

Domotex 2020

Menschen und Märkte

Nicht nur Neuheiten stehen auf einer Messe im Mittelpunkt. Die Domotex gilt auch als wichtige Kommunikationsplattform innerhalb der Branche. Wie entwickeln sich Unternehmen und Märkte? Welche Herausforderungen stehen an? Wir haben uns umgehört.



„Bei Spachtelmassen geht der Trend ganz klar hin zu immer schneller trocknenden Systemen,“ sagt **Bernd Lesker**, Leiter der Mapei Anwendungstechnik. Das gelte sowohl für Gips- wie für zementäre Spachtelmassen. „Der Handwerker muss sicher sein, am nächsten Tag verlegen zu können.“

Bilder: bwd

Annika Windmüller, Leiterin Unternehmenskommunikation der Windmüller Holding, blickt auf ein gutes Geschäftsjahr zurück. „Wir haben unsere Umsatzziele erreicht.“ Für 2020 plant Windmüller weitere Investitionen in die Fertigungstechnik und: Die USA wird mehr und mehr ein wichtiger Purline-Markt.



Das Workcamp Parquet ist sein Baby: **René Caran** demonstrierte auf der Domotex zusammen mit seinem Team traditionelle Techniken des Parkettlegerhandwerks.



Das sorgte für Gesprächsstoff in Hannover: Die niederländische Condor Group hat zu Beginn des Jahres die Traditionsmarken Dura, Textimex und TWN übernommen. Vincent Vermoere, Geschäftsführer des zur Condor-Gruppe gehörenden Vebe Floorcoverings, war auf der Domotex im wahrsten Sinne ein „gefragter Mann“.



Cindy van Moorlegem, Marketingleiterin der IVC-Group: „Mit LayRed 55 wollten wir unseren Kunden einen High-Performance-Fertigvinylboden bieten, der wie Naturholz oder -stein aussieht.“ In Augenschein nehmen konnten die Messebesucher die Kollektion auf dem „Zero-Waste-Stand“ des belgischen Herstellers.

Wiebke Ullmann, Marketing und Kommunikation bei Loba, lenkte das Augenmerk auf die neue „Lobasand“-Produktfamilie mit ihrer umfangreichen Bandbreite an Schleifmitteln und Pads. Völlig neu im Angebot sind zudem Schleifbänder und Klett-Schleifscheiben mit Keramikkorn, Aluminiumoxid und Zirkonkorund.



