



KORK AUF REISEN

In diesem Hotel laufen Gäste gerne barfuß

Seite 2/3



BESSER VERKAUFEN

Ein Online-Coach erklärt erfolgreichen Internet-Auftritt

Seite 3



KAMPAGNE

Presse-reise nach Portugal und Multimedia-Aktionen im Fokus

Seite 4

DAS KORK-BLATT



SCHÖNER LEBEN. MIT KORK.

Juli 2011 Der Newsletter für die Korkbodenbranche



EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

wussten Sie, dass die meisten Deutschen beim Kauf einer Immobilie mehr Wert auf Balkon und Terrasse legen als auf ein Bad? Umso besser, dass sich Kork auch für den Außenbereich eignet. Wie gut, erfahren Sie in den Innenseiten dieser Ausgabe.

Natürlich geht es auch um Korkboden. Für unser Titelthema sind wir der Frage nachgegangen, was einen hochwertigen Korkbelag ausmacht. Die hier aufgezeigten Fakten lassen sich im Verkaufsgespräch wunderbar als Argumente für das außergewöhnliche Material nutzen. Zudem stellen wir Ihnen ein Referenzobjekt vor, in dem Korkboden für Wohlfühlambiente sorgt – ein Lissabonner Hotel. Welche Rolle Kork heute in der nachhaltigen Architektur spielt und spielen könnte, lesen Sie im Interview mit Autor Joachim Fischer. Online-Experte Dr. Torsten Schwarz gibt praktische Tipps zur Optimierung Ihres Internetauftritts.

Ein aktueller Blick auf die Kampagne „Schöner leben. Mit Kork.“ darf natürlich nicht fehlen. Wie immer finden Sie alles Wissenswerte dazu auf der Rückseite und noch viel mehr.

Eine spannende Lektüre wünscht Ihnen

Tomas Cordes

Sprecher des Vorstands Deutscher Kork-Verband

Stresstest? Bestanden!

Kriterien, die erstklassiger Korkboden erfüllen muss

Keine leere Floskel: Qualität zahlt sich aus. Und das nicht nur für den Endkunden. Fachhändler punkten mit Korkboden, der hohen Ansprüchen gerecht wird, gleich doppelt: Sie gewinnen an Renommee und steigern den Abverkauf. Doch was zeichnet hochwertigen Korkboden eigentlich aus? Worauf Sie achten sollten, um Ihr Sortiment zu optimieren – und um im Verkaufsgespräch zu überzeugen.

Hersteller von Qualitätsböden sind alarmiert: In letzter Zeit häufen sich Meldungen über minderwertiges Korkfertiggparkett, das auf den Markt gelangt. Eine zu dünne Deckschicht aus Kork ist hier die Krux. Schichtdicken von unter einem Millimeter sind dabei keine Seltenheit. Ein großes Manko, denn: „Nur wenn die Korkauflage mindestens 2,5 Millimeter dick ist, entfaltet der Boden all seine positiven Eigenschaften, ist elastisch, gelenkschonend und fußwarm“, erklärt Tomas Cordes, Sprecher des DKV-Vorstands.

Hochwertiges Korkfertiggparkett punktet dagegen in allen Lagen. Die Versiegelung schützt effektiv vor Abrieb, Kratzern, Flecken und bewahrt zugleich die natürliche Anmutung des Naturstoffs. Und die Isolierschicht auf der Unterseite misst wenigstens zwei Millimeter Dicke. Nur dann spielt der Kork seine Eigenschaft als Wärme- und Trittdämmung überzeugend aus. Zusätzliches Qualitätsmerkmal: Eine Kantenversiegelung, die das Kork-Fertiggparkett vor eindringender Feuchtigkeit schützt.



Lupenreine Qualität

Korkparkett zur vollflächigen Verklebung beweist Klasse, wenn es eine Dicke von mindestens vier Millimetern vorweist. Als die Zeitschrift „Öko-Test“ zuletzt naturbelassene Korkparkettbeläge unter die Lupe nahm, schnitten gleich zehn von zwölf im „Öko-Test“ mit „Sehr gut“ und „Gut“ ab: Vor allem was Inhaltsstoffe anging, durchliefen sie die Prüfkammer laut Tester „mit Bravour“.

