Böden nachhaltig und kreativ denken

KWG hat im vergangenen Jahr sein 50. Firmenjubiläum gefeiert

Die KWG Wolfgang Gärtner GmbH hat im vergangenen Jahr ihr 50-jähriges Bestehen gefeiert. Der Anbieter von Kork- und Designböden aus Schönau bei Heidelberg hat rund um das Jubiläum seine Anstrengungen beim Thema Nachhaltigkeit noch einmal verstärkt.

50 Jahre KWG Faszination Boden!

Von der Zimmerei zum Korkspezialisten

Gegründet wurde das Unternehmen im November 1972 von dem Zimmermeister Wolfgang Gärtner in den Räumen seiner damaligen Zimmerei in der Hauptstraße in Schönau. Von Beginn an stand das Naturmaterial Kork im Fokus. Das sollte auch im Firmennamen KWG – Kork Wolfgang Gärtner – sichtbar werden. Gärtner fokussierte anfangs auf den Direktimport der damals sehr beliebten Korkwandbeläge, Geschenkartikel sowie Dämmstoffe aus Kork aus dem Ursprungsland Portugal. Der schnelle Erfolg gab ihm recht. Gleichwohl kommen und gehen Trendprodukte mitunter sehr schnell. Das musste auch Gärtner früh erfahren – denn seine anfänglichen Verkaufsschlager kamen zunehmend aus der Mode.

Gleichwohl wuchs im Zuge der Ökowelle der 1980iger Jahre die Nachfrage nach hochwertigem Korkparkett. Gärtner erkannte die Veränderung frühzeitig und entwickelte sich in den folgenden Jahren zu einem der führenden Anbieter von Korkbodenbelägen in Deutschland weiter.

Dass sich Kork im Fußboden so erfolgreich entwickelte, lag nicht zuletzt auch an dem schwäbischen Tüftler aus Schönau. Seine Ideen und sein handwerkliches Geschick führten mit zur Entstehung der ersten Fertigparkettvarianten aus Kork – die Vorläufer der heutigen Klickböden. „Diese einfache und sichere Verlegeart führte dann zu einem wahrhaften Boom nach Korkbodenbelägen, da dieses herausragende Naturprodukt nun auch für den Heimwerker interessant wurde“, erinnert sich heute Katrin Gärtner-Tison, jüngste Tochter des Firmengründers.

Gärtner-Tison übernahm bereits in den 1980er Jahren die alleinige Geschäftsführung und leitet das Unternehmen bis heute als geschäftsführende Gesellschafterin. Seit 2011 steht ihr Thomas Biebusch als Geschäftsführer Marketing und Vertrieb zur Seite. Biebusch feierte 2022 sein 20-jähriges Firmenjubiläum. Gärtner-Tison ist inzwischen über 40 Jahre im Unternehmen tätig, die meiste Zeit davon in Führungsverantwortung.

Die schnellen Erfolge der Anfangsjahre ließen die Räumlichkeiten der ehemaligen Zimmerei schnell zu eng werden. 1983 erfolgte der erste Umzug in die Neckarsteinacher Straße. Aber auch dort wurde der Platz bald knapp; das Sortiment war zwischenzeitlich auf über 500 Artikel – Korkbodenbeläge und Zubehör – angewachsen und auch die Vertriebsstruktur änderte sich komplett. „Bereiste früher der Firmengründer die Republik, so setzte man im Zuge der Expansion auf ein Außendienstteam von freien Handelsvertretern“, erläutert Biebusch rückblickend.

1993 folgte der Umzug auf das Gelände des heutigen Firmensitzes im Schönauer Industriegebiet „In den Kreuzwiesen“. Aufgebaut wurde dort u. a. ein 2500 m² umfassendes Hochregallager. Aufgrund der Erfahrungen der Vergangenheit, dass sich das Kaufverhalten sehr schnell ändern kann, setzte man nicht mehr nur auf Korkböden, sondern erweiterte das Sortiment um Linoleum-Fertigparkett. Dieser Schritt erwies sich als goldrichtig, da zu Beginn des neuen Jahrtausends natürliche Bodenbeläge und frische Farben bei den privaten Hausherren gesucht waren.

Kork und mehr

Der nächste Meilenstein folgte im Jahr 2006. KWG orientierte sich verstärkt abseits der natürlichen Bodenbeläge und stieß dabei auf den Trend zu Designer-Vinylböden im Laden- und Objektbau. Zunehmend fanden auch private Renovierer Geschmack daran. Biebusch: „Als erstes Unternehmen präsentierten wir 2006 Designervinyl auf einer HDF-Trägerplatte und setzten damit einen Meilenstein für die gesamte Marktentwicklung dieses Produktbereichs in der Branche.“ Vorgestellt wurde das Produkt erstmals im Januar 2006 auf der „Domotex“ in Hannover.

