

# Pressemitteilung

Januar 2020



## “Laminate flooring – Made of wood”

**EPLF stellt neue Kommunikationskampagne vor, die die umweltfreundlichen Eigenschaften von Laminatfußböden präsentiert**

*Hannover, 11. Januar 2020* - Die Vorstandsmitglieder des Verbandes der europäischen Laminatfußbodenhersteller präsentierten heute auf einer Pressekonferenz auf der Domotex die neue Kommunikationskampagne des Verbandes mit dem Titel *"Laminate flooring – Made of wood"* (Laminatfußboden - hergestellt aus Holz). Diese spiegelt die großen umwelttechnischen Vorteile des Laminatbodens im Vergleich zum Preis-Leistungs-Verhältnis wider.

*"Ziel der Kampagne "Laminate flooring – Made of wood" ist es, als Mythenbrecher zu fungieren. Die meisten Verbraucher sind sich der Zusammensetzung von Laminat nicht bewusst und denken, dass es sich um Kunststoff handelt. Doch das ist nicht der Fall. Um es gleich vorwegzunehmen: Unsere Produkte bestehen zu 80% aus Holz. Holz ist ein nachwachsender Rohstoff und eines der nachhaltigsten Materialien unseres Planeten. Mit Laminatfußböden können die Verbraucher etwas Gutes für die Umwelt tun und erhalten gleichzeitig ein gutes Produkt. Die Verbraucher verzichten nicht auf Qualität, sie müssen keine Kompromisse eingehen, um nachhaltig zu sein. Laminat ist einfach die beste Kombination",* erklärte Max von Tippelskirch (Schweizer Krone), Präsident des EPLF, während der Pressekonferenz.

In der heutigen Zeit, in der Umwelt- und Kaufkraftbelange im Mittelpunkt der wirtschaftlichen Aktivitäten stehen, soll die Kampagne *"Laminate flooring – Made of wood"* das Bewusstsein bei Verbrauchern und Handel schärfen: Laminatboden bietet dem Verbraucher eine der besten Möglichkeiten für seine Raumgestaltung. Ziel ist es auch, ein intelligentes Kennzeichnungssystem zu entwickeln, das für den Verbraucher bei der Wahl des richtigen Bodenbelags für sein Zuhause leicht zu erkennen ist.



Durch die jüngsten und laufenden Entwicklungen unterscheiden sich Laminatböden heute von dem, was der Markt wahrnimmt. In den letzten Jahren haben Fachleute und Ingenieure ihre Produkte dramatisch verbessert, um sicherzustellen, dass sie den ökologischen, qualitativen und wirtschaftlichen Anforderungen der Verbraucher entsprechen. Die Marketing- und Vertriebsmitarbeiter werden nun die Aufgabe haben, die gute Nachricht auf dem Markt zu verbreiten, um die zahlreichen Vorteile von Laminatfußböden zu demonstrieren.

-/-

**Über den EPLF:** Der 1994 in Deutschland gegründete Verband der europäischen Laminatfußbodenhersteller vertritt die führenden Laminatfußbodenhersteller in Europa und deren Zulieferer. Die Schwerpunkte seiner Arbeit liegen in der Forschung, Entwicklung, der Einführung von Normen und der Vertretung auf internationalen Fachmessen. Die Geschäftsführung ist seit November 2019 nach Brüssel umgezogen.