„Das Kork-Logo ist Garant für Qualität.“

Dr. Frank Kübart,

Geschäftsführer eco-Institut

Die hervorragenden Resultate verantwortet zum einen der umweltfreundliche Charakter des Naturstoffs. Zum anderen aber ein orange-schwarzes Logo, das die Ansprüche an die Verarbeitung sowohl von Klebe- als auch von Korkfertiggparkett seit 14 Jahren hoch hält.

Mit dem Kork-Logo hat der Deutsche Kork-Verband (DKV) das erste und einzige speziell auf Korkboden zugeschnittene Prüf-

konzept aus der Wiege gehoben. Mögliche Emissionen liegen im Fokus der Untersuchungen. „Produkte, die mit dem Kork-Logo markiert sind, enthalten zum Beispiel keine Schwermetalle, Pestizide, Flammschutzmittel oder synthetische Farbstoffe“, sagt Dr. Frank Kübart, Geschäftsführer des eco-Instituts, das die Laboranalysen für den DKV durchführt. Maßgeblich ist unter anderem auch die Rohdichte des Korks. Das Verhältnis seiner Masse zum Volumen muss mindestens 450 Kilogramm pro Kubikmeter betragen. Der Grund: Je höher die Dichte, desto strapazierfähiger der Kork.

Regelmäßige Checks von Produkten und Prüfkriterien sorgen für Aktualität: Die Mitglieder des DKVs müssen das Qualitätssiegel nach zwölf Monaten neu beantragen. Kübart: „Das Kork-Logo garantiert Qualität und gesundheitliche Unbedenklichkeit.“ Und hilft Händlern wie Verbrauchern dabei, sich vor Fehlkäufen zu schützen.

● **Tipp:** Mehr zu den umfangreichen Analysen des Kork-Logos unter www.eco-institut.de

BRANCHENTICKER

Vorgeföhlt: Wie Deutschland modernisiert

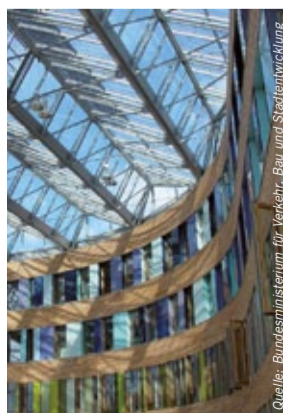
Der schnellste Weg zu Wohnkomfort? Für die Deutschen ist das ein neuer Boden: In den letzten drei Jahren war dies mit 35 Prozent die wichtigste Renovierungsarbeit. So das Ergebnis der GfK, die für die LBS 3.100 Hauseigentümer befragte. Unsere Empfehlung für größten Wohnkomfort: Korkboden

www.lbs.de

Vorteilhaft: Grüner Bonus für die Immobilienbranche

Energieeffizientes Bauen zahlt sich aus: Das zeigt ein Blick in die USA. Dort erzielen „Green Buildings“ bis zu 13 Prozent höhere Marktpreise als konventionelle Gebäude. So lautet das Fazit einer Studie des int. Immobilienfachverbands RICS. Sehr wahrscheinlich, dass dieser Trend nach Deutschland schwappt.

www.joinricsineurope.eu/de



Quelle: Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung

Vorgeschrieben: Neuer Wegweiser für Öko-Bauten

Umweltschutz als oberstes Gebot: Die Anwendung des neuen „Leitfaden Nachhaltiges Bauen“ ist ab sofort verpflichtend, sobald es um Bauaufgaben des Bundes geht. Bislang gibt es die Arbeitshilfe, die Methoden und Bewertungsregeln an die Hand gibt, nur in digitaler Form unter:

www.nachhaltigesbauen.de

Weitere Informationen und Neuigkeiten zu Kork und Korkboden finden Sie rund um die Uhr auf

www.schoener-leben-mit-kork.de,
www.facebook.com/schoenerlebenmitkork und
www.twitter.com/korknews





INTERVIEW

„Kork muss die Menschen emotional berühren“

Autor Joachim Fischer zur Bedeutung von Korkboden in der zeitgenössischen Architektur.



