



---

# **Das Innovations-Manifest des Verbandes der Europäischen Laminatbodenhersteller EPLF e.V.**

The Innovation Manifesto  
of the Association of European  
Producers of Laminate Flooring EPLF

---



Quality and  
Innovation  
made in Europe

## Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort des EPLF-Präsidenten Ludger Schindler	3
2. Europäisches Laminat: In 40 Jahren immer wieder neu erfunden	4
3. Zehn Thesen zur Innovations-Philosophie der europäischen Laminatbodenhersteller	8
4. Der EPLF – Verband der Innovatoren	14

## Contents

1. Preface by EPLF President Ludger Schindler	21
2. Reinvented time after time over 40 years	22
3. Ten propositions on the innovation philosophy of European laminate producers	26
4. The EPLF – an Association of Innovators	32

## ➤ Vorwort

des EPLF-Präsidenten Ludger Schindler

### Warum ist europäisches Laminat das bessere Laminat?

Weil sich die europäischen Laminathersteller niemals auf ihrer weltweit führenden Rolle ausgeruht haben. Obwohl Laminat erst vierzig Jahre alt ist, sprechen wir in Europa heute von der sechsten Laminat-Generation. Klicksystem, Poren-Synchrondruck, Trittschallkaschierung, Direktdruck, 3-D-Optiken, Digitaldruck – das sind Meilensteine für die Entwicklung eines einzigartigen und faszinierenden Bodenbelags. Alle diese bahnbrechenden Innovationen stammen aus Europa. Und täglich arbeiten hochqualifizierte Mitarbeiter in den Mitgliedsunternehmen des Verbandes europäischer Laminathersteller daran, die nächste Generation noch ein Stück besser zu machen. Sie greifen neue Trends nicht nur auf, sie initiieren sie.

### Was treibt diese Unternehmen und ihre Mitarbeiter an?

Zunächst die konsequente Ausrichtung am Nutzen ihrer Kunden. Endkunden wollen den besten aller möglichen Böden. Sie denken dabei nicht in Produktkategorien, sondern möchten einen Bodenbelag, der ihrem Einrichtungsstil und ihren Anforderungen an hochwertigen und gesunden Wohnkomfort entspricht. Deshalb wächst europäisches Laminat immer wieder über sich selbst hinaus, definiert sich als Bodenkategorie immer wieder neu.

Zweitens sind es aber auch die Passion und Begeisterung für das eigene Produkt. Wer erlebt, welcher Erfindergeist nicht nur in den großen Konzernen der Branche, sondern vor allem auch bei vielen mittelständischen Unternehmen und kleinen Zulieferbetrieben herrscht, der versteht, dass europäisches Laminat nicht nur klare Vorteile hat, sondern auch eine Seele. Das macht jeden Quadratmeter europäischen Laminates zu einem Unikat.

Und letztlich ist es auch die Gewissheit, dass sich nachhaltige Produktqualität, zukunftsfähiges Design und innovative Technologien dauerhaft durchsetzen. Hersteller und Kunden stehen gleichermaßen in der Verantwortung, sich für einen Bodenbelag zu entscheiden, der nicht nur ihren eigenen Anforderungen, sondern auch denen von Umwelt und Gesellschaft gerecht wird. Europäisches Laminat setzt dabei Maßstäbe.

Deshalb wird europäisches Laminat niemals ein Bodenbelag von gestern sein. Deshalb erfinden die Mitglieder des Verbandes europäischer Laminathersteller ihren Boden immer wieder neu. In diesem Manifest definieren sie, was sie dazu bewegt.

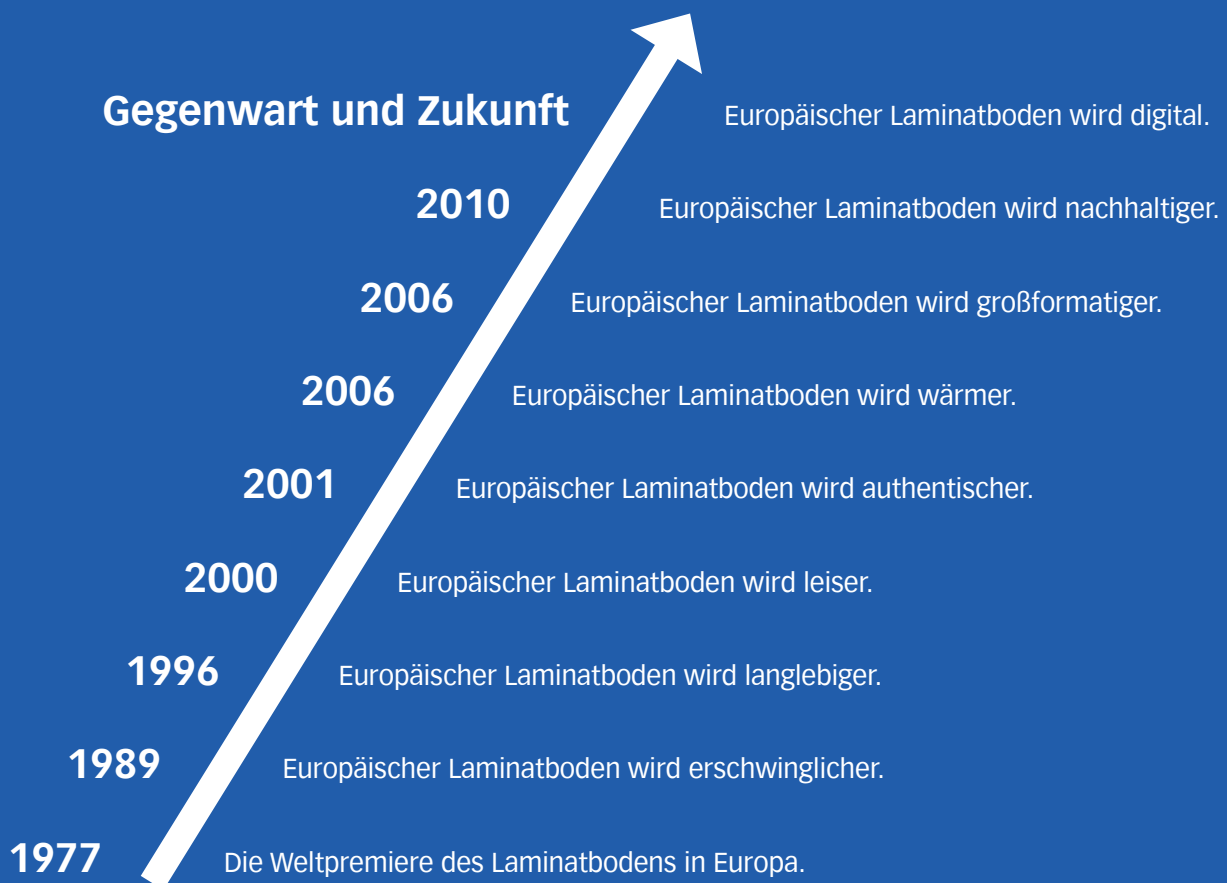
---

# Europäisches Laminat:

In 40 Jahren immer  
wieder neu erfunden.

