

hytime 2025 – wie aus Tech-Innovationen emotionale Produkterlebnisse entstehen

Südlohn, im April 2025. Kurz nach der Messe BAU 2025 im Januar legt der Hersteller für Produkte für Boden, Wand und Decke nach und lädt über 250 Handelspartner aus dem In- und Ausland zur dreimonatigen „hytime“ nach Südlohn ein. Aus gutem Grund: die Vielzahl an Innovationen und Entwicklungen sind jetzt durch die Neuinvestitionen in der Parkettproduktion hautnah erlebbar.

„Unsere Marktnähe ist einer der Hauptgründe für die positive Absatzdynamik, die wir gerade erleben“, sagt **Bernhard ter Hürne, geschäftsführender Gesellschafter ter Hürne**. „Damit meinen wir nicht nur die enge, transparente Beziehung zu unseren Handelspartnern. Wir beobachten auch die Präferenzen der Konsumenten sehr genau und richten unsere Produktspezifikationen vorausschauend auf sie **aus**.“ **Im Zentrum** dieser Aussage steht die wachsende Nachfrage der Verbraucher nach natürlichen, wohngesunden Materialien in Ihrem Zuhause. Dabei ist für den Konsumenten die visuelle und haptische Erlebbarkeit, also die emotionale Seite, wichtig.

Für 75% der Konsumenten in Europa ist das so definierte Echtholz-Ambiente von Parkett entscheidungsrelevant –Tendenz stark steigend. Das ist der Grund, warum Parkett ein klares Fachhandelsprodukt ist und in der Online-Umsetzung nur begrenzt funktioniert. Deshalb steht das spürbare Holzerlebnis, das durch die neuen technologischen Möglichkeiten der Holzbearbeitung und Oberflächengestaltung ermöglicht wurde, im Mittelpunkt des neuen Naturholz Parkett Sortiments von ter Hürne. In der Wertschätzung ist Parkett das Zukunftsprodukt schlechthin – ästhetisch, nachhaltig, natürlich, langlebig, klimapositiv und wohngesund. Noch mehr Menschen erkennen in einem Parkettboden eine starke Aufwertung der Immobilie. In der Summe entsteht so ein unschlagbares Mehrwertpaket, mit dem ter Hürne das **Motto der hytime „Die Zukunft der Böden aus Holz“ grundlegend untermauert**.

„Tour de Natur“ – die Entstehung eines wohngesunden Parkettbodens

Wie muss ein Produktnutzen aussehen, für den ein Käufer gerne bereit ist, einen höheren Preis zu bezahlen? Die Antworten darauf erhalten die Fachbesucherinnen und -besucher während der dreistündigen Innovations-Tour. Im Herzen der Parkettfertigung warten die modernsten Oberflächenstraßen auf sie – sowohl in der mechanischen Vorbereitung als auch dem Finish selbst. ter Hürne Naturholz Parkett erhält dort seine anspruchsvolle Oberflächen-Güte, nachdem es zuvor an vielfältigen Schleif-, Hobel- und Bürst-Stationen auf die neuen Systeme NatureProtec EVO und NatureProtec OLIO vorbereitet wurde. Im Technikum – dem **„Entwicklungs-Lab“** von ter Hürne – wird der so erreichte Mehrwert in Sachen Gebrauchswert und Echtholzerlebnis beweisführend unter die Lupe genommen. Vom harten Belastungstest an der Oberfläche über die optische Wirkung in der tiefen Holzmaserung bis zur Pflege und Auffrischung der Echtholzböden liefern die Südlohner den Nachweis über das neue Performance-Level.

Auch die Kernpositionierung von ter Hürne „führend für Wohngesundheit“ wird unterstrichen, denn nachwachsende Biomaterialien in Lack und Öl, hier sogar mit einem Festkörperanteil von mehr als 60% aus Sonnenblumen-, Diesel und Sojaöl, sind zentrale Substanzen im Finish der Oberfläche. Durchgängig Benzophenon-frei und im Öl auch komplett frei von flüchtigen Kohlenwasserstoffen – das sind weitere starke Argumente für Konsumenten, die sich für ein wohngesundes Naturmaterial interessieren.

Last but not least werden die Sortierbilder für Parkett präsentiert. Auf Basis der neuen Investition in eine opto-elektronische Sortierstraße, die im Januar 2025 in die Fertigungskette integriert wurde, kann ter Hürne die Sortier-Definitionen komplett neu und marktorientiert entwickeln. Die Sortierqualität ist nun stark aufgewertet und sichert die Kontinuität durch die detaillierte Merkmals- und Häufigkeitserkennung im Echtholz auf einem neuen Niveau. Wie dies insgesamt am Point of Sale mit

flächenrentablen und emotionalen Modulen überzeugend vermarktet wird, demonstriert **die letzte Station der „Tour de Natur“** im Raum 1, dem Showroom der Münsterländer.

Trendgerechtes Sortiment: die neuen Naturholz Parkett-Kollektionen

Die neuen Naturholz Parkett-Kollektionen sind gezielt auf aktuelle Wohn- und Designtrends abgestimmt – von klassischen Verlegemustern bis hin zu handwerklich veredelten Oberflächen. Die Kollektionen verfügen über eine erhöhte Produktstärke von 14 mm – das sorgt für eine hohe Verlegestabilität und ein angenehm komfortables Laufgefühl. Die neue Estate Collection vereint die beliebtesten Verlegemuster – klassisches Fischgrät im 45°-Winkel und Chevron im 60°-Winkel – für stilvolle, elegante Raumgestaltungen mit architektonischem Anspruch. Die ebenso neue, 250 mm breite Noblesse Collection bietet extra breite Dielen, die moderne Raumkonzepte perfekt unterstützen und auch mit ihrer Länge von 2.390 mm eine großzügige Flächenwirkung erzeugen.