In dem Buch „Grüne Wohnträume“ zeigen Sie Beispiele für moderne, nachhaltige Architektur. Fehlte es bislang an attraktiven Vorbildern?

Wir haben damals selbst gebaut und wollten ein modernes, zeitgenössisches Haus mit nachhaltigem Energiekonzept. Mir fehlten zu diesem Zeitpunkt visuelle Anreize und auch ein gewisser Überblick über das, was machbar ist. Bei der Recherche habe ich mich dann gefragt: Wie trifft jemand die richtige Auswahl, der keinen Zugang zu Architekten hat wie ich? Zum selben Bereich kann es fünfzehn Anbieter und siebzehn oder achtzehn Meinungen geben.

Welchen Stellenwert haben Kork und speziell Korkboden für Architekten?

In der zeitgenössischen Architektur Deutschlands spielt Kork derzeit keine große Rolle. Doch es gibt antizyklische Entwicklungen mit starker Trendwirkung. Vor einigen Jahren hätte noch keiner mit der Renaissance der Tapeten gerechnet. Zu einem solchen Image-Wandel hätte auch Kork das Zeug. Hinsichtlich aktueller Themen wie Nachhaltigkeit und Raumakustik besitzt dieser Boden wichtige Alleinstellungsmerkmale, die es zu nutzen gilt.

Wie kommt es zu einer solchen Trendwende?

Wohnbereiche sind stark herz- und gefühlsgesteuert. Die kreative Herausforderung liegt darin, Menschen emotional zu berühren. Zeigt der Fachhändler zum Beispiel illustriertes Infomaterial mit verschiedensten Lebenswelten, kann sich der Kunde darin wiederfinden – und durch die neue Optik von Korkboden überraschen lassen.

Schluss mit Träumen, Zeit zum Gewinnen! Wir verlosen den Band „Grüne Wohnträume“ von Joachim Fischer und Gerhard Matzig auf Seite 4

WOHNTREND KORK

Drinnen wie draußen ein natürlicher Hingucker

Ob als Bodenbelag, modernes Küchenaccessoire, exklusives Möbelstück oder schicke Liege für Terrasse und Pool – Kork inspiriert Designer zu vielfältigen Produkten für den Wohnbereich und lässt jede Menge Spielraum für Gestaltung und Form. Kein Wunder: Kork ist von Natur aus wetterfest, geschmeidig, angenehm in der Haptik und einfach schön.

Wie kaum ein anderes Volk investieren die Deutschen gerne und viel in ihren Wohnraum, für den Sommer auch kräftig in den Außenbereich. Laut Immobilien-Trendstudie 2010 der Planet Home AG sind eine Terrasse oder ein Balkon für 84 Prozent der Deutschen ein unverzichtbares Ausstattungsmerkmal, wenn es um den Kauf eines Hauses oder einer Wohnung geht. Damit sind die beliebten Erholungsanlagen sogar wichtiger als ein Badezimmer mit Dusche oder Wanne! Zeit also, sich diesen Bereichen einmal näher zu widmen.

Ein Blick über den Gartenzaun ...

... verrät, wie Menschen es sich im Sommer gemütlich machen. Im Kommen sind Outdoor-Möbel und Deko-Elemente aus oder mit Kork. Sich auf einer behaglichen Naturkork-Liege die Sonnenstrahlen aufs Gesicht scheinen lassen, ist eben etwas anderes als auf einem Kunststoffstuhl zu schwitzen. Dabei ist Kork keineswegs ein Schönwetter-Material, denn schon die Korkeiche muss extreme Witterungen aushalten, was ihr durch ihre Rinde gelingt. Temperaturen von minus 5 bis zu plus 40 Grad und



Wohlfühlen statt schwitzen: Outdoor-Möbel aus Kork von Daniel Michalik sind ein Renner der Sommersaison.

heftige Niederschläge ist der Baum durch das mediterrane Klima seiner Heimat gewohnt. Im Laufe der Geschichte wehrten die Wälder zudem manche Feuersbrunst ab. Kork ist zudem wasserabweisend und verrottungsresistent, also perfekt geeignet für alles, was auf Balkon oder Terrasse für Wohlfühlambiente sorgen soll.