---

## Gegenwart und Zukunft



## ➤ 1977

### Die Weltpremiere des Laminatbodens in Europa.

In Schweden wird der Laminatboden erfunden. Basis sind Erfahrungen aus dem Möbelbereich. Dazu werden HPL-Lamine mit Holzdekor und einer speziellen Ausrüstung genutzt: Korundpartikel im Overlay, die für erhöhten Abriebwiderstand sorgen.

Dieser hohe Abriebwiderstand wird sich im Jahr 2000 als Beanspruchungsklasse 34 in der neuen europäischen Norm EN 13329 durchsetzen. Bereits bei seiner Erfindung setzt europäischer Laminatboden damit den Rahmen für viele Folgegenerationen weltweit.

## ➤ 1989

### Europäischer Laminatboden wird erschwinglicher.

In Deutschland und den Niederlanden wird der erste direktbeschichtete Laminatboden (DPL, direct pressure laminate) eingeführt. Damit rücken die Laminatböden aus der Hochpreis-Nische heraus und werden zu Produkten für Jedermann. Das gute Preis-Leistungs-Verhältnis sichert europäischem Laminatboden einen weltweiten Siegeszug, der ebenso Grund dafür ist, dass sich immer mehr Hersteller mit dem Boden befassen und ihn weiterentwickeln.

## ➤ 1996

### Europäischer Laminatboden wird langlebiger.

Klicksysteme revolutionieren ab 1996 die Verlegung der europäischen Laminatböden: Sie sorgen für mehr Stabilität und Sicherheit bei der Verbindung der einzelnen Dielen und machen die Böden insgesamt langlebiger.

Die neuen Klicksysteme verändern auch den Produktaufbau. Europäische Laminatböden werden zunehmend auf MDF/HDF-Trägern hergestellt. Die Folge: Die Laminatdielen werden insgesamt dünner. Mit all diesen Vorteilen kann europäisches Laminat stärker in den Renovierungsmarkt einziehen.

## ➤ 2000

### Europäischer Laminatboden wird leiser.

Durch lose oder aufkaschierte Unterlagen zur Trittschalldämmung werden die akustischen Eigenschaften von europäischen Laminatböden erheblich verbessert. Die Verwendung von Unterlagen ist gleichzeitig ein entscheidender Schritt zum Systemgedanken. Unter aktiver Mitarbeit des EPLF kann 2013 die technische Spezifikation für Unterlagsmaterialien CEN/TS 16354 verabschiedet werden: Sie macht detaillierte und einheitliche Angaben zu Abmessungen, mechanischen und thermischen Eigenschaften, Schall-, Brand- und Emissionsverhalten sowie Feuchtigkeits- und Alterungsbeständigkeit – die Grundlage für eine zukünftige EU-Produktnorm für Laminatunterlagen.

## ➤ 2001

### Europäischer Laminatboden wird authentischer.

Ein entscheidender Qualitätssprung für die Oberflächenanmutung europäischer Laminatböden erfolgt durch die Entwicklung des Synchronporendrucks EIR. Waren die DPL-Lamine in der Oberfläche noch relativ glatt, machen nun authentische Optik und fühlbare Haptik den sinnlichen Eindruck perfekt: Holzstrukturen und realistische V-Fugen erhöhen das Echtholzgefühl. Europäisches Laminat erobert damit den rustikalen Einrichtungsstil. Und auch die immer populärer werdenden Fliesenoptiken lassen sich im Synchronporendruck nun noch überzeugender umsetzen.

## ➤ 2006

### Europäischer Laminatboden wird wärmer.

Der indirekte Tiefdruck (= Direktdruck) wird als schnelles Produktionsverfahren für den hochwertigen Mehrfarbendruck genutzt: Erstmals wird die dekorative Oberfläche im Vierfarbendruck direkt auf den HDF-Träger gebracht – ohne Dekorpapier. Das bringt den Dielen wärmere Oberflächen, einen geringeren elektrischen Oberflächenwiderstand und neue Authentizität in Optik und Haptik.

---

## ➤ 2006

### Europäischer Laminatboden wird großformatiger.

Europäische Laminathersteller entwickeln Langdielen-Formate ohne Dekorwiederholung. Mit innovativer Drucktechnologie bringen sie so echtes Landhaus-Feeling auf die Fläche. Auf den großzügigen Formaten kommen die attraktiven Holzoptiken in ihren natürlichen Farben und Strukturen perfekt zur Geltung. Selbst diese extralangen Formate lassen sich dank neuer Klicksysteme schnell verlegen, sicher und kraftschlüssig verbinden.

Auch neue schmale Formate bereichern die europäischen Laminatkollektionen. Diese Formatauswahl sorgt für eine noch größere Gestaltungsvielfalt im Innenraumdesign.

---

## ➤ 2010

### Europäischer Laminatboden wird nachhaltiger.

Nachhaltigkeit gehörte schon seit den 1990er Jahren zum Selbstverständnis der europäischen Laminathersteller. Als echte Pionierarbeit des EPLF wird bereits 2008 die erste EPD für Laminatböden veröffentlicht. Sie bietet als Grundlagendokument für nachhaltiges Bauen eine wirksame Hilfe für Architekten und Planer. Und sie belegt: Europäisches Laminat hat eine hervorragende Ökobilanz. Unter dem Aspekt Umwelt und Nachhaltigkeit bieten europäische Laminathersteller seither das führende Produktangebot und fördern damit weltweit den Bewusstseinswandel im Markt.

---

## ➤ 2017

### Europäischer Laminatboden wird digital.

Mit dem industriellen Digitaldruck setzen europäische Laminathersteller neue Maßstäbe in der Produktion. Diese Technologie erlaubt eine schnellere Reaktion auf Kundenwünsche und das Umsetzen neuer Trenddekore durch wirtschaftliche Realisierung auch kleinerer Losgrößen. Formate können frei gewählt und weitaus mehr Farbvarianten innerhalb der Kollektionen angelegt werden. Der digitale Datentransfer ermöglicht zudem einen Wechsel von der zentralen zur dezentralen Druckproduktion mit weniger Zylinderinvestitionen, reduzierten Rüstzeiten und minimierten Lagerkosten. Damit eröffnet der Digitaldruck die Option neuer Geschäftsmodelle für die Zukunft.



---

# Zehn Thesen

## zur Innovations- Philosophie der europäischen Laminatbodenhersteller

---

Innovation kommt nicht von ungefähr. Dahinter steckt eine klare Strategie jedes einzelnen EPLF-Mitgliedsunternehmens und des Verbandes insgesamt.

Der EPLF bietet dabei die Plattform für den Austausch über Innovationen und deren nachhaltige Verankerung und Absicherung als weltweite Qualitätsstandards der Branche. Das starke Engagement des Einzelnen und der Rückhalt der starken Gemeinschaft im Verband sichern so die stete Weiterentwicklung des europäischen Laminates.

