Fuxx zu Besuch bei KWG

»„Im Kork steckt unsere Leidenschaft“

Für Korkfußböden müssen keine Bäume gefällt werden, es wird lediglich die Rinde (vorne im Bild) der Korkeiche abgeschält und verarbeitet. Dieser Nachhaltigkeitsaspekt begeistert die Geschäftsführung und die Mitarbeiter des Bodenbelagsherstellers KWG.

Klimaschutz und Wohngesundheit stehen vor allem bei einer jungen, kritischen Generation hoch im Kurs – auch wenn es um das Thema Bodenbeläge geht. Hier punktet der Rohstoff Kork mit vielen Vorteilen, vor allem damit, dass zu seiner Gewinnung überhaupt keine Bäume gefällt werden müssen. Zwei Spezialisten, die sich mit diesem nachhaltigen Produkt bestens auskennen, sind Katrin Gärtner-Tison und Thomas Biebusch vom Bodenbelagshersteller KWG. Der Fuxx hat mit beiden gesprochen.

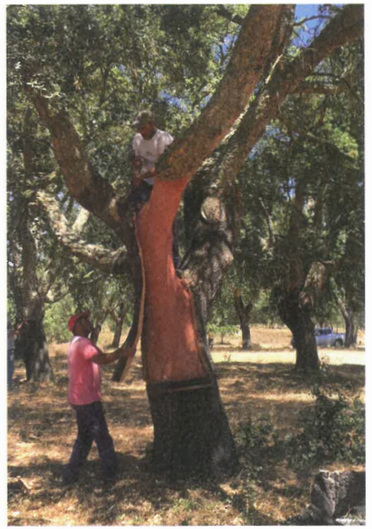
Die Begeisterung für den nachwachsenden Naturwerkstoff Kork treibt die Führungsmannschaft und die Mitarbeiter des Bodenbelagsherstellers KWG an. Das baden-württembergische Unternehmen aus Schönau bei Heidelberg feiert 2022 sein 50-jähriges Jubiläum – und Kork ist dort seit Anbeginn das zentrale Thema. Die heutige Geschäftsführende Gesellschafterin Katrin Gärtner-Tison, Tochter des Gründers Wolfgang Gärtner, erinnert sich: „Bei einem Glas Wein lernte mein Vater jemanden kennen, der mit Kork Geschäfte machte. Er war sofort fasziniert von diesem Naturwerkstoff, es ist ein einzigartiges Produkt.“

Wolfgang Gärtner handelte mit seinem Ein-Mann-Betrieb KWG anfangs vor allem mit Kork-Wandbelägen und -Dämmstoffen. Schnell vertrieb er aber auch Kork-Bodenbeläge zur vollflächigen Verklebung – mit roher und naturbelassener Oberfläche. „Mein Vater gilt als Pionier der Branche, etwa bei der Einführung von Kork-Fertigparkett“, berichtet Katrin Gärtner-Tison. So hatte der gelernte Zimmermeister Wolfgang Gärtner zu Beginn der 1990er-Jahre die Idee, durch das Aufbringen von rohem Kork auf einer Sperrholzplatte die schwimmende Verlegung dieser Bodenbelagsart zu ermöglichen. So entstand das Produkt „Nufeko“, die Abkürzung für „Nut-und-Feder-Kork“. 1991 sei KWG der erste Anbieter für Kork-Fertigparkett auf einem HDF-Träger gewesen, erinnert sich Katrin Gärtner-Tison, die bereits seit 1985 als alleinige Geschäftsführerin in dem Familienunternehmen tätig ist, nachdem sie dort selbst eine kaufmännische Ausbildung absolviert hatte.

KWG legt Wert auf Design und Qualität

„Uns sind Design und Optik sehr wichtig: Wir wollen einfach einen schönen Kork-Fußboden anbieten“, sagt die Geschäftsführerin zur Philosophie von KWG. „So haben wir auch als Vorreiter die Risiken und die Innovation mitgetragen, Korkbodenbeläge digital zu bedrucken. Seit 2008 bieten wir dieses heute sehr gefragte Produkt an, am Anfang vor allem mit digital bedruckten Holzdekoren“, sagt die KWG-Chefin. Aber auch Optiken, die an keramische Fliesen erinnern, sind mittlerweile möglich. Mit dem Produkt „Samoa“ habe KWG einen digital bedruckten Korkfußboden im Sortiment, dessen Oberfläche kaum noch von einem echten Holzfußboden zu unterscheiden sei: 24 Dekore stehen zur Auswahl, zur vollflächigen Verklebung oder als Klickbelag zur losen Verlegung.