Robust, angenehm in der Haptik und ein optisches Highlight in jedem Zuhause: Designerhocker und -tische aus Kork von XL Boom.

Schön, aber kein Schönwettermaterial: Kork ist wasserabweisend und verrottungsresistent.

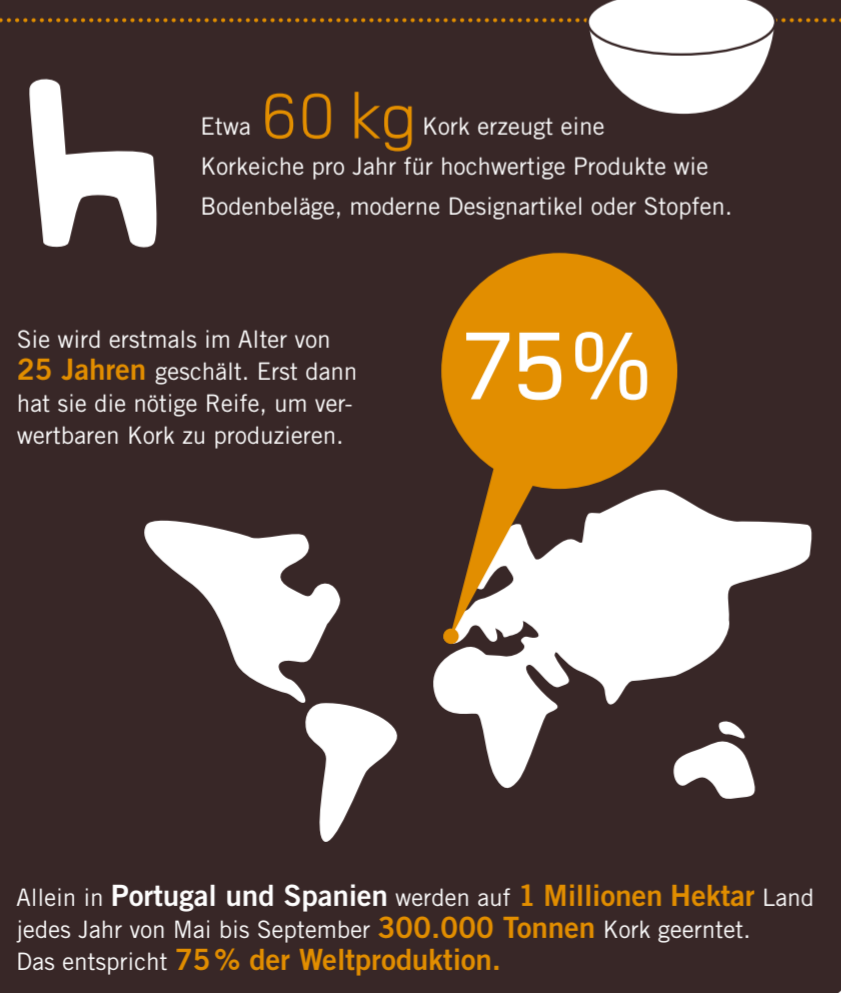
Wohnen mit Kork: ein klares Statement

Dass ein Korkboden umweltfreundlich ist, viele gute Eigenschaften hat und für jeden Raum geeignet ist, spricht sich allmählich herum. Doch Kork kann viel mehr. Seine flexible und gleichzeitig solide Beschaffenheit sowie die natürliche Ausstrahlung machen ihn zu einem begehrten Objekt für Kreative dieser Welt – und damit für weitere Käufergruppen. Die Palette reicht von griffigem Geschirr über puristische Kerzenhalter bis hin zu stilvollen Sitzgelegenheiten. Doch warum stehen plötzlich alle auf Kork? „Er fügt sich perfekt in die Umgebung ein, passt toll zu Holz oder kann zu Materialien wie Chrom oder Satin einen wunderbaren Kontrast bilden“, so der niederländische Innen-

