



## KWG

### Aller guten Dinge sind zwölf

„Was gibt's Neues?“ fragte KWG auf dem Messestand und gab die Antwort gleich selbst. Im Vinylbereich ist das die Kollektion Antigua Stone, in der ausschließlich Steindekore zu finden sind, die aus den übrigen Kollektionen herausgenommen wurden.

## KWG

**Katrin Gärtner-Tison und Thomas Biebusch fassen in einer Kollektion immer zwölf Dekore zusammen.**

## KWG

**Neu bei KWG: Die Vinyl-Kollektion Antigua Stone bietet ausschließlich Steindekore.**



Da KWG immer zwölf Dekore in einer Kollektion vereint, musste auch bei den Vinyl-Langdielen von 1.800 mm nachgerüstet werden, bei denen es bislang nur sieben Optiken gab. Parallel dazu wurde ein neuer Präsenter entwickelt. „Wir können übrigens nicht nur lang und schmal, sondern auch breit“, verwies Biebusch auf 305 mm breite Vinylplanken.

Ein Wort noch zu Korkböden, denn hier liegt der Ursprung von KWG. „Designkork Samoa ist keine Konkurrenz zu Vinylböden, sondern eine ökologische Alternative“, heißt es. Der Vertrieb geht in zwei Richtungen. Der Korkspezialist im Handel, sagt KWG, brauche ein breites Produktspektrum mit allen Präsentern. Der Holzhändler und Raumausstatter dagegen benötige eine konzentrierte Kollektion, die gut dargestellt und vom Verbraucher wahrgenommen werde.

„feste Fangemeinde erobert“, berichtete Marketingleiter Dirk Steinmeier. Diese Entwicklung spiegelte sich auch am PoS wider, wo weltweit über 2.000 Präsenter von Lindura und dem Designboden platziert wurden, davon knapp 900 im deutschsprachigen Bereich.

Erfolgreich gestartet ist auch das Projekt Markenboden.de, eine innovative E-Commerce-Plattform, auf der Meister-Fachvertriebspartner einen rechtlich eigenständigen Internetshop betreiben und so als flankierende Maßnahme den Online-Handel als zu-