In diesem Zusammenspiel haben sich Erfolgsfaktoren herausgebildet, die hinter der enormen Innovationskraft von europäischem Laminat stehen.



## 1. Europäische Laminathersteller **haben Erfahrung.**

Nur wer das Laminat erfunden hat, kann es auch immer wieder neu erfinden. 1977 wurde der erste Laminat-Bodenbelag von einem schwedischen Unternehmen entwickelt, das bereits umfangreiche Erfahrungen mit ähnlichen Oberflächen im Möbelbereich hatte. Seither kamen die entscheidenden Innovations-Impulse immer wieder von europäischen Spezialisten. Nur sie wissen genau, welche Optionen Design, Druck- und Produktionsverfahren, Verlegesysteme und Oberflächenveredelung bieten. Erst wer diese Vielfalt auf Basis jahrzehntelanger Erfahrung beherrscht, kann nachhaltige, neue Wege finden.

---

## 2. Europäische Laminathersteller **haben Mut.**

Nur wer das eigene Angebot ständig hinterfragt, kann es dauerhaft weiterentwickeln. Die europäischen Laminathersteller verstehen das Bessere immer als den Feind des Guten, auch wenn es sich um bewährte und akzeptierte Lösungen handelt. Erst die Bereitschaft, mit neuen Lösungen ein Risiko einzugehen oder sogar bestehende erfolgreiche Sortimente zu substituieren, schafft Platz für anhaltenden Erfolg in der Zukunft. Das gilt besonders angesichts der digitalen Revolution, die alle Dimensionen der Laminatentwicklung, -produktion und -vermarktung erfassen und dauerhaft verändern wird.



### 3. Europäische Laminathersteller haben Marktnähe.

Nur wer versteht, was Kunden wollen und Märkte brauchen, kann dauerhaft erfolgreiche Produkte entwickeln. Die europäischen Laminathersteller verfügen über ein ganzheitliches Bild ihrer Märkte. Sie sind nicht nur auf das eigentliche Produkt fixiert, sondern analysieren umfassend die Lebens- und Einrichtungstrends ihrer Kunden. Diese übersetzen sie in Produktangebote, die den Zeitgeist widerspiegeln und in die unterschiedlichen Märkte passen. Erst dadurch werden aus Produkten auch umfassende, innovative Lösungen.

---

### 4. Europäische Laminathersteller wollen Wettbewerb.

Nur wer der Beste sein möchte, hat auch die Option, der Erste zu sein. Im Verband der europäischen Laminathersteller bündeln rund 20 Hersteller ihre gemeinsamen Interessen, obwohl sie im Markt uneingeschränkt Mitbewerber sind. Der hohe qualitative Anspruch und der gute Ruf, den europäisches Laminat in aller Welt genießt, sind dabei positiver Antrieb für den Wettbewerb der Mitgliedsunternehmen untereinander. Wer auf dem europäischen Markt zu den führenden Anbietern gehört, ist es gleichsam weltweit.

---

## 5. Europäische Laminathersteller **fördern Qualifikation.**

Nur wer in Kompetenz und Wissen investiert, kann von Innovationen profitieren. Die weltweit besten Köpfe der Branche arbeiten an der Weiterentwicklung von europäischem Laminat. Wissensaufbau, -ausbau, -transfer und -dokumentation bei den Mitarbeitern und in den Organisationen sind die Quelle, aus der neue Produkt- und Produktionskonzepte geschöpft werden.

Die Mitgliedsunternehmen im EPLF betreiben internes Wissensmanagement. Sie bilden ihre Mitarbeiter konsequent aus und weiter und engagieren sich innerhalb des Verbandes in gemeinsamen Forschungs- und Entwicklungsprojekten.

---

## 6. Europäische Laminathersteller **fördern Dialog.**

Nur wer sich austauscht und offen bleibt, kann das Potenzial von Innovationen richtig nutzen. Durch den aktiven Dialog im EPLF und den gleichberechtigten Austausch auch unterschiedlich großer Unternehmen auf Augenhöhe formen sich erste Ideen und erhalten anschließend individuell den Schliff, der ihnen die Option auf einen erfolgreichen Marktzugang sichert. Dazu gehören das Vertrauen und die Offenheit langjähriger Partner im Verband, die sich innerhalb der kartellrechtlichen Grenzen miteinander austauschen und dennoch Mitbewerber um die beste Idee sind.



## 7. Europäische Laminathersteller sichern Standards.

Nur wer auch bei Neuentwicklungen transparenten und nachprüfbar Regeln folgt, schafft nachhaltigen Fortschritt. Die Mehrheit der weltweit anerkannten Qualitätsstandards für Laminatböden geht auf Entwicklungen europäischer Unternehmen zurück, die sich über den EPLF in den Arbeits- und Entscheidungsgremien durchgesetzt haben. So entstehen aus europäischen Innovationen verbindliche Regeln für alle, die gleichzeitig Ausgangspunkt für die Weiterentwicklung des weltweit besten Laminats sind. Neue Böden, die weniger leisten als bestehende, sind kein Fortschritt, sondern Rückschritt.

---

## 8. Europäische Laminathersteller schaffen Marktpräsenz.

Nur wer über Qualität spricht, kann mit Innovationen Märkte gestalten. Die wichtigste Botschaft der europäischen Laminathersteller im EPLF: Innovation und Qualität bedingen sich gegenseitig. Beide brauchen eine kräftige Lobby, wenn die nachgewiesenen Stärken des europäischen Laminats für die Abnehmer in neuen Märkten noch nicht durchgesetzt sind oder in bestehenden Märkten als selbstverständlich betrachtet werden. Deshalb sind sowohl die einzelnen Unternehmen im Verband als auch der EPLF selbst wahrnehmbare Repräsentanten europäischen Laminats.

---

## 9. Europäische Laminathersteller haben Teamgeist.

Nur wer sich im Team ergänzt, sichert für Innovationen nachhaltige Ergebnisse. Auch wenn Erfindungen häufig auf Einzelne zurückgehen, so ist Innovieren doch insgesamt ein Mannschaftssport. Denn erst, wenn Ideen die Strukturen und Märkte durchdringen, wird daraus ihr erlebbarer und multiplikationsfähiger Mehrwert. Deshalb fördern die Mitgliedsunternehmen des EPLF intern und extern Innovations-Partnerschaften, so wie der Verband selbst vom Teamgeist des „Made in Europe“ getragen wird – im Auftrag von Qualität und Innovation.

---

## 10. Europäische Laminathersteller sichern Nachhaltigkeit.

Nur wer ganzheitliche Verantwortung übernimmt, sichert sich den Vorsprung auch im Detail. Europäisches Laminat hat den Anspruch, ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltig zu sein. Die umfassende Umsetzung der daraus resultierenden Anforderungen macht europäisches Laminat weltweit einzigartig und definiert zugleich die Dimensionen für seine stete Weiterentwicklung. Die einzelnen Unternehmen und der EPLF als Verband werden ihrer Verantwortung für den Standort Europa, die Produktionsbedingungen und die Mitarbeiter gerecht, indem sie sich für europäisches Laminat einsetzen und es immer weiter verbessern.



