

I4F: John Rietveldt im Interview

„Durch KI stärken wir unsere Position als Innovationsführer“

I4F setzte sich auf der Domotex mit einem neuen Auftritt in Szene, der unter dem Motto AI4F den neuen strategischen Ansatz des Patent- und Technologiespezialisten visualisierte. Ziel ist, KI grundlegend in das Unternehmen zu integrieren und durch ihren Einsatz mit wissenschaftlichen Analysen und datengeschützten Erkenntnissen und Empfehlungen Innovation zu beschleunigen, effizienter und intelligenter zu machen. Ein komplexes Thema, zu dem Parkett Magazin I4F-Gründer und -CEO John Rietveldt befragte.



Fotos: I4F

John Rietveldt: „Für uns bedeutet Innovation intuitive Lösungen, die echte Herausforderungen lösen, messbare Leistung liefern, effektiv skalierbar sind und den sich ständig weiterentwickelnden Erwartungen an Design, Installation und recycelbare Materialien immer einen Schritt voraus sind.“

Parkett Magazin: Herr Rietveldt, Sie sind in das Jahr 2026 gleich mit zwei Messeteilnahmen gestartet: an der Domotex in Hannover und der TISE in Las Vegas. Wie beurteilen Sie die beiden Veranstaltungen im Nachgang?

John Rietveldt: Die Domotex war dieses Jahr sehr gut besucht, und viele führende Branchenakteure waren vor Ort. Trotz der aktuellen Herausforderungen auf dem Markt haben wir eine sehr positive Energie gespürt. Unsere Lizenznehmer waren besonders begeistert von unserer KI-Strategie, AI4F und den neuesten Technologien – Stair Treads, Ceragrout für Wände und Herringbone, unserer Drop-Lock-basierten Ein-Plancken-Lösung für Fischgrät-Böden. Steter Wandel, Veränderungen sind zur Normalität geworden, das ist allen bewusst. Und die Branche sucht aktiv nach intelligenteren und sinnvollerem Wegen für Innovationen.

Was die Surfaces anbetrifft, hielt selbst ein schwerer Schneesturm in weiten Teilen der USA Besucher nicht davon ab, zur Messe zu kommen, was viel über die derzeitige Dynamik aussagt. Für uns waren beide Veranstaltungen nicht nur eine Gelegenheit, Produkte zu präsentieren, sondern auch unsere neue Denkweise zu darzulegen. Innovation wird nicht mehr durch isolierte Fortschritte definiert – es geht um Struktur, Konnektivität und die Bereitstellung von Technologien als Teil eines Systems. Aus diesem Grund haben wir unsere



Neuer Stand, neuer Auftritt, neue Strategie „AI4F“: KI soll als grundlegende Ebene in I4F integriert werden.

neue KI-Strategie vorgestellt, die KI als praktisches, langfristiges Instrument positioniert, das in alles integriert ist, was wir tun – um unsere Lizenznehmer noch besser zu unterstützen, die Entscheidungsfindung zu erleichtern und die Leistungsfähigkeit zu optimieren.

Letztendlich markiert dies den Beginn einer perspektivischen Entwicklung, die darauf zielt, die Produktleistung durch strukturierte, wissenschaftliche Analysen kontinuierlich zu verbessern, insbesondere was Klicksysteme und die Materialkomposition von Dekorpaneelen betrifft.

Welche Rollen spielen Messen generell für Sie ?

Nichts kann das persönliche Miteinander ersetzen – wir erwecken auf Messen Technologien zum Leben und können Erkenntnisse gewinnen, die echte Innovationen vorantreiben. Messen sind für uns auch äußerst wichtig, da sie eine einzigartige Gelegenheit bieten, direkt mit unseren Lizenznehmern, aber auch mit Fachleuten wie Installateuren, Partnern, Händlern und natürlich potenziellen Kunden in Kontakt zu treten.