architekt Eric Kuster. Dem stimmt auch Ann De Cock von der belgischen Designergruppe XL Boom zu. „Kork führt auf das Wesentliche zurück, ist schlicht und gleichzeitig emotional.“ Beim Pressen und Formen des Granulats wird kein künstlicher Klebstoff verwendet, sondern das eigene Harz der Rinde. Noch ein Pluspunkt für den Hingucker der Sommersaison.

Erst kürzlich stellte zum Beispiel Designer Pedro Campos Costa seinen „Lounge Chair“ auf der Mailänder Designwoche Fuorisalone vor. Hier können Sie das gute Stück in Aktion sehen: <http://vimeo.com/23560394>

Kork in Zahlen



KORK IM EINSATZ

Urlaub in einer Oase der Natur

In diesem Lissabonner Hotel wächst der Boden (fast) vor der Tür

Wie wird der Reiseaufenthalt zum Wohlfühl-Erlebnis? Die Antwort gibt ein gerade mal elf Monate junges Hotel in Lissabon mit einem sehr umweltfreundlichen, kreativen Design-Konzept. Lob von den Gästen gibt es vor allem für den Boden – natürlich aus Kork.

Diese Räume vermitteln Ruhe, Klarheit, Luft, Anmut und Wohlfühl – so das Resümee eines Schweizer, der das Inspira Santa Marta Hotel im Internet bewertete. Das Konzept des Vier-Sterne-Domizils geht auf: Modernes, unaufdringliches Design, umweltschonende Materialien und eine von Feng-Shui geprägte Innenarchitektur fügen sich zu einem harmonischen Ganzen. Natürliche Stoffe spielen in dieser Komposition eine zentrale Rolle. Einer der Gründe, warum sich die Planer dafür entschieden, rund ein Viertel der 89 Hotelzimmer komplett mit Korkboden auszulagern.



Bevor das neue Hotel im August 2010 den Betrieb aufnahm, wurde der strapazierfähige Belag auf etwa 500 Quadratmetern vollflächig verklebt. „Unsere Gäste mögen diesen Boden sehr“, berichtet Hoteldirektor Nick Roucos. „Sie finden ihn angenehm weich und hygienisch – besonders unter bloßen Füßen.“

Design von heute und morgen

Mit dem vielseitigen Naturbelag geht das Inspira nebenbei auf einen der größten Wünsche weiblicher Reisende ein. Nach einer aktuellen Umfrage des Internetportals HotelCheck.de empfinden Frauen Teppichbeläge in Hotelzimmern als unhygienisch. Wie das Inspira beweist, ist der

Fußschmeichler Kork eine pflegeleichte, unkomplizierte Alternative. Roucos: „Wir wollten ein Naturprodukt mit langem Lebenszyklus, also einen ökologisch und ökonomisch nachhaltigen Boden. Kork ist sehr widerstandsfähig und entwickelt mit der Zeit eine wunderschöne Patina, ähnlich dem Charme von ehrwürdig gealtertem Holz.“

Korkboden und Holzdekorationen in den „Tree Rooms“ strahlen mit warmen Erdtönen Ruhe aus, tiefgrüne Stoffe setzen Akzente in den Farben des Waldes. Das Resultat ist ein Wohlfühl-Erlebnis im Einklang mit Mutter Natur. Die Bewertung des Internet-Bloggers aus der Schweiz beweist: Mission erfüllt.

Sich zwischen den Elementen der Natur zur Ruhe betten: In den „Tree Rooms“ gehen Gäste gerne auf Tuchfühlung mit Kork.