---

## Der EPLF – Verband der Innovatoren

---

Der Verband der Europäischen Laminatbodenhersteller hat eine klare Botschaft: „Quality and Innovation made in Europe“. Über das Engagement seiner Mitgliedsunternehmen im Verband und die Aktivitäten des EPLF selbst sind wichtige Meilensteine für die Entwicklung des Laminates weltweit gesetzt worden. Alle im EPLF verpflichten sich, nicht zuletzt durch dieses Manifest, das auch in Zukunft zu tun. Darauf richten wir die Arbeit im Verband ganz konkret aus.

## 1. Der EPLF sichert Erfahrung.

Die kontinuierliche Forschungs- und Entwicklungsarbeit der ordentlichen und außerordentlichen Mitgliedsunternehmen im EPLF sind der Motor dafür, dass europäische Laminatböden weltweit immer besser sind. Basis dafür ist die Dokumentation und Sicherung der erreichten Standards:

- Der EPLF dokumentiert den jeweils technischen Stand der Laminatbodenentwicklung und schafft damit eine verlässliche Wissensbasis für die Arbeit seiner Mitgliedsunternehmen.
- Der EPLF vertritt mit seinem Arbeitskreis Technik die erreichten Entwicklungsschritte und übersetzt sie in Standards für die gesamte Branche.
- Der EPLF arbeitet in normgebenden Gremien daran, aus dokumentierten Standards der europäischen Laminatbodenhersteller weltweit verbindliche Vorgaben abzuleiten und damit einmal erreichten technischen Fortschritt für alle zu sichern.

---

## 2. Der EPLF fördert Mut.

Die Geschwindigkeit der technologischen Entwicklung hat durch die Digitalisierung deutlich zugenommen. Europäische Laminathersteller begreifen das als Chance, ihren Vorsprung auszubauen. Basis dafür ist es, neue Trends in kürzester Zeit zu erkennen, zu bewerten und umzusetzen:

- Der EPLF ist Informationsplattform und Dialogebene für den Austausch zu den Folgen der Digitalisierung. Damit sichert er die Optionen für alle Mitglieder des Verbandes, daran schneller teilzuhaben.
- Der EPLF integriert über seine außerordentlichen Mitglieder ein umfassendes Netzwerk von Experten, die den einzelnen europäischen Laminatherstellern helfen, relevante technische Entwicklungen einzuschätzen und für ihre Sortimente zu übersetzen.
- Der EPLF macht übergeordnete Themen zum Gegenstand von Arbeitsgruppen, Ad-hoc-Gruppen und Seminaren, um sie in der Tiefe erfassen und im Austausch bewerten zu können.
- Der EPLF bietet den Rückhalt der weltweit führenden Laminathersteller, um sich in der Umsetzung neuer Trends untereinander messen zu können.

## 3. Der EPLF unterstützt Marktnähe.

Internationale Marktentwicklungen kennzeichnet ein stetes Auf und Ab. Der EPLF nimmt die Chancen in den Blick und arbeitet daran, neue thematische wie geographische Märkte zu erschließen und die Marktdurchdringung in vorhandenen Märkten zu vertiefen:

- Die Mitglieder des EPLF liefern aus ihren europäischen Werken (inkl. Russland und Türkei) in weltweit 127 Länder und vereinigen einen Weltmarktanteil von ca. 50 % auf sich (2016). Mit jährlich veröffentlichten EPLF-Absatzstatistiken leistet der Verband einen wichtigen Beitrag zur Erhöhung der Markttransparenz für die gesamte Branche.
- Der EPLF pflegt einen freundschaftlichen Austausch mit Laminat-Verbänden in anderen Teilen der Welt und fördert dadurch gegenseitiges Marktverständnis.
- Neue Märkte bearbeitet der EPLF durch seinen Arbeitskreis Märkte + Image. Hier geht es um Themen wie das Roll-back in China, Qualitätssicherung für Laminatböden in Russland oder die Zukunftschancen für europäische Qualitätsprodukte in verschiedenen Weltregionen.
- Der EPLF führt aktive Verbraucher-Marktforschung in Kernmärkten durch und sammelt Informationen über potente regionale Zukunftsmärkte (Vorträge und Fachseminare zuletzt über Iran und Indien).

---

## 4. Der EPLF fördert Wettbewerb.

Innovationswille resultiert aus der Bereitschaft, Wettbewerb anzunehmen: intern mit den Kollegen der gleichen Produktkategorie, extern mit anderen Bodenbelägen. Das Kartellrecht setzt die Regeln der Zusammenarbeit, zu denen der EPLF und seine Mitglieder sich bekennen:

- Die Grundlagenarbeit des EPLF in Technik und Marketing schafft die Basis, auf der sich freier Wettbewerb zwischen den Einzelnen um die bessere Lösung zum Nutzen der Verbraucher voll entfaltet. Aktuell steht hier beim EPLF die technische und marktmäßige Implementierung des Digitaldrucks im Fokus.
- Mit der Analyse von Markteintrittsbedingungen in verschiedenen Teilen der Welt, ebenso mit dem gemeinsamen Vorgehen gegen Wettbewerbsverzerrungen auf den Regionalmärkten innerhalb und außerhalb Europas fördert der Verband den fairen Wettbewerb aller Marktteilnehmer.



---

## 5. Der EPLF erleichtert Qualifikation.

Wissen ist das Kapital der Zukunft, Innovation basiert auf angewandtem Wissen (= Qualifikation) und erfolgreiche Innovation wiederum wird zu Kapital in wörtlichem Sinn: Der Kreis schließt sich. Selbstverständlich schützt jedes EPLF-Mitglied sein Wissenskapital als eigene „intellectual property“. Aber Wissen kann auch Ware sein:

- Der EPLF bietet seinen ordentlichen und außerordentlichen Mitgliedern einen Marktplatz für den Wissensaustausch, und das immer auf dem neuesten Stand der Technik: Der Verband publiziert eine Vielzahl von Fachinformationen in vielen Sprachen – für Fachleute ebenso wie Verbraucher. Die Fachdokumentationen des EPLF bilden die praktische Grundlage zur zeitnahen Weiterbildung der Mitarbeiter in den Unternehmen.
- Dieser Service zur Qualifikationsförderung soll in Zukunft erweitert werden, zum Beispiel durch verstärkte e-Kommunikation über den EPLF-Webauftritt, durch Fachseminare oder in Zukunft u. U. durch die Vergabe von Stipendien.

