im Objektbau mit engen Terminen. Und der Gast – er spürt bei jedem Schritt den Komfort: Der Boden ist leise und fußwarm und fühlt sich weich und elastisch an. Gleichzeitig ist er

hygienisch sauber, da er sich gut und einfach reinigen lässt.

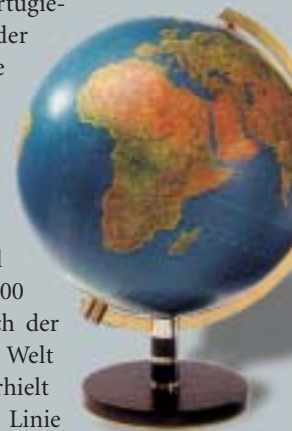
Insgesamt verlegte die Firma Knöllner, Nürnberg, 5.000 m² in 4 Wochen. Die Erfahrungen mit WICANDERS haben überzeugt: Das neue nH-Hotel in Stuttgart wird mit rund 3.000m² des gleichen Bodens ausgestattet.

Land & Leute

Der Vertrag von Tordesillas

Die Zweiteilung der Welt durch eine Linie, von der niemand genau wusste, wo sie verlief.

Nach der Entdeckung des amerikanischen Kontinents wollten die Spanier ihre neuen Gebiete sichern und die Portugiesen ihre Exklusivität bei der Afrikaroute. Um kriegerische Auseinandersetzungen zu vermeiden, handelte der Vatikan schnell und legte eine Demarkationslinie fest: Sie verlief in Nord-Süd Richtung von Pol zu Pol durch den Atlantik und bei 100 Leguas (ca. 480 km) westlich der Kapverdischen Inseln. Die Welt war zweigeteilt: Spanien erhielt alle Rechte westlich dieser Linie und Portugal alle östlich davon. Die Portugiesen fühlten sich jedoch benachteiligt, worauf die Demarkationslinie auf 370 Leguas (ca. 1770 km) westlich der Kapverdischen Inseln festgelegt wurde. Diese Vereinbarung wurde im Juni 1494 im Vertrag von Tordesillas festgehalten.



Unglücklicherweise brachte dieser Vertrag jedoch nicht die erhoffte Klarheit: Strittig war, ob sich der Ausgangspunkt der Messung auf die östliche oder die westliche Grenze der Kapverdischen Inseln bezog (eine Differenz von immerhin 60 Leguas oder ca. 290 km) und ob denn wirklich die Kapverdischen Inseln gemeint seien, oder doch das Kap Verde auf dem afrikanischen Festland.

Noch kompliziert wurde die Angelegenheit, da die Legua in Spanien und in Portugal jeweils eine andere Länge hatte, und auch eine andere als die englische oder französische Legua. Weitere Unterschiede taten sich auf, da es sowohl eine alte, als auch eine neue Berechnung der portugiesischen Legua gab. Auf Grund dieser Konfusion wusste niemand genau, wo die Demarkationslinie nun verlaufen sollte und die Diskussionen nahmen kein Ende.

Mit zunehmendem Einfluss ignorierten die Portugiesen die ausgehandelten Grenzen mehr und mehr. 1750 wurde die Demarkationslinie sowie alle darauf basierenden Vereinbarungen durch einen neuen Vertrag aufgehoben.

Know-How

Mit Sicherheit Qualität

Produktsicherheit durch Instrumente des Deutschen Kork-Verbandes

Erstmals im Jahr 2001 wurden im Rahmen verschiedener Erhebungen im Mitgliederkreis des Deutschen Kork-Verbandes die denkbaren Probleme bei der Verlegung von Kork-Bodenbelägen erfasst. Die Erkenntnisse aus dieser inzwischen jährlichen Schadens- und Reklamationsstatistik werden fortlaufend mit den Herstellern behandelt und führten bisher stets zu einer Produktverbesserung. Damit ist es gelungen – Stand 2005 –, die effektiven Schadensfälle auf deutlich unter 0,3 % des Absatzwertes zu reduzieren. Die-

ser Wert zeigt im Vergleich zu anderen Bodenbelägen, mit welcher Sicherheit heute der Käufer rechnen kann, wenn er sich für einen Korkboden entscheidet.

Die großen Investitionen der Hersteller in die Verlegesysteme und Oberflächenbehandlungen kommen nun zum Tragen. Vor diesem Hintergrund wurde für 2006 erstmals auch ein allgemeines Merkblatt für die leimlose Verlegung von Kork-Fertigparkett erarbeitet – mit besonderem Engagement der IFR Sachverständigenbüroe-

sellschaft für Fußbodentechnik und Raumausstattung mbH, Köln.