Welches ist Ihr persönliches Wohlfühl-Zimmer? Klicken Sie auf www.inspirasantamartahotel.com die Menüpunkte „Rooms“ und „Moods“ an.



Was Internet-Auftritte erfolgreich macht? Dr. Torsten Schwarz kennt die Antwort. Der Fachautor, Seminartrainer und Berater entwickelt Strategien fürs Online-Marketing.



EXPERTENTIPP

Wie wichtig es ist, im Internet präsent zu sein, weiß mittlerweile (fast) jeder Betrieb. Doch Präsenz allein reicht meist nicht mehr aus. Wie Ihre Website Besucher anzieht, verrät der Experte für Online-Marketing, Dr. Torsten Schwarz.

„Wer etwas kaufen will, informiert sich vorher im Internet. Stellen Sie deshalb Inhalte auf die Website, die Ihre Kunden für den Kaufentscheid brauchen. Wenige Klicks müssen zu Infos über Ihr Sortiment (inklusive guter Fotos), Preisen, Kontaktdaten und Wegbeschreibung führen. Mehrwert bieten Links zu anderen hilfreichen Seiten, zum Beispiel Produkttests. Achten Sie überall auf Aktualität. Optimaler Besuchslieferant für die Homepage: E-Mail-Newsletter.“

Brennt Ihnen dieses Thema unter den Nägeln? Hier finden Sie jede Menge Tipps und direkten Kontakt zu Experten: www.online-marketing-experts.de



Vom Baum zum Boden – für ausgewählte Journalisten wurde die Pressereise in die portugiesischen Korkeichenwälder zum einzigartigen Erlebnis.

HINTER DEN KULISSEN

Im Land der Korkeichen

Begeisterung bei Pressereise nach Portugal

Viel wurde in den vergangenen Monaten zu Kork und Boden in unterschiedlichsten Medien geschrieben. Bisläng blieb es für die meisten Redakteure jedoch Theorie. Im Mai hatten ausgewählte Journalisten die Gelegenheit, sich den Weg der Rinde „vom Baum zum Boden“ exklusiv und aus nächster Nähe anzusehen.

In Lissabon und Umgebung wurden die Vertreter renommierter Verlage in die Geheimnisse der Korkverarbeitung eingeweiht. Ob der Besuch der Korkeichenwälder, des Forschungszentrums oder Eco-Design-Stores – die Reise hinter die Kulissen des Naturmaterials bedeutete zwei Tage Kork pur. Das Thema machte selbst vor den

Hotelzimmern nicht Halt, die mit einem edlen Korkparkett ausgestattet waren. Für die Journalisten ein willkommener Anlass, die

„Ein faszinierendes Erlebnis, hinter die Kulissen der Korkbodenherstellung zu blicken und die Heimat dieses interessanten Materials live zu sehen!“

Reaktion einer Redakteurin während der Reise

Schuhe auszuziehen und barfuß über den angenehm warmen Belag zu laufen. „Dass wir Kork und insbesondere den Boden erlebbar und mit allen Sinnen erfahrbar machen konnten, wird das Material noch stärker ins Bewusstsein rücken und nachhaltig im Gedächtnis bleiben“, erklärt Dr. Frank B. Müller, Sprecher der Kampagne „Schöner leben. Mit Kork.“ „Es war die perfekte Mischung aus Naturerlebnis, Wissenschaft und Design. Wir freuen uns schon auf die Reise Ende Juli, bei der wir ausgewählten Innenarchitekten Kork zum Anfassen bieten.“

Mit Direktmarketing und Online-PR zu neuen Zielgruppen

Selbstverständlich werden weiterhin sämtliche Interessensgruppen über verschiedene Kanäle angesprochen. So erhielten per Direkt-Mailing 30.000 Fachleute aus den Bereichen Handel, Innenarchitektur und Raumplanung Broschüren mit emotionalem und hochwertigem Bildmaterial. Es beweist eindrucksvoll, wie gut Kork ökologische Vorteile und attraktive Designs



Kork Online – ein multimedialer Beitrag auf faz.net sorgte im Mai für Aufmerksamkeit bei wichtigen Zielgruppen.