---

## 6. Der EPLF schafft Dialog.

Kommunikation untereinander ist der „Klebstoff“ einer Gruppe. Im Zentrum der Kommunikation der EPLF-Mitglieder stehen Qualität und Innovation – seit der ersten Stunde:

- Jede EPLF-Mitgliederversammlung wird traditionell vor Ort bei einem ordentlichen oder außerordentlichen Mitgliedsunternehmen ausgerichtet und schafft so konkrete Anknüpfungspunkte für den Dialog.
- Mit der Etablierung des Gruppenformats „LAMINATE 2020 – Forum of Innovations“ hat der Dialog über Innovationen innerhalb der europäischen Laminatbranche eine feste Struktur bekommen. Die Zulieferer der Branche geben ihren wichtigsten Kunden Einblicke in das eigene Denken und Entwickeln – Anstöße für konkrete Realisierungen in den Sortimenten der europäischen Laminatbodenindustrie.

## 7. Der EPLF setzt Standards.

Die Entwicklung von Standards und Normen war einer der Antriebe zur Gründung des EPLF. EN- und ISO-Standards sollen für Produktwahrheit und -klarheit im Interesse der Verbraucher und aller Marktbeteiligten sorgen:

- Der EPLF hat bereits an der ersten Norm für Laminatböden entscheidend mitgewirkt, der EN 13329, die im Jahr 2000 in Kraft trat. Mittlerweile gibt es ein ganzes Bündel von internationalen Standards, bei denen sich die Gremien der europäischen Laminathersteller intensiv eingebracht haben und die dem fortschreitenden Stand der Technik angepasst werden.
- Der EPLF betreibt eigene Projekte, denn spezielle Themen erfordern zunächst Forschung und dann Standardisierung auf Ebenen unterhalb von CEN und ISO: zuletzt zu den Eigenschaften von „Tiefen Strukturen“ und aktuell zum „Stuhlrollentest“ – beide EU-gefördert.
- Der EPLF kämpft gegen nationale Alleingänge einzelner Staaten innerhalb der EU mit nicht harmonisierten Regeln, die den freien Waren- und Dienstleistungsverkehr gegen die Interessen der Verbraucher behindern.

---

## 8. Der EPLF schafft Marktpräsenz.

Das Logo des EPLF dient den europäischen Laminatbodenherstellern als Zeichen für die Mitgliedschaft im Verband. Darüber hinaus verkörpert es aber auch das Bekenntnis zum gemeinsam inspirierten und akzeptierten Qualitäts-Regelwerk sowie den Willen zur ständigen Innovation:

- Der EPLF setzt sein Logo als Kompetenz-Siegel für Qualität und Innovationsgeist durch. Gemeinsam zeigen es die Mitglieder auf Verpackungen, Produktbelegern, Werbemitteln und generell in ihrer Kommunikation.
- Der EPLF wird seine Mitglieder dabei unterstützen, sich auf Messen mit Hilfe von Logo-Tafeln und Roll-ups als EPLF-Mitglied zu identifizieren.
- Gemeinsam unterhalten die EPLF-Mitglieder über den Verband einen aufmerksamkeitsstarken Internet-Auftritt und betreiben intensive Öffentlichkeitsarbeit, überwiegend in Fachmedien weltweit.
- Der EPLF unterstützt das EU-Eco-Label als sichtbares Bekenntnis zur ökologischen Verantwortung auf europäischer Ebene.

## 9. Der EPLF fördert Teamgeist.

Starke Unternehmen können vieles allein. Doch auch sie gewinnen an Schlagkraft, wenn sie sich innerhalb der Grenzen des Kartellrechts zu gemeinsamen Arbeits- und Kommunikationsthemen mit anderen Partnern zusammenfinden:

- Der EPLF kommuniziert gemeinsam mit allen Mitgliedern die durchgesetzten Standards. „Quality and Innovation made in Europe“ heißt der verbindende Anspruch.
- Der EPLF führt die Branche in Europa zusammen. Diesem Ziel dient die strukturierte Verbandsarbeit mit Tagungen, Treffen und Seminaren unterschiedlicher Art. Von allen Kollegen wird erwartet, dass sie sich aktiv in die Arbeit einbringen: groß oder spezialisiert, Zulieferer oder Forschungsinstitut, immer auf gleicher Augenhöhe.
- Der EPLF wird sich in Zukunft vermehrt der Aufgabe stellen, neue Formate der innerverbandlichen Zusammenarbeit zu entwickeln, zu testen und „serienreif“ zu machen.
- Der EPLF steht als Gesprächs- und Kooperationspartner für internationale Branchenmessen bereit.

## 10. Der EPLF setzt sich für Nachhaltigkeit ein.

Seit der Gründung des EPLF steht Nachhaltigkeit im Mittelpunkt der Verbandsarbeit. Ökologische, ökonomische und die gesellschaftliche Nachhaltigkeit werden gleichberechtigt miteinander verbunden und treiben den Führungsanspruch der europäischen Laminathersteller an:

- Der EPLF hat sich von Anfang an über Umweltgutachten, Lebenszyklusanalysen und Environmental Product Declarations (EPD) kontinuierlich zu ökologischer Nachhaltigkeit bekannt.
- Der EPLF stellt sich der Debatte um CSR (Corporate Social Responsibility) und wird als Verband einen Anschluss an United Nations Global Compact diskutieren.
- Der EPLF leistet Aufklärungsarbeit zum Thema Nachhaltigkeit besonders in den Heimatmärkten. Die Mitglieder des EPLF bekennen sich zum Standort Europa und zu hohen Standards in der Produktion.

---

# **The Innovation Manifesto of the Association of European Producers of Laminate Flooring EPLF**

---

## ► Preface

by EPLF President Ludger Schindler

### Why is European laminate the better laminate?

Because in their role as worldwide leaders, European laminate producers have never stood still. Although laminate has only existed for forty years, here in Europe we talk today about the sixth generation of laminate. The click system, embossed-in-register printing, integrated sound insulation, direct printing, 3D appearance, digital printing – these are all milestones in the development of a unique and fascinating floor covering. And all of these ground-breaking innovations originate from Europe. Every day, highly-skilled staff at companies belonging to the Association of European Laminate Producers work on making the next generation just that bit better. Not only are they picking up new trends, they are also starting them.

### So what drives these companies and their people?

Firstly, their consistent focus on the benefit to their customers; after all, consumers want the best floor possible. They don't think in terms of product categories, they look for flooring that suits their interior style and fulfils their requirements for high-quality and healthy living comfort. That is why European laminate is surpassing itself and keeps redefining itself as a new flooring category.

Secondly, their passion and enthusiasm for their own products. Anyone who has witnessed the inventive spirit in this sector that exists not just in large corporations, but more often in small and medium-sized enterprises and small, specialized supply businesses, will understand that European laminate has more than just the obvious advantages – it also has a soul. The result is that every square metre of European laminate is a unique product.

And, lastly, their absolute certainty that sustainable product quality, future-proofed design and innovative technologies will win through in the long term. Manufacturers and customers share the same responsibility for deciding on a floor covering that not only satisfies their own requirements but also fits the bill in terms of the environment and society as a whole. European laminate flooring is setting the benchmark in this area, which means it will never become outdated.

