

Mit Ergänzungen überzeugt

► **KWG** Da KWG traditionell die BAU in München zur Vorstellung seiner Neuheiten nutzt, zeigte das Unternehmen auf der DOMOTEX (lediglich) Veränderungen und Ergänzungen in nahezu allen Kollektionen. »Dennoch waren viele unserer Kunden überrascht von den zahlreichen Ergänzungen, die wir mit nach Hannover gebracht haben«, freute sich KWG-Geschäftsführer Thomas Biebusch über die positive Resonanz.

»Finden sich in unseren Designvinyl-Kollektionen Stein- oder Fliesenoptiken, so landet mindestens ein Dessin unter den Top Five«, so Biebusch. Dieser Umstand zog eine logische Konsequenz nach sich: die Einführung einer eigenständigen »antigua-Stone«-Kollektion. Sie setzt sich aus bekannten Dessins der »antigua classic«, »infinity« und »professional« sowie Dekor-Neuentwicklungen und unterschiedlichen Nutzsichten und Abmaßen zusammen. Highlight sind hierbei sicher die 1200x440 mm großen Platten der »antigua Cement«, die in den drei Farbtönen Light, Grey und Moro kommen. »Für den Objektbereich, mit einer Nutzsicht von 0,55 mm, dürfen aber auch die beiden floralen Optiken des Dekors »Palace« ein Hingucker sein«, so Biebusch. Alle Produkte dieser Kollektion sind als klassische HDF-Variante, als Sheets zur vollflächigen Verklebung und mit der »hydrotec«-Trägerplatte für den Feuchtraum- und Renovierungsbereich erhältlich.

Die freiwerdenden Plätze in den Bestandskollektionen werden durch neue, trendige Holzdekore aufgefüllt. Hierbei er-

hält die »antigua classic« drei weitere Dessins in den Abmaßen 1235 x 305 mm. »Bei der »antigua infinity« haben wir bei der Dekorauswahl auf exklusive Eigenentwicklungen gesetzt, um unseren Kunden den entsprechenden Wettbewerbsvorteil zu bieten«, so der Geschäftsführer. Dem Trend zur Langdielen werde KWG bei der »antigua professional« gerecht, hier kommen drei ausgewählte Optiken mit einer natürlichen Prägung, mattem Glanz und einem Dielenmaß von 1235 x 305 mm. Und auch bei der »antigua professional authentic« setze man auf vier neue Exklusivdekore mit einer Prägung von herausragender Optik und Haptik.

Abschließend sagte Thomas Biebusch, dass er die Besucher aus den südlichen Teilen Deutschland vermisst habe. Dennoch sei es »eine gute Veranstaltung« gewesen. »Nach der Messe ist vor der Messe«, so Biebusch, »d.h. unser Team wird sich um die Umsetzung aller Veränderungen kümmern und auf der Geschäftsleitungsebene werden bereits die neuen Weichen für die weiteren Produktentwicklungen gestellt«.



KWG setzt auf eigene Kollektionen, um aus der Vergleichbarkeit herauszukommen. Auf diese Weise lassen sich dann auch höhere Preise am Markt durchsetzen, so das KWG-Führungsduo Katrin Gärtner-Tison und Thomas Biebusch.