

Innovationen und Markenkonzeppte für erfolgreiche Partnerschaften

Mit Innovationen in allen Produktbereichen und kreativen Design- und Markenkonzeppte präsentiert sich Hunter Douglas, Weltmarktführer im Bereich Licht-, Sicht- und Sonnenschutz, auf der R+T in Halle 7, an Stand B32. Außerdem ist das Thema Nachhaltigkeit wichtig.

„Die R+T ist die wichtigste Messe für den Bereich Sonnenschutz. Als weltweit tätiges Unternehmen nutzen wir diese Plattform, um unsere Kunden aus der ganzen Welt zu empfangen, Produktinnovationen und neue Konzepte zu präsentieren und um Kundenbindungen zu festigen“, sagt Friedrich W. Petrat. Der Geschäftsführer von Hunter Douglas Deutschland fährt fort: „Unser Ziel ist es, gemeinsam mit unseren Kunden in verlässlichen Partnerschaften und mit innovativen Themen und kreativen Konzepte die Zukunft erfolgreich zu gestalten. Das beweisen wir jetzt schon und das wird in Zukunft recht deutlich den Markt beeinflussen.“

Die große Innovationskraft und das Thema Nachhaltigkeit zeigen sich in der Produkt- und Designentwicklung, in den ein-

gesetzten Materialien und der Herstellung. Beim Thema intelligente Lichtsteuerung besticht dabei das neue SmartHome-System PowerView durch ein smartes Design.

NACHHALTIGKEIT UND INNOVATION

Die Vorzüge sind präzise Bedienung, flexible Zeitpläne, Energieeffizienz, Sicherheit, Kindersicherheit und Vielfalt. Zu PowerView gehören ein sog. Pebble (Fernbedienung) und natürlich die App. Mit GreenScreen SeaTex präsentiert Hunter Douglas den weltweit ersten Sonnenschutzstoff, der aus wiederverwertetem Kunststoffabfall aus dem Meer hergestellt ist. Diese innovativen Sonnenschutzlösungen sind ener-



NACHGEFRAGT

Interview mit Friedrich W. Petrat, Geschäftsführer Hunter Douglas Deutschland, und Mirko Müller-Stüler, Prokurist Hunter Douglas Deutschland

Friedrich W. Petrat (li.), Geschäftsführer Hunter Douglas Deutschland, und Mirko Müller-Stüler, Prokurist Hunter Douglas Deutschland

Fotos: Hunter Douglas



sicht+sonnenschutz: Mit Ihrer Wabenmarke Duette geben Sie Konfektionären die Möglichkeit, individuelle Dessins schon ab geringer Stückzahl zu realisieren. Inwiefern stößt dieses Customized-Angebot auf Interesse, und zu welchen Konditionen können Sie diese Individualisierungsleistung zur Verfügung stellen?

Petrat: Die auftragsbezogene, wertvolle künstlerische Bedruckung von Duette macht das Produkt noch exklusiver und spricht den gehobenen Fachhändler und den wählerischen, suchenden Endverbraucher gezielt an. Trotz dieser auf hohem Level gefertigten „Kunstwerke“ ist es uns gelungen, das Preisniveau bezahlbar zu halten. Das erkennt der Endverbraucher an und belohnt uns mit steigenden Umsätzen.

sicht+sonnenschutz: Im Bereich des innen liegenden Sonnenschutzes liegt in Deutschland der Anteil von Plissee und Wabe nach Aussage aller marktrelevanten Spieler bereits bei 50 Prozent und mehr; gibt es hier überhaupt noch Wachstumspotenzial, und was sagen Sie denen, die um die Vielfalt gerade bei u.U. margenstärkeren Produktgattungen fürchten, die z.B. durch Duette erheblich unter Druck geraten?