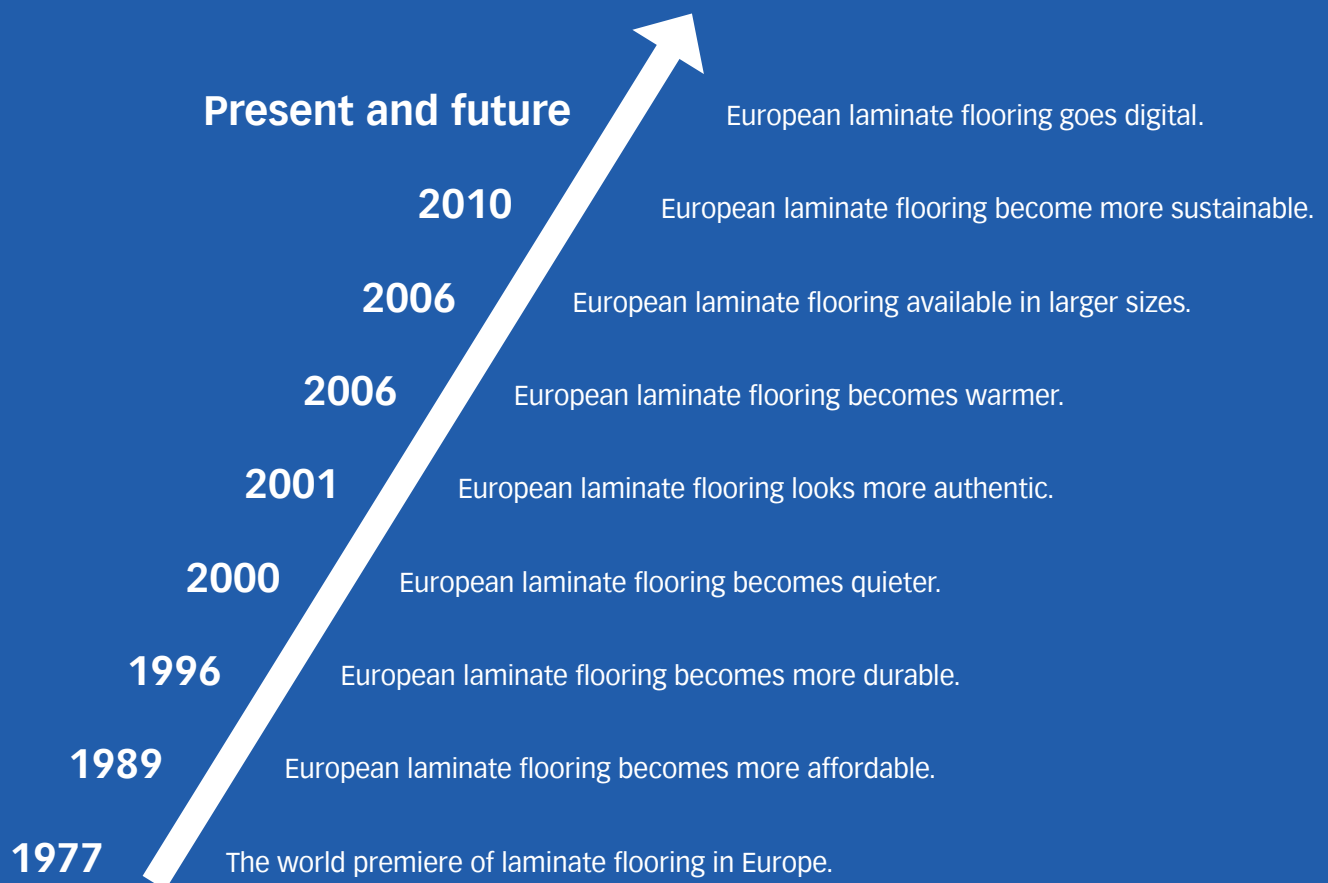
This is why the members of the Association of European Laminate Producers are repeatedly reinventing their floors. In this manifesto, they define what it is that motivates them to do so.

---

# European laminate:

## Reinvented time after time over 40 years

---



## ➤ 1977

### The world premiere of laminate flooring in Europe.

Laminate flooring was invented in Sweden, based on previous experience in the furniture sector. HPL laminates with a woodgrain surface were used and these were specially equipped with aluminum oxide particles in the overlay sheet to provide increased wear resistance.

In 2000, this high level of wear resistance became generally accepted as wear class 34 in the new European standard EN 13329. Since its inception, European laminate flooring has been setting the criteria all around the world for the many generations of laminate to follow.

## ➤ 1989

### European laminate flooring becomes more affordable.

The first direct laminated flooring (DPL, direct pressure laminate) was introduced. This brought laminate floor coverings out of the high price bracket to become products that are accessible to everyone. The good price-performance ratio of European laminate ensured its global success and was also the reason why more and more manufacturers became involved with laminate and its continued development.

## ➤ 1996

### European laminate flooring becomes more durable.

From 1996 onwards, click systems revolutionised the way European laminate floors were installed. They provided more solid and secure connections for the individual planks and made the floors altogether more durable.

The new click systems also led to a change in the product structure: European laminate floors were increasingly being made with an MDF/HDF substrate. This resulted in laminate planks becoming thinner overall. All these advantages helped European laminate gain more ground in the renovation market.

## ➤ 2000

### European laminate flooring becomes quieter.

The use of loose or integrated underlays to reduce footfall noise considerably improved the acoustic characteristics of laminate floors. At the same time, the use of underlays was a crucial step in the concept of the system. In 2013, with the active collaboration of the EPLF, the technical specification CEN/TS 16354 for underlay materials was adopted. This specification gives detailed and standardised data on dimensions, mechanical and thermal properties, sound, fire and emissions behaviour plus moisture and ageing resistance – the basis of a future EU laminate underlay product standard.

---

## ➤ 2001

### European laminate flooring looks more authentic.

A significant leap in quality for the surface appearance of European laminate floors took place with the development of synchronous pore printing (EIR). While DPL laminates still had a relatively smooth surface, the sensory impression was now enhanced with a realistic appearance and a tangible feel. Wood textures and realistic "V" bevels heightened the feel of real wood.

This new technique helped European laminate become the master of the rustic furnishing style, and the increasingly popular tile effects could be made to look even more realistic.

---

## ➤ 2006

### European laminate flooring becomes warmer.

Indirect gravure printing (i.e. direct printing) was used as a fast production process for high-quality multi-colour printing. For the first time, the decorative surface could be applied directly to the HDF substrate using four-colour printing – without decorative paper. This brought more warmth to the plank surfaces, reduced the electric conductivity and increased the authenticity both in look and feel.



---

## ➤ 2006

### European laminate flooring becomes available in larger sizes.

European laminate manufacturers developed longer planks, whilst avoiding repeats in the decor pattern. Using innovative printing technology, they introduced a genuine feeling of country house living to an interior. These larger planks showed the attractive wood effects with their natural colouring and textures to their best advantage.

The new click systems allowed even the extra-long sizes to be installed quickly, with secure and tight-fitting connections.

Laminate collections made in Europe were complemented by new, slimmer planks, providing even greater scope for interior design.