Darüber hinaus hat das selbstverpflichtende Qualitätssicherungskonzept des Verbandes – Das Kork-Logo – wesentlich dazu beigetragen, dass Bodenbeläge aus Kork in ihren innenraumhygienischen Anforderungen kontinuierlich verbessert werden konnten. So spielt die Emission von Formaldehyd heute praktisch keine Rolle mehr, was in gleichem Maße auch für Phenol gilt. Auch in Zukunft orientiert sich das Konzept

an den steigenden Anforderungen für innenraum-verträgliche Bauprodukte. Die Richtlinien des DIBt (Deutsches Institut für Bautechnik) und das AgBB-Schema zur gesundheitlichen Bewertung von Bauprodukten sowie die für diese Produktgruppe relevanten europäischen Normen und Produktstandards finden hierbei Berücksichtigung. Das Qualitätsniveau des Kork-Logos liegt damit auf gleicher Höhe mit anderen fortschrittlichen Qualitätszeichen wie „natureplus“ und „Blauer Engel“.



Verkaufsförderung

WICANDERS Musterkoffer

Modernes Design, starke Bilder, überzeugende Muster – alles in einem Koffer

Der neue Musterkoffer hat alles, was für ein professionelles und erfolgreiches Verkaufsgespräch erforderlich ist: Das große Format 20 cm x 42 cm x 48 cm bietet nicht nur genug Raum um Produktmuster übersichtlich zu präsentieren, sondern auch um Produktinformationen in anschaulichen Tabellen und Zeichnungen darzustellen. Darüber hinaus zeigen viele ansprechende, emotionale Bilder, wie angenehm warm und weich ein Korkboden ist und wie gut er gerade auch zu einem modernen Wohnstil passt.

Der Musterkoffer umfasst das gesamte WICANDERS Sortiment: die ORIGINALS-, IDENTITY-, PERSONALITY-, NUANCES- und VINTAGE-Kollektion. Die Eigenschaften der Series 100 mit Xtreme WRT-Oberfläche und Series 200 lassen sich anhand der Produktquerschnitte dem Kunden gut erläutern. Auch die Series 1000 und 2000 - in erster Linie für den Einsatz im Objektbereich entwickelt - sind

auf diese Weise dargestellt. Die Vorzüge der Series 300, 3000 und 4000 mit Echtholz-Dekoren kann der Kunde durch die aufgebrachten Produktmuster im wahrsten Sinne des Wortes erfassen.

Aber nicht nur Informationen über die WICANDERS Produkte sind im Musterkoffer zu finden. Auch Interessantes über den Rohstoff Kork – zum Beispiel wo und wie er wächst oder wie er geerntet und verarbeitet wird – erfährt man auf der Innenseite des Koffers. Auch das Thema Reinigung und Pflege kommt nicht zu kurz. Den Abschluss bilden die Preisliste sowie ein Folder mit Flächenaufnahmen der Dekore NUANCES

und VINTAGE. Digital im Überblick ist alles auf der beiliegenden CD-ROM zu finden. Wer die nächsten Preislisten automatisch übermittelt bekommen möchte, muss sich nur mit der Anmeldung im Postkartenformat registrieren lassen.



Impuls

Der Endverbraucher im Fokus

Die neue Werbekampagne des Deutschen Kork-Verbandes soll das Interesse an Kork erhöhen und mit Vorurteilen aufräumen

Auf der DOMOTEX 2006 wurde der Startschuss für eine umfangreiche Werbekampagne gegeben. Alle Mitglieder der Sparte ‚Bodenbeläge‘ des Deutschen Kork-Verbandes sowie die Fördermitglieder aus dem Kreis der Produzenten, insgesamt 12 Unternehmen, haben das Budget verabschiedet. Eine Expertenkommission, gewählt aus den eigenen Reihen, kümmert sich um die Ausrichtung der Werbekampagne. Inzwischen hat sich diese Kommission

für eine erfahrene Werbeagentur entschieden, die ein sehr umfassendes Konzept vorgelegt hat, in dessen Fokus der Endverbraucher steht. Im Rahmen einer Mitgliederversammlung im Juni 2006 wurden die letzten Weichen für die Umsetzung gestellt.

