

## Lagerkapazität um 60 Prozent erhöht

KWG führt Vinyl-, Kork-, digital bedruckte Kork-, Schiefer-, Leder- und Linoleum-Bodenbeläge sowie Fußleisten und Treppenprofile im Sortiment und hat mit diesen Produkten ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2013 hingelegt. „Wir konnten sowohl Absatz und Umsatz zweistellig erhöhen“, sagte Vertriebs- und Marketinggeschäftsführer Thomas Biebusch. Für diesen Erfolg habe man sich aber mehr „strecken“ müssen als in der Vergangenheit, fügte er hinzu und spielte damit auf den stetig steigenden Verdrängungswettbewerb in der Bodenbelagsbranche an. Vor der damit verbundenen Preisspirale nach unten will sich das Unternehmen aus Schönau bei Heidelberg mit allen Kräften schützen und setzt auf die Qualität seiner Produkte und Dienstleistungen.

2013 ist eine große Summe in den Ausbau von Lager und Logistik geflossen. Die Lagerkapazität wurde auf 4.000 m<sup>2</sup> mehr als verdoppelt, durch Neubauten die Verladegeschwindigkeit um 70 % erhöht sowie mittels Einführung einer neuen Lagersoftware die Kommissionierleistung um 50 % verbessert.

Investiert hat man auch in neue Produkte und die Überarbeitung bestehender Kollektionen. Erstmals stellte KWG den Bodenbelag „Magnus“ vor. Die Basis ist eine hochverdichtete Gipsfaserplatte von Knauf Integral, die digital bedruckt wird und mit ihrer schwimmenden Verlegung eine Alternative zu Naturstein bietet. Die Vermarktung der Antigua-Serie wird im Handel mit einem neuen Kollektionsbuch unterstützt, das in einer einheitlichen und hochwertigen Bildersprache Inspiration bei der Auswahl von Bodenbelägen bieten soll. ➔



### KWG

- 1| Erstmals stellte KWG in Hannover den Bodenbelag „Magnus“ vor. Auf Basis einer hochverdichtete Gipsfaserplatte von Knauf Integral wird digital bedruckt. Das schwimmend zu verlegende Produkt ist eine Alternative zu Naturstein.
- 2| Freuen sich über ein zweistelliges Plus bei Absatz und Umsatz: Geschäftsführer Marketing und Vertrieb Thomas Biebusch und die geschäftsführende Gesellschafterin Katrin Gärtner-Tison.



2014 werde zudem die Zusammenarbeit mit Mflor ausgebaut. Dabei profitiere auch KWG von der Übernahme der Mflor-Vertriebsorganisation durch Repac, da zukünftig auch KWG die Produkte aus dem neuen LVT-Lager in Hannover erhält. Dazu zählt die neue Mflor-Kollektion Contact. Das selbstliegende Produkte soll den Schönauern ganz neue Marktbereiche erschließen, hofft Biebusch.