---

## ➤ 2010

### European laminate flooring becomes more sustainable.

Sustainability has been a priority amongst European laminate producers since the 1990s. One of the really pioneering achievements of the EPLF was to publish the first EPD for laminate floors back in 2008. This serves as a basic document for sustainable building and offers effective support for architects and planners. It also acts as proof that European laminate has superb environmental credentials. From the point of view of the environment and sustainability, European laminate producers have been offering leading product ranges ever since then, thereby causing a shift in awareness within the market.

---

## ➤ 2017

### European laminate flooring goes digital.

European laminate manufacturers are setting new standards in production through the use of industrial digital printing. This technology enables a faster reaction to customers' wishes and allows new decor trends to be made in smaller batches as they can be produced economically. Different sizes can now be achieved more easily, and collections can include a far greater variety of colours. Digital data transfer also enables a switch from centralised to decentralised production with less investment in cylinders, reduced set-up times and minimal storage costs. In this way, digital printing has opened up the possibility of new business models for the future.



---

## **Ten propositions** on the innovation philosophy of European laminate producers

---

Innovation does not happen by chance. Behind it lies a clear strategy for each individual EPLF member company and for the Association as a whole. The EPLF offers a platform for exchanging information on innovations and embedding and safeguarding these in a sustainable manner as worldwide quality standards for this sector. The high level of involvement of each individual and the backing of the strong community within the organisation ensure that European laminate continues to develop. Success factors have evolved from this interaction, forming the mainstay of the enormous innovative capacity of European laminate.



## 1. European laminate producers **have experience.**

Only those who invented laminate can reinvent it time after time. The first laminate floor covering was developed in 1977 by a Swedish company with previous extensive experience of similar surfaces in the furniture sector. Ever since then, the impetus for significant innovations has repeatedly come from European specialists. Only they know exactly which options are presented by design, print and production processes, installation systems and surface finishing.

Only those who master this wide array of options on the basis of decades of experience can find new and sustainable paths to follow.

---

## 2. European laminate producers **have courage.**

Only those who constantly challenge their own offering can continue to develop it on an ongoing basis.

European laminate producers understand that only the best is good enough, even when it comes to trusted and accepted solutions. Only the willingness to take risks with new solutions, or even substitute existing successful ranges, creates the space for lasting future success.

This applies particularly in the light of the digital revolution, in which all aspects of laminate development, production and marketing will be recorded and permanently changed.



### 3. European laminate producers **are close to their markets.**

Only those who understand what customers want, and what markets need, can develop products with lasting success. European laminate producers have an overall picture of their markets. They are not simply fixated on the actual product, they comprehensively analyse the living and furniture trends of their customers. This translates into product ranges that reflect the spirit of the time and fit the various markets. Only then can products be turned into comprehensive, innovative solutions.

---

### 4. European laminate producers **foster competition.**

Only those who want to be the best have the option of being no. 1. The approx. 20 manufacturers within the Association of European Laminate Producers pool their common interests, even though they are out-and-out competitors in the market. The high quality standards and the good reputation that European laminate enjoys around the world create a positive drive for competition between the member companies. Whosoever is among the leading suppliers on the European market will achieve the same status worldwide.

---

## 5. European laminate producers **support qualification.**

Only those who invest in skills and knowledge can profit from innovations. Around the world, the best minds in the industry are working to improve European laminate. The source from where new product and production concepts are drawn is knowledge and its accumulation, expansion, transfer and documentation between employees and organisations. Members of the EPLF operate a system of internal knowledge management. Their staff undergo rigorous training and development and are involved in joint research and development projects within the Association.

---

## 6. European laminate producers **promote dialogue.**

Only those who exchange views and remain open-minded can fully exploit innovative potential. Only through active dialogue within the EPLF and its member companies (sometimes of different sizes) exchanging views as equal partners, do ideas evolve which are subsequently fine-tuned to assure them the option of achieving successful market access. This is partly down to the trust and openness between the long-term partners in the Association, who exchange ideas and views within the limits of anti-trust legislation, and yet are still competing for the best ideas.



## 7. European laminate producers **guarantee standards.**

Only those who follow transparent and verifiable regulations in their new developments achieve sustainable progress. The majority of internationally-recognised quality standards for laminate flooring can be traced back to developments by European companies that have become accepted via the EPLF through its working groups and decision-making committees. European innovation therefore results in binding regulations for all, whilst at the same time representing a starting point for further developing the best laminate worldwide. New floors that perform less than existing ones represent a step backwards rather than forwards.

---

## 8. European laminate producers **create market presence.**

Only those who talk about quality can shape markets through innovation. The main message of European laminate producers in the EPLF is that innovation and quality are dependent on each other. Both need a powerful lobby if the proven strengths of European laminate for customers in new markets have not yet been accepted, or are taken for granted in existing markets. This is why both the individual companies in the Association, as well as the EPLF itself, are the recognised as noticeable representatives of European laminate.



## 9. European laminate producers **have team spirit.**

Only those who complement each other as a team can guarantee sustainable results. Even though inventions are often attributed to individuals, innovation overall is a team sport. Only when ideas penetrate structures and markets does this result in added value that is tangible and capable of being replicated.

This is why EPLF member companies promote innovation partnerships internally and externally, just as the Association itself is carried along by the team spirit of “Made in Europe” – in the name of quality and innovation.

---

## 10. European laminate producers **guarantee sustainability.**

Only those who take on all-round responsibility can be sure of a leading edge in the detail. European laminate qualifies as being economically, ecologically and socially sustainable. Full implementation of the requirements resulting from this makes European laminate worldwide unique, and at the same defines the scale for its continuous development. By standing up for European laminate and its continual improvement, the individual companies and the EPLF as an Association fulfil their responsibilities towards Europe as their base territory, the conditions for production and their employees.



---

## The EPLF – An Association of Innovators

---

The Association of European Laminate Producers has a clear message: “Quality and Innovation made in Europe”. Thanks to the commitment of the member companies within the Association and the activities of the EPLF itself, significant milestones have been laid in the development of laminate worldwide. Everyone in the EPLF undertakes to carry this commitment forward, not at least via this manifesto. The work of our Association is specifically focused on this.





# 1. The EPLF guarantees experience.

The continuous research and development work carried out by the ordinary and extraordinary EPLF member companies is the driving force behind European laminate flooring always being better throughout the world. Underlying this is the documentation and safeguarding of the standards attained:

- The EPLF documents the relevant technical developments in laminate flooring, thereby creating a reliable knowledge base for the work of its member companies.
- Through its Technical Working Group, the EPLF represents the development stages achieved and translates them into standards for the entire sector.
- The EPLF works with standardisation committees on deriving internationally binding specifications from the standards set by the European laminate flooring producers, thereby safeguarding the technical advancements for everyone.