Trotz dieser Entwicklung schlug das KWG-Herz aber weiter für natürliche Bodenbeläge aus Kork. Allerdings wurden in der Zeit reine Korkböden vom Verbraucher weniger stark nachgefragt, da sich die neuen Einrichtungstrends häufiger nicht mehr gut mit der Korkoptik kombinieren ließen. Deswegen machte sich das Unternehmen auf den Weg, seine natürlichen Materialien modern zu interpretieren. Eine Chance sahen Gärtner-Tison und Biebusch in dem aufkommenden Digitaldruck. „Ein Designboden aus Kork verbindet die Vorteile von Kork und moderne Dessins“, schlussfolgerten die Firmenlenker. Heute bietet KWG insgesamt 24 Dekore in Holz-, Fliesen- oder Steinoptik dieser in Optik und Haptik sehr hochwertigen Designböden an.

KWG hat drei Jubiläumsdekore für den digital bedruckten Korkboden „Samoa“ entwickelt

Wenig verwunderlich, dass alsbald der Platz am Standort wieder eng wurde. „Die weiter wachsende Nachfrage nach dem Produktportfolio von KWG und die damit notwendige Erweiterung der Lagerkapazitäten ließen das vorhandene Hochregallager in Schönau aus allen Nähten platzen und jeder Raum musste genutzt werden“, erläutert Biebusch. Da die Familie mit der Stadt Schönau eng verbunden ist, wurde nach Möglichkeiten gesucht, um an Ort und Stelle zu expandieren und den Standort nicht verlassen zu müssen. Aus diesem Grund wurde das Einzelhandelsgeschäft am Standort geschlossen und umgesiedelt in ein modernes Bodenbelagskompetenzzentrum in Dossenheim. „Heute ist gerade dieser Standort extrem wichtig, um Reaktionen der Endverbraucher zu testen, wenn es um Dekorentwicklungen und Kaufverhalten geht“, weiß der Vertriebs- und Marketingleiter.

Aber es fand sich auch eine technische Lösung für die Platznot. Das Hochregallager wurde umgebaut und kann heute doppelt so viele Paletten aufnehmen.

Fliese mit Klick

KWG war in all den Jahrzehnten immer auf der Suche nach möglichst nachhaltigen und natürlichen Produkten – und wagte 2014 einen Schritt in die „Fliese zum Klicken“. „Leider war dieser Versuch mit einer hochverdichteten Gipsfaserplatte, die digital bedruckt wurde, aufgrund technischer Probleme, nicht erfolgreich“, erinnert sich Gärtner-Tison. Dieser Rückschlag führte aber nur dazu, dass KWG zusammen mit seinen Partnern noch intensiver nach einer Lösung suchte. Der Erfolg kam 2017 mit „Java“, dem digital bedruckten Mineralboden. Die Basis des Trägers war diesmal ein Zementgemisch. Biebusch: „Damit war der Durchbruch geschafft. Die hohe Dimensionsstabilität und die Auslobung ‚wohngesunder Bodenbelag‘ mit dem Zertifikat des ‚Blauen Engel‘ waren und sind ausschlaggebend für den ungebrochenen Erfolg.“ „Java“ bildete auch den Startschuss für die Marketingkampage „Natur und Design“.

2020 und 2021 waren auch für KWG herausfordernde Jahre, die aber mit gemeinsamen Anstrengungen vom gesamten Team geschultert wurden. Gärnter-Tison betont: „Wir waren zu keinem Zeitpunkt in Schwierigkeiten, die nicht gelöst werden konnten.“

2022 sollte dann in der auslaufenden Corona-Pandemie das Jubiläumsjahr gebührend gefeiert werden, aber der russische Angriffskrieg auf die Ukraine mit all seinen negativen Begleiterscheinungen stellte das KWG-Team vor weitere große Herausforderungen. Biebusch: „Einige Vorhaben konnten nicht in der geplanten Form umgesetzt werden. Am Ende haben wir uns aber entschieden, unser Firmenjubiläum gebührend anzugehen, denn wir sind stolz, was aus dem, im November 1972 von Wolfgang Gärtner gegründeten Unternehmen, erwachsen ist.“

Second Life

Anlässlich des 50. Geburtstags hat KWG aber nicht nur gefeiert, sondern auch kreativ weitergearbeitet – und u. a. drei Jubiläumsdekore für „Samoa“, den digital bedruckten Korkbodenbelag, entwickelt.

Zudem wurde das Thema Nachhaltigkeit substanziell vorangebracht. Zusammen mit dem Produzenten der eigenen Böden, der Schweizer Lico AG, wurde das zweite Leben für die Bödenbeläge ausgerufen. Das Label „2nd life“ („Second Life“) beschreibt einen Kreislauf, der in der Produktion beginnt und wieder in der Fertigung endet. D. h. der von KWG gelieferte Bodenbelag wird am Ende seines Lebenszyklus vom Endverbraucher wieder über KWG in die Produktion zurückgeführt – wo aus dem retournierten Bodenbelag ein neues Produkt entsteht. Aktuell wird das Verfahren bei den digitalbedruckten Designböden „Samoa“ und „Java“ sowie den traditionellen Korkbodenbelägen umgesetzt.

Firmengelände im Jahr 2022 Foto: KWG

Blick zurück in die Firmengeschichte

Nachhaltige Führungskompetenz: Katrin Gärtner-Tison und Thomas Biebusch