Die Kollektion Moods of Provence verwöhnt mit der Kombination schmeichelnder Naturöloberflächen und betonter runder Kante. Die Unique Collection richtet sich an Menschen mit Sinn für das Besondere: handgehobelt, rissgestaltet, stark oder medium stark gebürstet – jede Diele ist ein Unikat mit spürbarer Handarbeitsqualität. Die Classic Collection überzeugt mit Landhausdielen in vier Sortierungen ruhig bis impulsiv. Die Elements Collection rundet das Sortiment mit dem klassischen Schiffsboden ab – ein bewährter Stil für zeitlose Wohnwelten. Besondere Stablängen werten die Verlegebilder am boden deutlich auf. Alles in Allem stellt ter Hürne ein hochwertiges, trendorientiertes Sortiment auf – perfekt ausgerichtet auf erfolgreiche Verkaufsimpulse im Fachhandel.

Der Markt für Echtholz – bereit für die doppelte Chance

„In einer Zeit, in der sich der Markt neu ordnet, bietet sich die Chance, sich klar zu positionieren. Die neue Wettbewerbssituation – insbesondere durch die Antidumping-Maßnahmen gegenüber China – öffnet dem europäischen Parkett neue Perspektiven. Obwohl der Marktanteil sich rein rechnerisch verdoppelt, realisiert sich dieses Szenario nicht automatisch. Denn unser Naturholz Parkett ist in der Herstellung hochwertiger und damit kostenintensiver als gedumpte Ware. Es muss der Mehrwert von Parkett klar erlebbar und nachvollziehbar kommuniziert werden. Diese Orientierung vollziehen wir jetzt in der Hytime 2025 konsequent“, fasst **Bernhard ter Hürne** den Weg des Unternehmens zusammen. Trotz geringerer Absatzmenge im Vergleich beispielsweise zu Laminat ist der Parkettmarkt wertmäßig deutlich relevanter – ein Segment mit hohem Potenzial. Zudem liegt hier die Absatzmenge des Fachhandels bei über 80 %, was die Bedeutung einer klaren Positionierung mit Mehrwert unterstreicht. Wo die Budgets des Verbrauchers begrenzt sind, wird Innovation zur Antwort. Gerade eine Produktneuheit wie Hywood, der hochbeständige Echtholzboden, zeigt, wie moderne Technologien einen hohen Gebrauchswert mit dem Wunsch nach dem echten Holzerlebnis verbinden können. Und so finden auch preisorientiertere Kunden ein Produkt, das ihre Bedürfnisse vollkommen erfüllt.

Die Zukunft der Böden aus Holz entsteht nur mit greifbarem Mehrwert in der Anwendung und im Erleben – haptisch wie visuell. Natürliche Materialien und Oberflächen sowie die tiefe, emotionale Wirkung zeichnen das neue Niveau von Naturholz Parkett aus. Nur High Tech-Prozesse können diese einzigartige Verbindung von Hochbeständigkeit und echtem Holz herstellen. Das öffnet den Zugang zu beiden Kundensegmenten – diejenigen, die Natur pur wollen und diejenigen, welche Gebrauchswert an die erste Stelle setzen. Das ist der Weg von ter Hürne in die Zukunft der Böden aus Holz.

PRESSE-INFORMATION



High-Tech zur hytime: Höchste technologische Effizienz in der gesamten Fertigungskette sichert den besonderen ter Hürne Qualitätsanspruch



Mehrstufige, technisch exakt aufeinander abgestimmte Bearbeitungseinheiten bauen die hohe Leistungsfähigkeit der Naturöl-Oberfläche OLIO auf

PRESSE-INFORMATION



Formate, Oberflächen, Belastbarkeit und Sortierungen – im Technikum zeigt das Produktmanagement die Fülle der neuen Qualitäten bei Naturholz Parkett und Hywood



EVO und OLIO – die neuen Hywood- und Parkett-Oberflächenfinishes erleben die Fachbesucher im Showroom Raum 1 von ter Hürne

PRESSE-INFORMATION

Über ter Hürne

ter Hürne ist einer der führenden europäischen Parkett- und Fußbodenproduzenten mit Sitz in Südlohn im westlichen Münsterland (Nordrhein-Westfalen). Das Unternehmen wurde 1959 gegründet und ist in der zweiten Generation inhabergeführt. ter Hürne produziert Qualitätsprodukte „Made in Germany“ und beschäftigt an seinem Standort ca. 300 Mitarbeiter. Der Kern des ter Hürne Markenversprechens ist führende Wohngesundheits, nachhaltiges Design und smarte Funktionalität. Als Spezialist in der Holzverarbeitung setzt ter Hürne auf innovative und attraktive Bodenlösungen auch über den Werkstoff Holz hinaus. Das Angebot erstreckt sich von Parkettböden und Echtholzböden über holzwerkstoffbasierte Funktionsböden bis zu kunststoffbasierten Designböden. Die ter Hürne Produktlinien Naturholz Parkett, der Echtholz-Hybridboden Hywood, der wasserbeständige Holzwerkstoffboden Dureco, Soya Design-Vinylböden oder der gesunde Designboden Avatara setzen am Markt Maßstäbe in ihrer jeweiligen Bodenkategorie. Mit den innovativen Programmen SilentDesign Akustikpaneele und UniqueDesign Paneele vervollständigt ter Hürne sein führendes Angebot für Boden, Wand und Decke im System.

www.terhuerne.com

**Pressekontakt**

Jean Cremerius
ter Hürne GmbH & Co. KG
Ramsdorfer Straße 5
46354 Südlohn
Telefon: 02862/701-166
E-Mail: jean.cremerius@terhuerne.de