Und Kork erfährt seit einigen Jahren eine starke Nachfrage, berichtet der Geschäftsführer Vertrieb und Marketing bei KWG, Thomas Biebusch: „Der Hype liegt zwar immer noch auf Vinylbelägen, aber seit 2018 haben sehr viele Endverbraucher großes Interesse daran, zu wissen, wo die Materialien für ihre Bodenbeläge herkommen. Ihnen ist der Aspekt Wohngesundheit sehr wichtig.“ Dies liege vor allem an dem gestiegenen Bewusstsein für die Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz in der Bevölkerung, sagt der 60-Jährige. Zahlen belegen diese Entwicklung: Machten Korkbeläge im Jahr 2017 noch rund 17 bis 18 % des Gesamtumsatzes von KWG aus, so rechnet Biebusch damit, dass es dieses Jahr 21 % sein werden. „Das ist eine Größenordnung, auf die wir stolz sind“, sagt der Vertriebsprofi, der seit 2002 bei KWG arbeitet. So werde nächstes Jahr der Schwerpunkt des KWG-Marketings auf dem Bewerben von alternativen, ökologischen und wohngesunden Bodenbelägen liegen – vor allem die junge Generation soll auf die Vorteile von Korkbelägen aufmerksam gemacht werden. „Es ist wie bei den Elektroautos: Wir müssen Kork einfach präsenter machen und auf den Endverbraucher zugehen“, sagt Thomas Biebusch.



KWG bezieht seinen Kork vor allem aus Portugal. Dort wachsen weltweit die meisten Korkeichen.

Thomas Biebusch, Geschäftsführer Vertrieb/Marketing, und die Geschäftsführende Gesellschafterin Katrin Gärtner-Tison.

Kein einziger Baum muss für Kork gefällt werden

Und was fasziniert die beiden KWG-Verantwortlichen nun so sehr am Rohstoff Kork? „Kork ist der perfekte Bodenbelag – vom Dach bis in die Küche. Er ist der nachwachsende Rohstoff Nummer 1. Man muss wegen eines Kork-Fußbodens keinen einzigen Baum fällen, sondern nur die Rinde der Korkeiche abschälen“, sagt Katrin Gärtner-Tison. Als »

Meilensteine von KWG

1972
Zimmermeister Wolfgang Gärtner gründet KWG zur Vermarktung von Korkprodukten. Er vertreibt anfangs vor allem Kork-Wandbeläge und -Dämmstoffe

1985
KWG vertreibt Kork-Bodenbeläge zur vollflächigen Verklebung. Katrin Gärtner-Tison, die Tochter des Gründers, wird alleinige Geschäftsführerin

1990
Einführung des Nut-und-Feder-Korks („Nufeko“) zur losen Verlegung. Es ist das erste Kork-Fertigparkett auf einer Sperrholzplatte von KWG

1991
KWG bietet Kork-Fertigparkett auf einem HDF-Träger an („Corkstyle“)

2001
KWG ersetzt seine Nut-und-Feder-Systeme durch Klick-Systeme

2002
Einführung des Linoleum-Fertigparketts „Picolino“

2006
KWG präsentiert seinen Vinylbodenbelag auf HDF-Träger „Antigua“ auf der Messe Domotex

2008/2009
Einführung des digital bedruckten Korkfußbodens bei KWG. Der Fokus liegt auf dem Produkt „Samoa“

2017
Präsentation des mineralischen Designfußbodens „Java“

2019
Unter dem Slogan „PINTA – Design your Wall“ bietet KWG digital bedruckte Wandbeläge an. Die Träger variieren je nach Anwendungszweck

Der umsatzstärkste Korkbodenbelag bei KWG ist der digital bedruckte Designkork „Samoa“ mit der Optik Kaisereiche.

Korkbeläge punkten mit Wärme und einem angenehmen Gehgefühl – also ideal fürs Schlafzimmer. Das Foto zeigt den KWG-Korkboden „Atlantico“.

Boden zum Barfußlaufen sei Kork ideal, da er sehr warm und angenehm an den Füßen sei. „Er entlastet die Gelenke, ist pflegeleicht, wärmedämmend, leise und wohngesund (Blauer Engel). Und dank des Digitaldrucks sind unheimlich schöne Dekore möglich“, nennt die Geschäftsführerin weitere Vorteile.

