



## PRESSEINFORMATION

DOMOTEX 2018

### **„Echte Teufelskerle“: Ardex startet große Boden-Offensive**

**Witten, 8. Januar 2018. Rote Eimer als Blickfang in Halle 13, Stand F 20: Hier präsentiert Ardex seine neuen Bodenbelagsklebstoffe als ersten Teil der großen „Offensive Boden“, die sich über das gesamte Jahr 2018 erstreckt. Dafür hat das Familienunternehmen das gesamte Sortiment für Holz, Teppich und elastische Beläge auf den Prüfstand gestellt. Das Ergebnis sind neue Produkte in neuer Optik und mit neuem Auftritt. Hinzu kommt eine intensivere Betreuung auf Baustellen und im Fachhandel – dank 13 neuer Mitarbeiter speziell für den Bodenbereich.**

1954 hat Ardex mit der Bodenspachtelmasse ARDUR 351 das erste Bodenprodukt auf den Markt gebracht. Bodenbelagsklebstoffe sind bei Ardex bereits seit Ende der 1990er Jahre im Programm. Zum neuen Jahr startet Ardex eine Offensive in diesem Bereich – die größte in der Firmengeschichte. „Wir haben den Bodenbereich als ausbaufähig identifiziert und sehen hier großes Potenzial“, sagt Dr. Ulrich Dahlhoff, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb bei Ardex. „Deshalb haben wir alles überprüft und drehen jetzt an allen ‚Stellschrauben‘, die es gibt, also Marktauftritt, Verpackung, Produkte, Sortiment und Vertrieb. Wir freuen uns, dass wir ab 2018 für jeden Anwendungsbereich Top-Produkte zu marktgerechten Preisen anbieten können – vom Universalklebstoff über Individual-Produkte bis hin zu Spezialanwendungen.“

#### **Erste Präsentation auf der DOMOTEX**

Für die erste Präsentation der neuen Bodenbelagsklebstoffe hat sich Ardex die Leitmesse DOMOTEX ausgesucht. Hier ist das Familienunternehmen das erste Mal seit 2004 wieder mit einem Stand vertreten. In zahlreichen Live-Vorführungen wollen die Bodenexperten Anwendern das neue aus 18 Belagsklebstoffen bestehende Sortiment näherbringen, das alte Produkte zum Großteil ersetzt. Zudem stehen weitere Systemlösungen von Ardex im Fokus. Der Sachverständige Thorsten Grotjohann vom Institut für Fußbodenbau steht den Besuchern als Gesprächspartner zur Verfügung und hält kurze Vorträge zu relevanten Themen aus dem Bodenbereich.

#### **Komplettes Sortiment überarbeitet**

Im Vorfeld hat Ardex alles optimiert – von der Rezeptur über die Verpackung bis hin zur Vermarktung. Dabei wurde in einem interdisziplinären Team eng zusammengearbeitet. Wichtig war es dem gesamten Bodenteam dabei, die Wünsche der Handwerker zu berücksichtigen. „Vor allem die schnellere Haftung war ein Anliegen der Praktiker“, sagt Martin

Kupka, Leiter Anwendungstechnik für den Bereich Boden/Wand/Decke bei Ardex. Eine Selbstverständlichkeit bei der Entwicklung der Produkte war, dass sie möglichst emissionsarm sein sollten. „Bis auf ein Spezialprodukt sind alle Produkte mit dem Emissioncode-Siegel EC1 Plus gekennzeichnet und damit besonders emissionsarm.“

Bei den Verpackungen hat sich Ardex ebenfalls am Praxisbedarf orientiert. So können die Anwender jetzt anhand der aufgedruckten Bilder auf einen Blick erkennen, für welchen Einsatzbereich das Produkt ist – ebenso am Produktnamen. Hinzu kommt neben den auffällig roten Eimern eine spezielle Farbcodierung auf jedem Produkt. „Braun steht beispielsweise für Parkettprodukte und grün kennzeichnet den Anwendungsbereich für textile Beläge“, so Kupka weiter. Zusätzlich gibt es sogenannte Basisprodukte, die universell einsetzbar sind. Sie sind mit grau gekennzeichnet. Dazu kommt ein aufmerksamkeitsstarker neuer Marketingauftritt.

### **Betreuung ausgebaut**

Ein weiterer Baustein der „Offensive Boden“ ist die umfassendere Betreuung auf Baustellen und im Fachhandel. Zusätzlich zu dem existierenden Vertriebsteam hat Ardex allein im vergangenen Jahr 13 neue Mitarbeiter eingestellt: neun Gebietsleiter für den Bodenbereich, zwei Anwendungstechniker, einen Vertriebsleiter speziell für das Bodengeschäft und einen Produktmanager. „Das bedeutet, dass wir von insgesamt 70 Gebietsleitern jetzt rund 40 haben, die Handwerkern und Händlern als Ansprechpartner für den Bodenbereich zur Verfügung stehen. Weitere Neueinstellungen sind für 2018 bereits geplant“, sagt Dr. Ulrich Dahlhoff.

Dr. Dahlhoff und seine Kollegen aus dem Bereich Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb sind von diesem Komplettpaket überzeugt. „Daran werden wir gemeinsam wachsen – schließlich handelt es sich um die größte Vertriebsoffensive der Firmengeschichte und die größte vertriebliche Investitionsmaßnahme, die es bei Ardex je gab.“

### **Über Ardex**

Die Ardex GmbH ist einer der Weltmarktführer bei hochwertigen bauchemischen Spezialbaustoffen. Als Gesellschaft in Familienbesitz verfolgt das Unternehmen seit mehr als 65 Jahren einen nachhaltigen Wachstumskurs. Die Ardex-Gruppe beschäftigt heute über 2.700 Mitarbeiter und ist in mehr als 50 Ländern auf allen Kontinenten präsent, im Kernmarkt Europa nahezu flächendeckend. Mit mehr als zehn großen Marken erwirtschaftet Ardex weltweit einen Gesamtumsatz von mehr als 720 Millionen Euro.

### **Presseanfragen bitte an:**

Ardex GmbH  
Janin Dorloff, Friedrich-Ebert-Straße 45, 58453 Witten  
Tel. 02302 664-598, janin.dorloff@ardex.de