Da man heute kaum noch von einem klassischen Kork-Käufer sprechen kann, musste bei der Erarbeitung der Kampagne ein Weg gefun-

den werden, der dem Rechnung trägt. Sicherlich sind nach wie vor junge Menschen - vor allen Dingen naturbewusste Verbraucher -, die auch den Bodenbelag hinterfragen, an Kork interessiert. Ältere Kunden nutzen Kork besonders gern wegen seiner hohen Flexibilität und unnachahmlichen Fußwärme. Der Boden überzeugt seine ‚Fans‘ aber vor allem auch durch seine Einzigartigkeit: Wer diesen Bodenbelag kauft, entscheidet sich für einen indivi-

duellen Boden mit einmaligem Charakter.

Eher als der klassische Kork-Käufer, kann der klassische Einsatzbereich spezifiziert werden. Hier stehen Kinderzimmer, Schlafzimmer aber auch Arbeitszimmer und Küche im Vordergrund. Die neue Endverbraucherwerbung des Deutschen Kork-Verbandes soll Kork als Bodenbelag noch weiteren Kreisen und Einsatzbereichen öffnen.

+++news-ticker+++news-ticker+++news-ticker+++

AIT Innovations-Wettbewerb: besondere Auszeichnung



Die Jury des AIT Innovations-Wettbewerbes der führenden Zeitschrift für Architektur, Innenarchitektur und Trockenbau, vergab für WICANDERS Acousticork NRT eine ‚Besondere

Auszeichnung‘. Die Begründung: „Die enorme Raum- und Trittschallreduktion ist ein tatsächlicher Mehrwert.“ Der neu entwickelte Korkkern aus einer speziellen Mischung hochwertiger, leichten Korkgranulats mit einem High-tech-Polymer wirkt wie eine Schallbarriere. Gleichzeitig verstärkt er die natürliche Elastizität des Korkbodens. Im Vergleich mit Parkett und Laminat ist Acousticork NRT mit einem Begehschall von 75 dB rund 10 dB leiser. Darüber hinaus ist der Trittschall 3 dB niedriger als der Standardwert für Bodenbeläge.

eurodecor Leserumfrage: Bestes Produkt in Sachen Qualität



Die Leser der Fachzeitschrift für Raumausstattung eurodecor wählten AMORIM Deutschland zum Unternehmen des Jahres in der Kategorie „Bestes Produkt in Sachen Qualität“! „Wir freuen uns sehr,

dass die Verarbeiter unsere Korkböden gerade in dieser Kategorie ganz vorne sehen. Unser eigener hoher Anspruch an einen guten Korkboden und unsere strengen Qualitätskontrollen – von der Rohware bis zum Endprodukt – zahlen sich jetzt aus. Ich bedanke mich für diese Anerkennung und das große Vertrauen. Wir werden daran arbeiten, dass das auch in Zukunft so bleiben wird“, versichert Tomas Cordes, in der Geschäftsführung von AMORIM Deutschland verantwortlich für Marketing und Vertrieb.

Für Fußball-Fans ein echtes Muss:



Auf dieser Pinnwand hat man alles Wichtige rund um den Fußball sofort im Blick. Und eins ist sicher: Das aufgedruckte Spielfeld lässt sofort die richtige Stimmung aufkommen und nichts geht mehr verloren: Der Spielplan, Fotos der Stars, die Liste mit den Spielergebnissen, die Tickets für das nächste Spiel oder die Fan-Dauerkarte finden auf der 39,5 cm x 59 cm großen Kork-Pinnwand den passenden Platz.

Die Lieferzeit beträgt eine Woche und kann bei AMORIM, Delmenhorst, bestellt werden.

Impressum

Verantwortlich für den Inhalt:

Tomas Cordes, AMORIM

Redaktion:

Michael Thomas, AMORIM

Konzept und Realisation:

Beate Dangmann

Konzept & Kommunikation,
Gau-Odernheim

Grafik:

Stephan Bohn Grafik, Bremen

www.bohn-art.de

Druck:

print 64, Hamburg

Auflage:

6.500 Exemplare

Redaktionsanschrift:

Mainzer Str. 99, 55239 Gau-Odernheim

Tel.: 0 67 33 – 9 29 99 44

Fax: 0 67 33 – 9 29 99 45

E-Mail: Dangmann@iacp.de

Herausgeber:

AMORIM Deutschland GmbH & Co. KG

Berner Straße 55, 27751 Delmenhorst

Tel.: 0 42 21 – 5 93-01

Fax: 0 42 21 – 5 93-40

E-Mail: info@korkboden-forum.de