Thomas Biebusch fasziniert vor allem die Nachhaltigkeit eines Korkfußbodens: „Bei einem Fußboden mit Eichen-Parkett ist der Baum weg, er muss erst wieder 80 Jahre wachsen. Eine Korkeiche muss hingegen nur 25 Jahre wachsen, bis ihre Rinde für die Korkproduktion erstmals geerntet werden kann. Der Lebenszyklus einer Korkeiche beträgt dann 200 Jahre – so lange kann sie wirtschaftlich genutzt werden. Und selbst danach bleibt sie ein wichtiger Teil der Natur auf der Iberischen Halbinsel, wo sie vor allem wächst.“ Die Korkeichen-Wälder binden in Portugal jährlich 4,8 bis 5,2 t CO_2 und tragen so zum Klimaschutz bei. Und auch Waldbrände überstehen die robusten Bäume gut: Die Brand-Rinde kann man zum Großteil immer noch als Dämm-Material verwenden. „Gerade die junge Generation setzt sich kritisch mit der Umwelt und ihren Problemen auseinander – und da kann Kork die besten Werte vorweisen. Das kann keine andere Bodenbelagsart“, betont Thomas Biebusch. Und Katrin Gärtner-Tison bringt es auf den Punkt: „Im Kork steckt unsere Leidenschaft und unser Herzblut. Die Wurzeln von KWG liegen im Kork.“

Ein eingespieltes Team: die KWG-Geschäftsführung (Mitte) und die Innendienst- und Lagermitarbeiter.

Korkfußböden, wie etwa dieser Belag vom Typ Faro Natur, erzielen bei KWG um die 21 % des Gesamtumsatzes. Kork ist der Ursprung des Unternehmens.

KWG bezieht seinen Kork vor allem aus Portugal, wo die meisten Korkeichen weltweit wachsen. Die Konfektionierung und Veredelung der Korkbeläge erfolgen im Herkunftsland Portugal, aber auch in der Schweiz. Zehn Außendienstmitarbeiter sind für den Vertrieb zuständig. „Wir beliefern nicht die Großfläche, sondern den beratenden Fachhandel“, erklärt Thomas Biebusch.

Aber nicht nur bei Kork, sondern auch bei Designbelägen war KWG immer vorne mit dabei: Bereits 2006 präsentierten die Schönauer auf der Messe Domotex ihren Vinylbelag auf HDF-Träger „Antigua“. Somit gehörte KWG auch in diesem Segment zu den Pionieren und Trendsettern.

KWG geht neue Wege in der Unternehmensführung

KWG engagiert sich zudem als Ausbildungsbetrieb: Angehende Groß- und Außenhandelskaufleute sowie Fachkräfte für Lagerlogistik und Fachlageristen starten dort ins Berufsleben. „Wir erwarten Pünktlichkeit, Ehrlichkeit und Spaß an dem Beruf. Unsere kaufmännischen Azubis sollten zudem kommunikativ sein und keine Angst vor dem Griff zum Telefon haben“, sagt Thomas Biebusch. Bei der Mitarbeiterführung geht KWG sehr fortschrittliche Wege: „Unsere Angestellten sollen die Führung des Unternehmens selbst übernehmen, sie sollen verstärkt unternehmerisch denken. Neue Kollegen bringen frischen Wind mit“, sagt Thomas Biebusch.

Das 50-jährige KWG-Jubiläum möchte die Geschäftsführung 2022 gebührend feiern – wenn das Pandemie-Geschehen es zulässt. „Unser 40-jähriges Bestehen haben wir damals auf einem Schiff auf dem Neckar gefeiert, etwas ähnliches kann ich mir auch gut für unser 50-jähriges vorstellen“, kündigt Katrin Gärtner-Tison an. ✖

Seit 2006 hat KWG auch Designbeläge im Programm und gehört damit zu den Pionieren bei dieser Belagsart. Das Foto zeigt den Belag Antigua Novel Asteiche.

KWG im Überblick

KWG Wolfgang Gärtner GmbH
In den Kreuzwiesen 32
69250 Schönau bei Heidelberg
Tel.: 0 62 28 / 92 06-0 · Fax: 0 62 28 / 92 06-90
www.kwg-kork.de · info@kwg-kork.de

Code scannen für mehr Infos zu KWG

Gründung: 1972
Umsatz: rund 22 Mio. EUR
Mitarbeiterzahl: 43
Geschäftsführende Gesellschafterin: Katrin Gärtner-Tison
Geschäftsführer Vertrieb/Marketing: Thomas Biebusch

Fotos: KWG