## 2. The EPLF promotes courage.

Digitalisation has caused a significant acceleration in technological development. European laminate producers recognise this as an opportunity to strengthen their competitive edge, based on the early recognition of new trends, their evaluation and implementation:

- The EPLF provides an information platform and a forum for exchanges on the impact of digitalisation, thereby ensuring that all members of the Association have the opportunity to become involved at an early stage.
- Through its extraordinary members, the EPLF incorporates a comprehensive network of experts who assist the individual European laminate producers in assessing the relevant technical developments and translating them into their product ranges.
- The EPLF uses overarching topics as subject matter within its working groups, ad hoc groups and seminars, for the purpose of gaining an in-depth understanding of these and evaluating them through dialogue.
- The EPLF provides support to world-leading laminate manufacturers to enable them to compete with each other and implement new trends.

---

## 3. The EPLF supports market proximity.

International market developments are characterised by continuous ups and downs. The EPLF watches closely for opportunities and works tirelessly on entering into new markets from both a thematic and a geographic point of view and on intensifying market penetration in existing markets:

- The members of the EPLF supply from their European plants (incl. in Russia and Turkey) to 127 countries around the world and hold a consolidated global market share of around 50% (2016). By publishing EPLF sales statistics on an annual basis, the Association makes a significant contribution towards increasing market transparency for the whole sector.
- The EPLF maintains friendly relationships with laminate associations in other parts of the world and thereby promotes mutual comprehension of the market.
- New markets are handled by the EPLF's Markets & Image Working Group. This group deals with topics such as the roll-back in China, quality assurance for laminate flooring in Russia and future opportunities for European quality products in different regions of the world.
- The EPLF carries out active consumer marketing research in core markets and collates information on financially strong regional markets of the future (presentations and specialist seminars recently held on Iran and India).

---

## 4. The EPLF encourages competition.

The willingness to innovate stems from a readiness to accept competition – both internally with colleagues in the same product category, and externally with other types of floor covering. Anti-trust legislation lays down the limitations for cooperation, to which the EPLF and its members are committed.

- The EPLF's foundation work in technology and marketing creates a basis for free competition to develop fully between individuals in the quest for the best solution for the benefit of consumers. The EPLF currently regards the technical and market implementation of digital printing as a key issue.
- The Association promotes fair competition for all market participants by analysing the market entry conditions in various parts of the world and also by taking a common approach against distortions of competition in the regional markets both within and outside of Europe.



## 5. The EPLF facilitates qualification.

Knowledge is the capital of the future, innovation is based on applied knowledge (i.e. qualification) and successful innovation turns into capital in the literal sense: the circle is complete. It goes without saying that every EPLF member protects their knowledge capital as their own intellectual property. But knowledge can also be a merchandise:

- > The EPLF offers all ordinary and extraordinary members a marketplace for exchanging knowledge, whilst always staying at the forefront of technology. The Association publishes a variety of specialist information in many languages, for experts and consumers alike. Technical documents issued by the EPLF form a practical foundation for the further training of company staff without delay.
- > This skills development service is to be expanded, e.g. by increasing electronic communication via the EPLF website, holding specialist seminars and, in the future, by awarding scholarships under certain circumstances.

---

## 6. The EPLF creates dialogue.

Communication between people is the “glue” that keeps a group together. Quality and innovation have always been at the heart of the communication between EPLF members – right from the word go:

- > Every EPLF Members’ Meeting is traditionally hosted by an ordinary or an extraordinary member company at their own premises. This creates tangible points of contact for a professional dialogue.
- > When the group meeting format “LAMINATE 2020 - Forum of Innovations” was set up, this gave the dialogue on innovations within the European laminate sector a fixed structure. Suppliers to this sector give their major customers insight into their own way of thinking and development – providing the impetus for actual implementation in the product ranges of the European laminate flooring industry.

## 7 The EPLF sets standards.

Developing standards and norms was part of the motivation for founding the EPLF. EN and ISO standards aim to provide product integrity and product transparency in the interests of consumers and all market participants:

- The EPLF played a key role in drafting the first laminate flooring standard EN 13329, which came into effect in 2000. In the meantime, the committees of the European laminate producers have been deeply involved in a whole cluster of international standards which are being adapted to the ongoing technical advances.
- The EPLF also runs its own projects, because specific topics require initial research and subsequent standardisation at levels below CEN and ISO. The last one was on the properties of “Deeply Textured Surfaces” and the current one is the “Castor Chair Test”. Both are sponsored by the EU.
- The EPLF is campaigning against individual states within the EU going it alone with non-harmonised regulations which hamper the free movement of goods and services and go against the interests of consumers.



## 8. The EPLF creates market presence.

For European laminate flooring producers, the EPLF logo serves as a symbol of membership of the Association. It also represents an acknowledgement of the body of collectively inspired and accepted quality regulations as well as the will to continuously innovate:

- The EPLF uses its logo as a strong sign of quality and innovative spirit. Members display it collectively on packaging, product leaflets and advertising material.
- The EPLF will motivate its members to identify themselves as EPLF members on their exhibition stands with the aid of logo boards and roll-up banners.
- EPLF members will maintain a strong joint internet presence and carry out in-depth public relations work, predominantly in the international trade press.
- The EPLF supports the EU Ecolabel as a visible acknowledgement of their environmental responsibility at a European level.

---

## 9. The EPLF promotes team spirit.

Strong enterprises can achieve a lot by themselves. However, they can also strengthen their impact by teaming up with their counterparts within the boundaries of anti-trust law to work on joint project and communications matters:

- The EPLF communicates accepted standards in collaboration with its members. The slogan that unites them is "Quality and Innovation made in Europe".
- The EPLF brings this industry sector together throughout Europe. This aim is met by the structured work of the Association which includes conventions, meetings and seminars of all kinds. All members are expected to participate actively in this work – whether in broad terms or specialised, supplier or research institute; always on an equal footing.
- More than ever before, the EPLF will continue to set itself the task of developing new formats for internal Association cooperation, test them and make them "ready to go into production".
- The EPLF is available as a partner for discussion and cooperation at international industry trade fairs.

# 10. The EPLF **is committed to sustainability.**

Ever since the EPLF was founded, sustainability has been high on the agenda and in focus of all our Association's work. Ecological, economic and social sustainability are equally valid and joined to drive the claim of leadership of the European laminate flooring producers:

- The EPLF has remained committed to environmental sustainability from the very beginning, undergoing the stages of environmental assessments, life cycle analyses and Environmental Product Declarations (EPDs).
- The EPLF is facing up to the debate on CSR (Corporate Social Responsibility) and will discuss the possibility of the Association joining the United Nations Global Compact initiative.
- The EPLF has an educational function on the issue of sustainability, especially in its domestic markets. Members are committed to Europe and to high standards in production.

**EPLF®**

**Verband der Europäischen Laminatebodenhersteller e.V.**  
**Association of European Producers of Laminate Flooring**

Mittelstr. 50

D-33602 Bielefeld

Germany

Tel.: +49 521 13 69 760

Fax: +49 521 965 33-11

E-Mail: [info@epfl.com](mailto:info@epfl.com)

[www.epfl.com](http://www.epfl.com)

---