Es gibt einfach keinen Ersatz für die physische Demonstration unserer Technologien – das sorgt für Klarheit, macht es leichter, sie zu verstehen, regt zu sinnvollen Diskussionen an und ermöglicht den Besuchern, den Wert hinter jeder Technologie wirklich

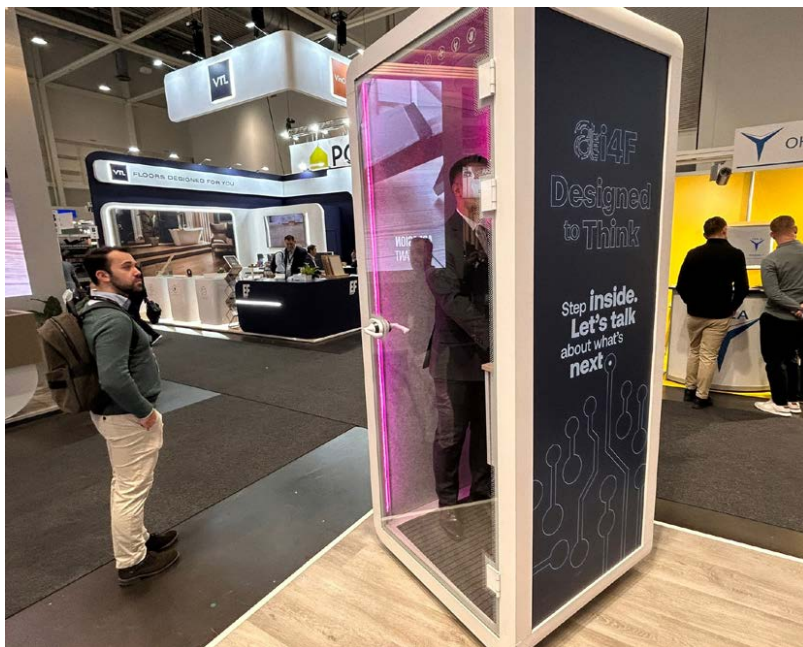
John Rietveldt, Gründer und CEO von I4F, startete seine vielschichtige Karriere bei Electrolux und Moulinex, verantwortete danach das Benelux-Geschäft des Weißwaren-Herstellers Whirlpool, stieg in die oberste Führungsetage auf, bis ihn Tarkett 2003 in die Bodenbelagsbranche holte und an die Spitze des Handelsgeschäfts berief. 2006 wechselte er zu American Standard, dato weltweit die Nr. 1 bei Küchen- und Badausstattung. Bei der Zerschlagung des Konzerns wurde er CEO des ausgegründeten Küchen- und Badbereichs 2008 folgte der Break: Der gebürtige Niederländer verabschiedete sich aus der Großindustrie, stieg als Partner bei der niederländischen Private Equity-Gesellschaft Ramphastos ein und bewies mit der Gründung von I4F 2013, dass er nicht nur als angestellter Manager, sondern auch als Unternehmer erfolgreich ist. John Rietveldt ist verheiratet mit Gilliane Rietveldt-Palmer, die ihm bei I4F als Director Communications & Marketing zur Seite steht.

zu erleben. Das hilft uns, bestehende Beziehungen zu stärken und neue Kontakte zu schließen, und vor allem erhalten wir authentisches Feedback und können Ideen austauschen. All das ist unerlässlich, weil es uns hilft, den Markt und seine Bedürfnisse zu verstehen und unsere zukünftigen Innovationen und Lösungen darauf hin zu entwickeln und zu gestalten.

Und: wir fühlen uns auch verpflichtet, dort zu sein, wo die Branche zusammenkommt. Dies ist für deren zukünftige Entwicklung von entscheidender Bedeutung.

In Hannover haben Sie sich mit einem neuen Stand und einem neuen Auftritt präsentiert – unter dem Motto AI4F. Was steckt dahinter ?

AI4F ist unser neuer strategischer Entwurf, der auf der Vision basiert, KI als grundlegende Ebene in ➔



Sieht aus wie eine Telefonzelle, ist aber ein interaktiver KI-Agent, der fachkundig Fragen zu den I4F-Technologien beantwortet, wenn man ein Produktmuster einscannt. Die Farbe außen zeigt an, um welche Technologie es geht.

I4F zu integrieren. Das soll unsere Denkweise, unsere Innovationskraft und die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Technologien verändern und unseren Lizenznehmern Unterstützung bieten. Wir sehen dies als den Beginn einer langfristigen Reise hin zu intelligenteren technologischen Entwicklungen, bei denen strukturierte wissenschaftliche Analysen kontinuierliche Innovationen und Verbesserungen vorantreiben.



Steter Wandel ist zur Normalität geworden, das ist allen bewusst.

Das ist mir zu allgemein. Können Sie diese neue AI-Strategie detaillierter beschreiben?

Letztlich bauen wir ein umfassendes digitales Ökosystem auf, das darauf ausgelegt ist, die Herangehensweise an die Profilauswahl und Leistungsoptimierung für jede Art von Lizenzprodukt neu zu definieren und den Bedarf an aufwändigen Frästests zu reduzieren. In erster Linie konzentrieren wir uns darauf, ein tieferes Verständnis dafür zu erhalten, wie Klicksysteme ihre höchste Leistungsfähigkeit erreichen und was die besten Materialkompositionen für Dekorplatten sind.

Was versprechen Sie sich von der KI-Integration für Ihr Unternehmen?

Durch die Zusammenführung umfangreicher Daten zu Materialkompositionen, Klicksystemen und realen Leistungsdaten lernt und entwickelt sich die KI kontinuierlich weiter und generiert datengestützte Erkenntnisse und Empfehlungen, darunter Anpassungen der Zusammensetzung und der Prozesse, die zu besseren Ergebnissen führen. Ein Berichtsrahmen, der auf die Messprotokolle abgestimmt ist, gewährleistet konsistente, vergleichbare Ergebnisse, während spezialisierte Forschungspartnerschaften uns erlauben, das alles auf einer tieferen Ebene zu quantifizieren und zu verstehen. Wir werden unsere Position als Innovationsführer weiter stärken.

Und welchen Nutzen haben Ihre Lizenznehmer davon?

Sie profitieren in jeder Phase des Prozesses. Von Anfang an erhalten sie klarere Einblicke in Markttrends auf der Grundlage realer Daten und strukturierter Informationen, wodurch sie eine solidere Grundlage für strategische Entscheidungen erhalten. Wenn sie dann in die Entwicklung und Fertigung einsteigen, hilft KI dabei, die Implementierung zu vereinfachen und die gewünschte Qualität zu gewährleisten, indem endlose Tests virtuell reduziert werden und genau ermittelt wird, welches Profil oder welche Technologie für ihre Materialien und die gewollte Produktperformance am besten geeignet ist.

Dabei werden alle technischen Variablen berücksichtigt: Materialzusammensetzung, Dicke, Konstruktion und funktionale Anforderungen an das Endprodukt. Das sorgt für mehr Sicherheit. Das Ergebnis sind eine höhere und gleichmäßigere Qualität, schnellere Entwicklungszyklen, weniger Fehler und letztlich weniger Reklamationen. Kurz gesagt: KI hilft Lizenznehmern, von Vermutungen zu fundierten Entscheidungen überzugehen und so die Effizienz entlang ihrer gesamten Wertschöpfungskette zu verbessern.

Auf Ihrem Stand in Hannover haben Sie KI bereits aktiv eingesetzt. Ein Eyecatcher war Ihr neuer KI-Chatbot, „getarnt“ als Telefonzelle. Wie funktioniert er?

Ja, tatsächlich haben wir auf der Domotex unseren ersten dialogfähigen AI4F-Agenten vorgestellt, mit dem man in drei Sprachen interagieren kann: Englisch, Deutsch und Chinesisch. Ein zweiter KI-Agent stand den Besuchern auf der Surfaces zur Verfügung.

Unser AI4F-Pod ist sehr spannend, da er die analoge und die digitale Welt zu einem nahtlosen Erlebnis verschmilzt. Besucher konnten einfach ein Produktmuster mit einem NFC-Tag auf den Scanner des Pods legen, der erkennt die Technologie sofort, verlinkt auf unsere Website und beantwortet Fragen. Seine Antworten basieren auf unserem Wissen. So lassen sich unsere Innovationen individuell und intuitiv erkunden. Das Besondere ist, dass der KI-Guide kontinuierlich lernt. Es ist nämlich kein statisches Tool, sondern ein dynamisches System, das mit jeder Konversation intelligenter wird. Das ist ein großer Schritt hin zu einem vernetzten Wissensaustausch in der Bodenbelagsbranche und darüber hinaus.

Und Sie hatten auch neue Technologien mit nach Hannover gebracht, z.B. die Stair Tread Technology. Was können wir uns darunter vorstellen?

Ja, wir haben zwei neue, patentierte Treppentechnologien vorgestellt, die eine der größten Herausforderungen der Bodenbelagsbranche lösen sollen: Treppen, die eine nahtlose Einheit mit dem Boden bilden und nicht wie ein nachträglich eingebautes, separates Element wirken. Durch die perfekte Abstimmung des Treppenbelages in Material, Dekor, Struktur und Aufbau auf den Boden lässt sich ein fließender Übergang gestalten. Wir gehen damit auf den Trend zu einem durchgängigen, homogenen Design ein.

Um unterschiedlichen Anforderungen gerecht zu werden, gibt es zwei Profile – L-förmig und U-förmig



Wir fühlen uns verpflichtet, dort zu sein, wo die Branche zusammenkommt.

– die mit allen Treppentypen kompatibel sind. Beide sind wasserresistent, vielseitig geeignet für den Wohn- und Objektbereich, lassen sich sicher, schnell und einfach installieren, ohne Zuschnitt, ohne Aluminiumprofile oder bauliche Änderungen an der Treppe und sorgen für eine Gestaltung aus einem Guss. Das funktioniert mit SPC, LVT, WPC, Laminat- und Holzböden, aber wir starten mit SPC als derzeit wachstumsstärkstes Segment.

Ebenfalls im Fokus stand die Ceragrout-Technologie. Die ist nicht mehr brandneu, aber Sie haben sie praktisch diversifiziert...

Genau, tatsächlich haben wir Ceragrout Wall eingeführt, eine Erweiterung unserer beliebten Ceragrout-Bodentechnologie, die die Ästhetik moderner rektifizierter (*rektifiziert bedeutet mit exakt geradlinig zugeschnittenen Kanten, Anm. der Redaktion*) keramischer Fliesen nun auch vom Boden auf Wände überträgt. Ceragrout Wall ist eine natürliche Weiterentwicklung unserer etablierten Ceragrout-Technologie und Teil unserer umfassenden Vision von nahtlosem, durchgängigem Oberflächendesign. ➔



Die Ceragrout-Technologie, die optisch perfekt keramische Fliesen imitiert, verbunden mit zahlreichen praktischen Vorteilen, gibt es jetzt auch für die Wand.



Die neue Stair Tread-Technologie erlaubt nahtlose, harmonische Übergänge zwischen Treppen und Bodenbelag und ist als L- wie auch als U-Profil konzipiert.



Ellen Klercx und John Rietveldt spüren trotz der aktuellen Herausforderungen auf dem Markt „eine sehr positive Energie“ in der Branche.

Ceragrout Wall imitiert perfekt die Ästhetik und den Eindruck moderner rektifizierter keramischer Fliesen mit integrierter Fuge verbunden mit erheblichen praktischen Vorteilen: hygienischer, leichter zu reinigen, wasserdicht, dauerhaft, widerstandsfähig, einfach zu installieren und auszutauschen. Und es ermöglicht, einheitlichen Oberflächen in authentischer Keramikoptik auf dem Boden und an der Wand zu erzielen – ohne den Arbeitsaufwand, der mit herkömmlichen keramischen Fliesen verbunden ist.



Der Einsatz von KI führt zu intelligenteren technologischen Entwicklungen, bei denen strukturierte wissenschaftliche Analysen kontinuierliche Verbesserungen und Innovationen vorantreiben.