Petrat: Der Gesamtanteil an Sonnenschutz ist, wie Sie schon bemerken, für Plissee und Duette auf mehr als 50 Prozent geklettert. Duette nimmt weiterhin stark zu aufgrund seiner Eigenschaften wie Energieeinsparung und ist sehr dekorativ! Das Plissee hat seinen Zenit überschritten. Der Endverbraucher erkennt, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis bei



Das SmartHome-System PowerView – hier im Einsatz mit Luxaflex Duette Shades und dem Luxaflex Pebble Scene Controller – unterstreicht den Premiumanspruch von Hunter Douglas.
Foto: Luxaflex

gieeffizient, tragen zu einem gesunden Raumklima bei und sorgen für eine lebenswerte Zukunft. Fast 100 Prozent der durch die Waterkeeper Alliance am Meeresufer gesammelten Kunststoffabfälle setzt Hunter Douglas für die Herstellung von Garnen für GreenScreen Sea-Text ein.

Den energieeffizienten Mehrwert unterstreicht Duette Wabenplissee eindrucksvoll: im Sommer mit bis zu 78 Prozent Wärmereduktion am Fenster und mit der Absenkung des

Wärmeverlustes um bis zu 46 Prozent im Winter (gemäß einer Fraunhofer-Studie).

ENERGIEEFFIZIENZ UND SCHALLDÄMPFUNG

Ein weiterer Vorzug ist die deutliche Verbesserung der Raumakustik. Das Fraunhofer-Institut für Bauphysik bestätigt in seiner Studie eine effektive Schalldämpfung um bis zu 45 Prozent.

► Mehr dazu auf www.duette.de

Duette Wabenplissee ihm Vorteile bringt, und die Kaufentscheidung wird jetzt und in Zukunft noch mehr zugunsten von Duette Wabenplissee ausfallen.

sicht+sonnenschutz: Mit Duette haben Sie unstrittig eine Marke erschaffen; aus heutiger Sicht: Welches ist das stärkste Argument – Gestaltung, Lärm- bzw. Schallschutz (also akustisch dämpfende Wirkung) oder Wärmedämmung?

Petrat: Die Marke Duette, das Original-Wabenplissee, überzeugt durch ein Bündel von Eigenschaften, spart Heizenergie, schützt vor Hitze, dämpft den Raumschall und ist sehr dekorativ, diese Eigenschaften überzeugen den Endverbraucher in ihrer Gesamtheit.

sicht+sonnenschutz: Bei der Kundenveranstaltung zur documenta haben Sie verkündet, in die Motorenfertigung einzusteigen: Wie ist da der Stand der Dinge und welchen Anteil motorisiert fahrender Behänge planen Sie mittelfristig?

Müller-Stüler: Die Motorenfertigung bei Hunter Douglas ist nicht neu. Auf der Hunter Douglas Ausstellung anlässlich der documenta haben wir neu unser SmartHome-System PowerView gezeigt, in Verbindung mit den von Hunter Douglas entwickelten motorischen Antrieben. PowerView wird gerade in Europa eingeführt, und wir merken, dass der Fach-

handel sehr interessiert ist an diesem Produkt. Die Umsätze entwickeln sich mehr als zufriedenstellend.

sicht+sonnenschutz: Mit Germania sind Sie bei Luxaflex und anderen Sortimenten eine enge Partnerschaft eingegangen; wie zufrieden ist Hunter Douglas, und wie zufrieden sind die Fachpartner mit dieser Verbindung – gibt es Zahlen zu Marktanteilsgeinnen?

Müller-Stüler: Wir sind sehr zufrieden mit dieser Lösung. Germania als neuer Lizenznehmer für Luxaflex wächst seitdem stark im deutschen und Schweizer Markt. Unser langjähriger Luxaflex Partner, Leha in Österreich, wächst ebenfalls stark mit der Marke Luxaflex.

sicht+sonnenschutz: Wie wichtig ist aus Ihrer Sicht die R+T als Dialogplattform für den Austausch mit deutschen Kunden?

Müller-Stüler: Die R+T als Dialogplattform ist für uns sehr wichtig. Aufgrund der Internationalität und der weltweiten Ansprache unserer Kunden muss man zu Hunter Douglas. Alle wichtigen Kunden kommen zur Messe und zu unserem Traditionstermin, wo wir partnerschaftlich mit unseren Kunden Resümee ziehen am Abend des ersten Messtages. Das Thema für 2018 lautet Marke und Design.

Reinhold Kober