vereint. Die ersten Reaktionen zeigen, dass besonders Innenarchitekten nach interessanten Materialien suchen und Kork als natürliche wie ästhetische Alternative eine willkommene Abwechslung bietet. Im Internet ist Kork ebenfalls präsent und das gleich multimedial. So platzierten die Kampagnenmacher auf der Website der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ (faz.net) ein informatives Feature mit Quiz, Podcast, Bildergalerie und Videos rund um Kork. Eine spannende Geschichte mit Mehrwert – für die Leser und für die Korkboden-Branche.

Informationen zu allen Aktionen auf www.schoener-leben-mit-kork.de und www.facebook.com/schoenerlebenmitkork.

TERMINE

Messen und Kongresse

EPF (Feuchtwangen)

Fachmesse Estrich Parkett Fliese
30. Juni–2. Juli 2011

TrendSet (München)

Fachmesse für Wohnambiente und Lebensart
9.–11. Juli 2011

Haus & Garten Träume (Burg Ohrdruf)

Ausstellung für Heim und Hausbau
29.–31. Juli 2011



Wussten Sie, dass ...

... an Kork selbst warmer Sommerregen abperlt?

Und zwar an einem Regenschirm aus Kork, zum Beispiel von Pelcor. Dank der harzähnlichen Substanz Suberin, aus der die Zellwände vorwiegend bestehen, lässt Kork keine Nässe durch und sorgt für Trockenheit, wenn andere im Regen stehen.

... Kork fast 5.000 Fans auf Facebook hat?

Kork? Gefällt mir! – das dachten sich rund 5.000 Facebook-User unterschiedlichsten Alters und bleiben nun mit uns auf dem neusten Stand in Sachen Kork, Nachhaltigkeit, Wohnen und Design. www.facebook.com/schoenerlebenmitkork

... Kork auch in der Disco abhängt?

Im Amsterdamer Szene-Club „Jimmy Woo“ schuf der niederländische Designer Eric Kuster einen stylischen Blickfang. Er arrangierte ein goldenes XXL-Sofa vor einer geheimnisvollen Wand aus Kork. Der Effekt: Gänsehaut.



Impressum

Herausgeber: APCOR, Avenida Comendador Henrique Amorim, Nº. 580, 4536–904 Santa Maria de Lamas (Portugal)

Verleger: Deutscher Kork-Verband e.V., Mittelstraße 50, 33602 Bielefeld

V.i.S.d.P.: Dr. Frank B. Müller, Deutscher Kork-Verband e.V., Mittelstraße 50, 33602 Bielefeld

Kontakt zur Redaktion: Hering Schuppener, Telefon: 0211 4307919, E-Mail: kork@heringschuppener.com

Drucker: PLAN U. DRUCK GbR, Ronsdorfer Straße 53, 40233 Düsseldorf

Erscheinungsort: Düsseldorf

Weiterführende Informationen: www.schoener-leben-mit-kork.de, www.facebook.com/schoenerlebenmitkork, www.twitter.com/korknews

Vervielfältigung, Speicherung und Nachdruck ausdrücklich erwünscht!



GEWINNSPIEL
BILDBAND
ECO-HÄUSER!

So ansehnlich ist grüne Architektur

Haus am See, Mini-Domizil oder Solar-Bauwerk – drei von 26 Eigenheimen, die beweisen, dass Nachhaltigkeit und Ästhetik zusammengehen. Branchenprofi Joachim Fischer unterfüttert seinen Bildband mit detaillierten Baudaten und Energiekonzepten. 2 x verlosen wir das Buch „Grüne Wohnträume“ (je Euro 39,95) mit einem Vorwort von Süddeutsche-Redakteur Gerhard Matzig.

Ihre Chance zu gewinnen: Registrieren Sie sich bis zum 10. August 2011 im Händlerbereich auf www.schoener-leben-mit-kork.de. Viel Glück!

Eine Initiative des Deutschen und Portugiesischen Korkverbandes:

