



Die transparente Wabe Batiste Sheer in 25 mm Breite ist eine Neuentwicklung von Hunter Douglas. Hier in Kombination mit blickdichten und abdunkelnden Geweben aus der Wabenplissee-Kollektion der Marke Duette.

# „Produkttechnisch ist Duette Batiste Sheer eine Meisterleistung“

**Hunter Douglas** – Geschäftsführer Friedrich W. Petrat bezeichnet die Neuentwicklung Duette Bastite Sheer als „riesengroße Innovation“. Im Interview spricht er auch über ein neues Smart-Home-System und die Fortführung der Endverbraucher-Kampagne.

**BTH Heimtex:** Hunter Douglas hat eine sehr transparente Duette Wabenplissee-Qualität entwickelt, die Sie als „riesengroße Innovation“ bezeichnen. Was ist die Besonderheit an Batiste Sheer?

**Friedrich W. Petrat:** Bei Duette in 64 mm Breite gab es bereits transparente Qualitäten, aber nicht in der stark nachgefragten schmalen Wabe. Uns ist es gelungen, ein transparentes Gewebe in 25 mm Wabenbreite mit den gleichen energieeffizienten Vorzügen wie das Original Duette Wabenplissee zu entwickeln: Energieeffizienz im Sommer wie im Winter und Verbesserung der Raumakustik. Duette Batiste Sheer vereint all diese Vorzüge mit Transparenz. Das war eine unglaubliche Herausforderung, produkttechnisch eine absolute Meisterleistung.

**BTH Heimtex:** Welche Einsatzmöglichkeiten sehen Sie für die Neuentwicklung?

**Petrat:** Mit Duette Batiste Sheer, in Kombination mit blickdichten Geweben und abdunkelnden Qualitäten aus der Kollektion, sind eine Vielzahl ganz individueller Lösungen und Lichtsteuerungen möglich. Jede gewünschte Lichtstimmung, jeder gewünschte Sicht- und Sonnenschutz – vom geschützten Ausblick bis zum perfekten Sichtschutz –, alles ist möglich. Aufgrund der innenliegenden Technik gibt es keine störenden Lichtpunkte, so dass auch tagsüber eine hervorragende Abdunkelung möglich ist. Dem Fachhandel eröffnet das eine Vielzahl neuer Themen und anspruchsvoller Einsatzgebiete. Darüber kann er hochwertig verkaufen. Und es erfordert auch gute Beratung. Hier hebt er sich ab.

**BTH Heimtex:** Am Fenster steht der Sonnenschutz ja in Konkurrenz mit der Gardinendekoration. Ist die neue Duette-Qualität durch die hohe Transparenz nicht auch eine Alternative zum klassischen Store?

Ja, das Produkt kann auch einen dekorativen Store ersetzen und hat darüber hinaus weitere Vorteile mit der Lichtregulierung, die eine Gardine nicht bieten kann. Durch diese Neuentwicklung sind wir in der Lage, mit einer Anlage an einem Fenster tagsüber Transparenz zu schaffen und nachts zu verdunkeln. Diese Tag- und Nachtanlage hat natürlich gegenüber der normalen Fensterdekoration viele Vorteile, im Schlafzimmer, Kinderzimmer und am Bildschirmarbeitsplatz.

**BTH Heimtex: Themenwechsel. Ein zukunftsweisender Trend ist das Smart Home. Im innenliegenden Sonnenschutz entwickelt sich das Geschäft mit automatisierten Produkten nur zögerlich. Wie ist Ihre Einschätzung dazu?**

**Petrat:** Die Hausautomation setzt sich fort und wird in den nächsten Jahren zum Standard werden. Auch Hunter Douglas hat in dieser Richtung ein komplettes Programm vom Motor bis hin zur Steuerung und Regelung entwickelt, das gerade in den USA einen Siegeszug beginnt. Wir machen dieses System, wir nennen es Power View, gerade passend für den europäischen Markt. Die Firma Germania wird es unter Luxaflex auf der Heimtextil Messe in Frankfurt vorstellen.

**BTH Heimtex: Kommen wir zu den Marketingaktivitäten von Hunter Douglas. Sie unterstützen den Fachhandel seit Anfang 2015 unter anderem mit einer breit angelegten Endverbraucherkampagne für die Marke Duette. Schlagen sich die Anstrengungen bereits konkret nieder?**

**Petrat:** Ja sicher. Wir bekommen ein Feedback von unseren Kunden, wir merken es an den zunehmenden Besucherzahlen der Duette Webseite und natürlich auch an wachsenden Umsätzen. Einer repräsentativen Studie\*) können wir ganz aktuell entnehmen, dass nach einem relativ kurzen, aber intensiven Werbeauftritt über anderthalb Jahre Duette Wabenplissee bei den Bauherren und Renovierern eine Markenbekanntheit von 6,1 % erzielt. Im Vergleich zu anderen Marken ist dies ein beachtliches Ergebnis.

**BTH Heimtex: Wird die Duette-Kampagne fortgeführt?**

**Petrat:** Wir bereiten eine neue Endverbraucher-Kampagne vor. Aber man darf den Erfolg nicht nur auf die Kampagne reduzieren. Es ist das Zusammenspiel von zahlreichen Aktivitäten, d.h. die crossmediale Vernetzung, die den Erfolg bringt. So sind wir mittlerweile Partner von Europas größter Wohnzeitschrift „Schöner Wohnen“ und von „Living at Home“. Wir erwarten eine Vielzahl am Wohnen interessierter Endkunden auf unsere Webseite, die wir darüber wieder zum Fachhandel

führen. Nicht zu vergessen: die unzähligen Kontakte, die über die kontinuierliche PR erzielt werden.

**BTH Heimtex: Verraten Sie unseren Lesern noch, welche Produktneuheiten 2017 geplant sind?**

**Petrat:** Wir präsentieren eine Vielzahl an Neuheiten. Im Rollobereich haben wir die Anregungen vom Markt aufgegriffen, viele technische Möglichkeiten modifiziert und durch Innovationen ergänzt. Auch bei den Jalousien haben wir diverse Neuheiten. Bei Duette



Friedrich W. Petrat,  
Geschäftsführer  
Hunter Douglas  
Components:

**„Unser neuer,  
sehr transparenter  
Dette-Stoff Batiste  
Sheer kann einen  
dekorativen Store  
ersetzen und bietet  
darüber hinaus  
weitere Vorteile mit  
der Lichtregulierung,  
die eine Gardine  
nicht bieten kann.“**

Wabenplissee werden wir das Thema Transparenz weiter ausbauen wie auch die individuelle Gestaltung vertiefen. Und wir werden uns weiter um den Aspekt Energieeffizienz bemühen. Denn auch hier hat uns die erwähnte Studie aufschlussreiche Informationen gegeben: Energie sparen war insgesamt bei den befragten Hausbauern, Hausplanern und Renovieren mit 68,7 % das bedeutendste Kriterium.

Aber genauso wichtig wie die Innovationen sind die zugehörigen Marketingkonzepte. Das ist eine große Aufgabe, von der unser Erfolg entscheidend abhängt und zunehmend mehr abhängen wird. Und das kann ich nicht oft genug zum Ausdruck bringen.

*Die Fragen stellte Petra Lepp-Arnold*

\*) „PBM 2016 – Der Private Baumarkt“. Befragung von 1.000 Bauherren und Renovierern durch Ipsos, Hamburg, im Auftrag des Fachschriften-Verlages, Fellbach