## Korkfußböden im Geschäftsjahr 2021 gut nachgefragt

**Branche im Aufwind – digital bedruckte Sortimente mit starkem Wachstum**

**Das Geschäftsjahr 2021 endete für die Mitglieder im Bereich Korkfußboden des Deutschen Kork-Verbandes e.V. (DKV) erneut mit einem guten Ergebnis. Die Talsohle insbesondere in Deutschland bei Absatz von Korkparkett und -Fertigparkett scheint durch innovative Produktentwicklungen, intensive Marketinganstrengungen, der öffentlichen Sensibilisierung mit Blick auf Nachhaltigkeit, CO2-Fußabdruck und Klimawandel sowie die durch Corona beförderte Zuwendung der Verbraucher auf die Verschönerung der eigengenutzten Wohnung überwunden. Sowohl zu 2020 als auch zum Vor-Pandemiejahr 2019 stiegen die Korkboden-Umsätze und -Mengen deutlich.**

Insbesondere das zweite Quartal 2021 brachte die Mitgliedsunternehmen an ihre Kapazitätsgrenzen. Nach einem eher verhaltenen Jahresstart sorgten rund 28 % Mengenwachstum verkaufter Kork-Bodenbeläge im Vergleich zum Vorjahresquartal II-2020 für einen kräftigen Absatzschub. Diese Erfolgsgeschichte hielt auch im 3. Quartal mit zweistelligem Mengenzuwachs an. Die wertmäßige Entwicklung verhielt sich adäquat.

Im Fokus der Verbraucher standen klar an erster Stelle digital bedrucktes Kork-Fertigparkett. In dieser Bodenkategorie stiegen die abgesetzten Volumina im Gesamtjahr 2021 zum Vorjahr um über 30 %, dicht gefolgt von Klebekork ‚Print‘ mit rund zehn Prozent Mengenwachstum. Doch diese erfreulichen Zuwächse bestehen den Vergleich nicht nur zu dem von Schockwellen geprägten Pandemie-Jahr 2020, sondern auch zum Vor-Corona-Jahr 2019: Auch hierzu stiegen die Mengenabsätze beider Bodenkategorien im vergangenen Jahr deutlich um +26 % bzw. +12 %.

Im Jahresvergleich 2021 zu 2020 legten die über die Mitglieder des DKV vertriebenen Bodenbeläge mit Kork insgesamt um 7,3 % nach Wert sowie um 4,5 Prozent nach Volumen zu. Zum vorpandemischen Jahr 2019 zeigt sich die positive Entwicklung für Kork-Bodenbeläge mit rund 17 % Wert- und 13 Prozent Mengenwachstum ebenso eindrucksvoll.

Sicherlich begünstigt von der durch die Pandemie beflügelten Hinwendung der Endkunden mit massiven Investitionen in die Verschönerung ihres Wohnumfelds bzw. ihrer Einrichtung, vollzieht sich die Trendumkehr der Verbrauchergunst bei Kork nun ganz offensichtlich im Bodensegment. Bereits seit einigen Jahren erfreut sich das Material in anderen Anwendungen bester Nachfrage – so beim Möbelbau, der Kunst, in der Gesundheitsbranche oder der Bekleidungsindustrie.

Grundsätzlich steigt die Nachfrage nach verantwortungsbewusst eingesetzten, nachhaltigen und nachwachsenden Grundmaterialien wie Kork; wächst das Interesse an Carbon Footprint sowie Nachhaltigkeit. Spätestens seit der ‚Fridays for Future‘-Bewegung durchdringt das Thema Klimaschutz die gesamte Öffentlichkeit. Durch Marketingbemühungen auf Verbandsebene und dem technischen Fortschritt sieht die Branche das vormalige „Partykeller-Image“ von Kork endgültig für überwunden. Maßgeblich beigetragen hat dazu die Veredlung von Korkböden dank Digitaldruck, der kaum Designwünsche offenlässt. Aus Sicht seiner Materialeigenschaften, wie Elastizität oder Dämmwirkung, gilt Kork ohnehin als unübertroffen.

**Der Deutsche Kork-Verband e.V. (DKV)**

Der Deutsche Kork-Verband e.V. wurde 1985 gegründet. Zweck des Verbandes ist die Wahrnehmung und Förderung aller gemeinsamen Belange der in ihm zusammengeschlossenen Unternehmen. Neben der branchenpolitischen Interessenvertretung der Mitgliedsfirmen liegen die Schwerpunkte der Verbandstätigkeit in der Qualitätssicherung für Produkte aus Kork, in der Verbesserung der Herstellungs- und Verarbeitungsmethoden sowie in der Initiierung und Unterstützung von Forschungsprojekten über das nachwachsende Naturprodukt Kork und die daraus entstehenden Endprodukte. Weitere Informationen unter www.kork.de.