Sie sind inzwischen seit über zwölf Jahren mit i4F am Markt aktiv, unermüdlich persönlich engagiert. Wie haben Sie die letzten Jahre erlebt ?

Es war eine großartige Reise mit vielen Meilensteinen und Höhepunkten. Ich finde es großartig, die Möglichkeit zu haben, neue weltweite Standards zu schaffen, die sich positiv auf das Leben der Menschen auswirken. Wir sind in der Zeit von einem Patent auf mittlerweile mehr als 4.500 Patente und Technologien

gewachsen. Wir betreiben inzwischen Niederlassungen und Forschungs- und Entwicklungszentren in den USA, China, Vietnam und Belgien und haben eine starke i4F-Familie aufgebaut sowie 20 industrielle IP-Partner gewonnen. Ich bin dankbar und fühle mich privilegiert, in dieser Situation zu sein. Und das ist erst der Anfang ... the sky is the limit!

Was müssen Ihre Innovationen und Technologien erfüllen, wonach wählen Sie aus ?

Für uns bedeutet Innovation intuitive Lösungen, die echte Herausforderungen lösen, messbare Leistung liefern, effektiv skalierbar sind und den sich ständig weiterentwickelnden Erwartungen an Design, Installation und recycelbare Materialien immer einen Schritt voraus sind – und gleichzeitig die Endkunden begeistern und klare Ergebnisse für Lizenznehmer und deren Kunden liefern.

Welche Technologie ist bis dato am erfolgreichsten ?

Die einfache Verlegung in Kombination mit hoher Wasserbeständigkeit steht nach wie vor im Mittelpunkt unserer Entwicklungen. Unsere Drop-Lock-Technologien bilden die Grundlage, auf der wir selbst die etabliertesten Formate überdenken, um sie einfacher, effizienter und leichter zugänglich zu gestalten.

Nehmen wir als Beispiel Fischgrät, einen Designklassiker, der aufgrund seiner zeitlosen Ästhetik und seiner starken visuellen Wirkung geschätzt wird. Die traditionelle Fischgrät-Verlegung basiert auf A- und B-Planken, was zu unnötiger Komplexität bei Herstellung, Logistik und Verlegung führt. Mit i4F Herringbone haben wir unser Know-how im Bereich Drop-Lock für ein einfaches, intuitives Ein-Planken-System genutzt. Das vereinfacht die Installation und die Handhabung, vermindert Abfall und verbessert die Gesamteffizienz, während gleichzeitig das vom Markt gewünschte authentische Design und andere Leistungskriterien erhalten bleiben. Das Ergebnis ist also eine intelligente, kostengünstigere Weiterentwicklung eines klassischen Designs.

Eine weitere unserer Multitechnologien, die sich auf dem Markt als großer Erfolg erweisen, ist Cera Grout, die ich eben schon beschrieben habe.

Und von welcher Innovation hatten Sie sich mehr versprochen ?

Wir sind mit der allgemeinen Entwicklung unserer Technologien sehr zufrieden. Natürlich setzen sich

einige Innovationen schneller durch als andere, aber das entspricht dem natürlichen Rhythmus der Marktakzeptanz. Jede Technologie erfüllt unterschiedliche Anforderungen und erobert verschiedene Märkte in ihrem eigenen Tempo.

Wie offen ist denn überhaupt die Bodenbelagsbranche für Innovationen?

Die Bodenbelagsbranche lebt von Innovationen. Wobei nach unserem Gefühl die Erwartungen höher denn je sind. Sowohl die Industrie als auch der Handel und der Endkunde wünschen sich Innovationen, die funktionieren – Lösungen, die die Verlegung vereinfachen, Qualitätsstandards erhöhen und messbare Verbesserungen liefern.

Gilt das auch für Ihre neue AI-Strategie? Das ist ja schon eine neue Ära – und wir bewegen uns in einem eher konservativen, traditionellen Umfeld. Auch wenn KI gerade überall thematisiert wird – ist die Branche für einen umfassenden Einsatz bereit, wie Sie ihn anstreben?

