



MIT DEM MUT ANDERS ZU SEIN: 70 JAHRE BOLON

Mutig, flexibel und vorausschauend: Das ist Bolon. Unter der Leitung der nunmehr dritten Generation feiert Bolon in diesem Jahr seinen 70. Geburtstag.

– Das Werk in Ulricehamn war immer unser Herzstück. Dort sind wir aufgewachsen, dort haben wir unsere Wurzeln. Und dort haben wir das Ethos verinnerlicht, dass sich harte Arbeit auszahlt, sagen die Schwestern Annica und Marie Eklund, die dritte Generation der Familie.

Nils-Erik Eklund war der Mann, der Bolon 1949 erfunden hat – er gründete das Unternehmen mit der Idee, Flickenteppiche aus textilen Abfällen zu produzieren. 1967 übernahm mit Monica und Lars Eklund die zweite Generation. Sie entwickelten ein neues wichtiges Produkt, die Vorzeltteppiche für den Campingbereich. Seit 2003 sind Annica und Marie nun die Leitsterne der Firma. Sie haben Bolon nicht nur in einen weltweit agierenden, designgetriebenen Innovator verwandelt; ihnen ist es auch gelungen, gewebte Bodenbeläge aus Vinyl auf die Agenda der Designwelt zu setzen.

– Obwohl wir ein traditioneller Fußbodenhersteller waren, haben wir doch nicht so gehandelt. Schon früh wagten wir zwei große Investitionen. Zum einen bauten wir den Maschinenpark in Ulricehamn aus, damit uns die technischen Möglichkeiten zur Verfügung standen, unsere Böden fast vollständig selbst zu produzieren. Und zwar in der im Contract-Markt gefragten, hohen Qualität. Außerdem entwickelten wir Marketingkampagnen, um uns als Designmarke zu positionieren, führen Annica und Marie weiter aus.



2010 hat Bolon als erster Fußbodenhersteller weltweit einen Weichmacher entwickelt, der komplett auf erneuerbaren, pflanzlichen Rohstoffen basiert. Dieser revolutionäre Schritt mündete in die Kollektion Botanic. Die visuelle Kampagne zur Kollektion gilt als wagemutig, denn sie zeigt gar keine Fußböden. Stattdessen demonstriert sie die Möglichkeiten des pflanzlichen Rohstoffs mit überdimensionalen Blüten aus dem Botanic-Gewebe. Die Kampagne hatte großen Einfluss auf Designer weltweit und initiierte einige der kreativen Partnerschaften von Bolon mit Gestaltern und Marken, etwa mit Jean Nouvel, Cappellini, Missoni und den Campana-Brüdern.

– Wir sind stolz darauf, dass wir in unserer Heimatstadt Ulricehamn alles unter einem Dach herstellen, denn das eröffnet uns so viele Möglichkeiten. Wir stellen unser Garn selbst her, und wir haben eine Recyclingstation, wo wir Abfälle zerkleinern und mahlen können, um sie in den Bodenbelägen wiederzuverwenden. Wenn wir eine Gelegenheit oder einen Trend erkennen, brauchen wir nicht abzuwarten. Wir können sofort loslegen mit der Umsetzung, sagen Annica und Marie.

Stillstand war für Bolon nie eine Option. Und die Entwicklung geht weiter: In zehn Jahren wird das Unternehmen ganz woanders stehen. Der Fokus von Bolon lag immer auf Bodenbelägen, aber wenn sich der nächste Generationswechsel ankündigt, gilt es möglicherweise, neue Produktwelten zu erkunden und zu entwickeln. Eines aber ist sicher: Bolon sind immer Innovators at Heart.

ÜBER BOLON

Bolon ist ein schwedisches Designunternehmen, das innovative Fußbodenlösungen für öffentliche Räume herstellt. Ein Familienbetrieb in der dritten Generation, wird es heute von den Schwestern Annica und Marie Eklund geführt. Unter ihrer Leitung hat sich Bolon von einer traditionellen Weberei zu einer internationalen Designmarke entwickelt, mit Kunden wie Armani, Google, Four Seasons Hotels, Chanel, Adidas, Apple oder Missoni. Nachhaltigkeit steht an erster Stelle, Bolon entwirft und produziert ausschließlich in seinem Werk in Ulricehamn in Schweden. Das Unternehmen wird weltweit geschätzt für seine preisgekrönten Fußböden und für die Zusammenarbeit mit renommierten Gestaltern und Kreativen.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Alexandra Pérez Liberg

Tel: +46 321 530 425

alexandra.perez@bolon.com

bolon.com