

Stoffe mit einem individuellem Charakter

Friedrich W. Petrat über Innovationen und das Engagement für den Fachhandel

Friedrich W. Petrat, Geschäftsführer Hunter Douglas Deutschland, steht wie kein anderer für die Entwicklung von Duette Wabenplissee zur Marke Duette. Hier zieht er eine vorläufige Bilanz der Aktivitäten rund um Duette und zeigt auf, wie es 2017 weitergeht.

Mit einer Vielzahl an Produktinnovationen und Aktivitäten hat Duette Wabenplissee im gesamten Jahr 2016 für viel Aufmerksamkeit im Markt gesorgt.

Ja, wir haben zwei große Produktinnovationen präsentiert. Zum einen fordert der Markt individuelle Dessins. Deshalb haben wir Stoffe mit hohem individuellem Charakter entwickelt. Als Beispiel möchte ich hier Duette Montana nennen, ein wertiges Allover-Dessin in Naturoptik, das aus der Crushoptik abgeleitet wurde. Es schenkt jedem Raum Struktur und unterstreicht den Wohlfühl-Look. Die zweite riesengroße Innovation ist das transparente Duette Batiste Sheer.

Was ist die Besonderheit dieser transparenten Qualität? Wo sehen Sie die Vorteile?

In 64 Millimeter Breite gab es bereits transparente Qualitäten, aber nicht in der stark nachgefragten schmalen Wabe. Uns ist es gelungen, ein transparentes Gewebe in 25 Millimeter Wabentiefe mit den gleichen energieeffizienten Vorteilen wie das Original Duette Wabenplissee zu entwickeln, also der Energieeffizienz im Sommer wie im Winter und der Verbesserung der Raumakustik. Das war eine unglaubliche Herausforderung, produkttechnisch. Das neue transparente Duette Batiste Sheer vereint all diese Vorteile mit Transparenz. Und unterschiedliche Transparenzen im Raum sorgen für ein Wohlfühlklima und bringen eine Vielzahl weiterer Vorteile.

Wie macht sich das individuell zu Hause beim Kunden am Fenster bemerkbar?



Friedrich W. Petrat , Geschäftsführer von Hunter Douglas Deutschland in Kassel, hat die Entwicklung von Duette Wabenplissee zur Marke Duette vorangetrieben – und auch 2017 wird sich das fortsetzen.

In Kombination mit den blickdichten Geweben und den abdunkelnden Qualitäten 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. Einzigartige Vorteile bietet die Kombination mit abdunkelnden Qualitäten, die Tag-Nacht-Lösung, für Schlafzimmer, Kinderzimmer und Bildschirm-Arbeitsplätze. Aufgrund der innenliegenden Technik gibt es keine störenden Lichtpunkte, so dass auch tagsüber eine hervorragende Abdunkelung möglich ist. Das ist ein hoher Komfort.

Dem Fachhandel eröffnet das alles eine Vielzahl neuer Themen und anspruchsvoller Einsatzgebiete. Darüber kann er sehr hochwertig verkaufen. Das erfordert auch gute Beratung. Hier hebt er sich ab.

Mit einer breit angelegten Endverbraucher-Kampagne und begleitenden Maßnahmen versuchen Sie den Fachhandel zu unterstützen.

Gibt es hier schon Erkenntnisse, ob und wie sich diese Anstrengungen niederschlagen?

Ja sicher. Wir bekommen natürlich ein Feedback von unseren Kunden, wir merken es an den zunehmenden Besucherzahlen der Duette Website und natürlich auch an wachsenden Umsätzen. Aber das ist nicht alles. Der Fachhandel erkennt und honoriert unsere Anstrengungen, ihn zu unterstützen. So erhielten wir zum Jahresbeginn von den Lesern der Fachzeitschrift eurodecor die Auszeichnung zum Unternehmen des Jahres in der Kategorie „Beste Marke“. Hier wurden die intensiven Marketingaktivitäten gewürdigt. Und das kommt jetzt auch beim Endkunden an.

Einer repräsentativen Studie (PBM 2016 – Befragung von eintausend Bauherren und Renovierern durch Ipsos, Hamburg, im Auftrag des Fachschriften-Verlages, Fellbach) können wir ganz aktuell entnehmen, dass nach einem relativ kurzen aber intensiven Werbeauftritt über 1,5 Jahre Duette Wabenplissee bei den Bauherren und Renovierern eine Markenbekanntheit von 6,1 Prozent erzielt. Im Vergleich



Die transparente Duette Wabe in 25 Millimeter Breite zählt Hunter Douglas zu den herausragenden Innovationen. In Kombination mit den blickdichten und abdunkelnden Geweben generiert sich ein Vielzahl an Vorzügen. Der QR Code visualisiert die unterschiedlichen Lichtstimmungen.

zu anderen Marken ist dies ein beachtliches Ergebnis. Bei den Hausplanern, die sich aktuell mit dem Bau eines Hauses beschäftigen, liegt der Wert sogar bei 17,4 Prozent. Das zeigt, dass die Markenbildung auf einem guten Weg ist und die Markenbekanntheit wächst. Dabei wird Duette von den Markenkennern mit 77,1 Prozent als sympathisch eingestuft – der höchste Wert unter den abgefragten Marken im Bereich Sonnenschutz. Und hier schließt sich dann auch der Kreis zum Duette Fachhandel.

Das bedeutet, dass die Endverbraucher-Kampagne fortgeführt wird?

Wir bereiten eine neue Endverbraucher-Kampagne vor, die noch mehr Endverbraucher zum Fachhandel führen soll. Aber man darf den Erfolg nicht nur auf die Kampagne redu-

zieren. Es ist das Zusammenspiel einer Vielzahl an Aktivitäten, die crossmediale Vernetzung, die den Erfolg bringt. So sind wir mittlerweile Partner von Europas größter Wohnzeitschrift Schöner Wohnen und von Living at Home. Hier erwarten wir viel, das wird uns weiter stärken und auch eine Vielzahl am Wohnen interessierter Endkunden auf unsere Website und darüber wieder zum Fachhandel führen. Nicht zu vergessen die Vielzahl an Kontakten, die über die kontinuierliche PR erzielt werden.

Ein Wort zu den Produktneuheiten: Was ist für 2017 geplant?

Wir präsentieren eine Vielzahl an Neuheiten. Im Rollobereich haben wir die Anregungen vom Markt aufgegriffen, viele technische Möglichkeiten modifiziert und durch neue

Innovationen ergänzt. Im Jalousienbereich haben wir diverse Neuheiten und bei Duette Wabenplissee werden wir das Thema Transparenz weiter ausbauen und auch das Thema individuelle Gestaltung vertiefen. Und wir werden uns auch weiter um das Thema Energieeffizienz bemühen. Denn auch hier hat uns die PBM 2016 aufschlussreiche Informationen gegeben. Energie sparen war insgesamt bei den Hausbauern, Hausplanern und Renovierern mit 68,7 Prozent das bedeutendste Kriterium.

Aber genauso wichtig wie die Produktneuheiten und 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. ■

RED

INDIVIDUELL ANDERS. BÜSCHER SONNENSCHUTZ.

Ihr perfekter Partner.

www.buescher-sonnenschutz.de



BÜSCHER
SONNENSCHUTZ