Auf jeden Fall! Weltweit herrscht eine echte Dynamik und Begeisterung für KI, und unsere Branche bildet da keine Ausnahme. Wichtig ist, dass KI nicht mehr nur ein Zukunftskonzept ist, sondern dass wir bereits heute täglich klare, praktische Vorteile sehen. Sie hilft dabei, Komplexität zu strukturieren, Entscheidungsprozesse zu verbessern und Effizienzsteigerungen in Bereichen zu erzielen, die traditionell nur schwer in großem Maßstab analysiert werden konnten. Anstatt nur um der Disruption willen disruptiv zu sein, wird KI zu einer natürlichen Erweiterung der Art und Weise, wie Innovationen entwickelt, bewertet und umgesetzt werden, und deshalb schreitet die Anpassung so schnell voran.

Wie war denn das Feedback auf Ihre AI-Strategie auf den Messen?

Insgesamt haben die Rückmeldungen, die wir erhalten haben, bestätigt, dass die Branche bereit ist, Innovation anders zu betrachten. Nicht nur unsere Technologien fanden bei den Besuchern Anklang, sondern auch die Art und Weise, wie wir sie präsentiert haben. Unser neues AI4F-Konzept hat definitiv ins Schwarze getroffen. Viele haben uns gesagt, dass der Ansatz ihnen eine neue Sichtweise auf Innovation eröffnet habe – dass Innovation nicht nur isolierte Produktentwicklung bedeutet, sondern ein strukturiertes System, das Klarheit in die Komplexität bringt. Das ist auch wichtig, weil sich die Branche schnell

weiterentwickelt. Die Erwartungen an übergreifendes, abgestimmtes Design und Oberflächen steigen, und Unternehmen benötigen intelligentere Werkzeuge und klar definierte Vorgaben, um Schritt halten zu können.

Was steht nun für dieses Jahr noch auf Ihrer Agenda?

Mit Blick auf die Zukunft sind unsere Prioritäten ganz klar: Wir werden sowohl unsere Kerntechnologien als auch unsere neuesten Technologien weiter vorantreiben und gleichzeitig unsere KI-Fähigkeiten weiterentwickeln, um Komplexität zu reduzieren und sich wiederholende, zeitaufwändige Prozesse zu eliminieren, die keinen echten Mehrwert schaffen.

Geografisch werden wir unsere Expansion in allen Regionen fortsetzen, wobei wir uns stark auf Europa und die USA konzentrieren. Deutschland bleibt einer unserer wichtigsten strategischen Märkte. Gleichzeitig werden wir unsere Beziehungen weiter vertiefen und unser Netzwerk von Technologiepartnern und Lizenznehmern ausbauen. Letztendlich geht es in diesem Jahr um Evolution: Wir wollen unser Portfolio weiter stärken, die Qualität verbessern und sicherstellen, dass unsere Technologien die erste Wahl für Branchenplayer sind, die echten Mehrwert generieren wollen und nicht nur schrittweise Veränderungen anstreben. ■

Die Fragen stellte Claudia Weidt

I4F

I4F Licensing B.V.B.A.
Industriedijk 19
B-2300 Turnhout, Belgien
i4f.com, info@i4f.com

Gründung: 2013

Anteilseigner: Ramphastos, Kronospan

Management: John Rietveldt (CEO), Matthieu Dekens (President i4F Inc. Nordamerika), David Song (CCO Asia), Mattie de Koning (Chief IP Officer), Pieter Devos (R & D Director), Bram Kingma (CFO), Edith Hermans (CTO)

Standorte: Turnhout (Belgien), Shanghai (China), Atlanta (USA)

Strategische Partnerschaften: Amorim, CFL, Classen, Exterpark, Hesse Lignal, HMTX, Hymmen, Huali Floors, Kingdomfloor, Kronospan, Lico, Pur Chem, Quickstyle, Tarkett, Tarzen, Vic Stairs, Wellmade