

# Großartige Innovationen, kreative Markenkonzepte und erfolgreiche Partnerschaften



Dnette (4)

Mit neuen Dessins und sehr textilen Geweben in diversen Transparenzen wird sich das Wabenplissee weiter im Markt etablieren.

Mit Innovationen in allen Produktbereichen und kreativen Design- und Markenkonzepten präsentiert sich Hunter Douglas, Weltmarktführer im Bereich Licht-, Sicht- und Sonnenschutz, auf der R+T in Halle 7 Stand B32. Im Mittelpunkt stehen dabei die Themen Partnerschaft, Marke und Design und über all dem das Thema Nachhaltigkeit.

„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. Unser Ziel ist es, gemeinsam mit unseren Kunden, in verlässlichen Partnerschaften und mit innovativen Themen und kreativen Konzepten die Zukunft erfolgreich zu gestalten. Das bewei-

sen wir jetzt schon und das wird in Zukunft recht deutlich den Markt beeinflussen“, so Friedrich W. Petrat, Geschäftsführer Hunter Douglas Deutschland.

## Nachhaltigkeit und Innovation

Die große Innovationskraft und das Thema Nachhaltigkeit wird überall sichtbar, von der Produktentwicklung über die Designentwicklung von den eingesetzten Materialien über die Herstellung und vielem mehr. Bei der Designphilosophie steht Nachhaltigkeit im Vordergrund, mit Produkten die das Licht regulieren, Räume gegen Hitze und Kälte isolieren und Energie sparen.

Beim Thema intelligente Lichtsteuerung besticht dabei das neue Smart Home System PowerView durch ein smartes Design. Vorzüge sind präzise



Bei der Designphilosophie steht Nachhaltigkeit im Vordergrund, mit Produkten die das Licht regulieren, Räume gegen Hitze und Kälte isolieren und Energie sparen.

Bedienung, flexible Zeitpläne, Energieeffizienz, Sicherheit, Kindersicherheit und Vielfalt. Mit der dazugehörigen App und in der Anwendung ist PowerView richtungsweisend und unterstreicht den Premiumanspruch von Hunter Douglas als Weltmarktführer im Bereich Licht-, Sicht- und Sonnenschutz.

Mit GreenScreen SeaTex präsentiert Hunter Douglas den weltweit ersten Sonnenschutzstoff, der aus wiederverwertetem Kunststoffabfall aus dem Meer hergestellt wird. Diese innovativen Sonnenschutzlösungen sind energieeffizient, tragen zu einem gesunden Raumklima bei und sorgen on top für eine lebenswerte Zukunft. So werden fast 100 Prozent der durch die Waterkeeper Alliance am Meeresufer gesammelten Kunststoffabfälle zur Herstellung von GreenScreen Sea-Tex Garnen verwendet.

Das Thema Digitaldruck ist eine weitere Innovation, das neue Chancen bei allen Produktgruppen eröffnet und so auch bei Duette Wabenplissees. Mit neuen Dessins und sehr textilen Geweben in diversen Transparenzen wird Duette Wabenplissee sich weiter im Markt etablieren. Den energieeffizienten Mehrwert unterstreicht Duette eindrucksvoll, im Sommer mit bis zu 78 Prozent Wärmereduktion am Fenster und der Reduktion des Wärmeverlustes um bis zu 46 Prozent im Winter. Ein weiterer Vorzug ist die deutlich spürbare Verbesserung der

Raumakustik. Das Fraunhofer Institut für Bauphysik bestätigt in seiner Studie eine effektive Schalldämpfung um bis zu 45 Prozent.

## Marke und Design

Neben der Präsentation der Produktinnovationen sind Marken- und Designentwicklung entscheidende Themen. In bewegten und sich durch das Internet wandelnden Märkten und einem veränderten Konsumentenverhalten sind zugehörige Markenkonzepte und eine erkennbare Designphilosophie entscheidende Erfolgsfaktoren. Mit einer klaren Markenführung, kreativen Marketingkonzepten, einer Vielzahl an Aktivitäten und deren crossmedialer Vernetzung unterstreicht Hunter Douglas auch hier den großen Anspruch. Ganz aktuell wurde Hunter Douglas Components von den Lesern einer Fachzeitschrift zum dritten Mal in Folge zum Unternehmen des Jahres 2017 gewählt und in den Kategorien Beste Marke (Duette Wabenplissee) und Bester Online Auftritt (Duette Wabenplissee) ausgezeichnet. Gemeinsam mit den Partnern werden auch in Zukunft die Themen Marke und Design mit kreativen Marketinaktivitäten weiter ausgebaut und erfolgreich fortgeführt.

[www.duette.de](http://www.duette.de)

 Halle 7 Stand B32

**Im Vorfeld der R+T 2018 sprachen wir mit Friedrich W. Petrat und Mirko Müller-Stüler, die uns Ein- und Ausblicke in die Markt-Entwicklung gaben.**

**RTS: Wann ist Duette Wabenplissee auf den Markt gekommen?**

Friedrich W. Petrat: Vor über 35 Jahren wurde der 1. Versuch gestartet, Duette Wabenplissee in Europa in den Markt einzuführen.

**RTS: Wie waren die ersten Resonanzen Ihrer Partner? Waren sie direkt überzeugt oder eher verhalten?**

Friedrich W. Petrat: Damals war keiner von dem Produkt überzeugt und Duette Wabenplissee wurde wieder vom Markt ge-



Friedrich W. Petrat initiierte das erfolgreiche Markenkonzept. Eine erfolgreiche Zukunft sieht er in Partnerschaften, in der gemeinsamen Entwicklung innovativer Konzepte.

nommen. 2010 haben wir mit neuen Materialien und mit den Argumenten spart Heizenergie, schützt vor Hitze, dämpft den Raumschall und ist sehr dekorativ einen Neustart gewagt.

Mit diesen Argumenten hatten wir sehr viel Erfolg, so dass wir letztendlich eine Endverbraucher-Kampagne gestartet haben, die dazu beigetragen

hat, Duette zur Marke zu entwickeln. Die Begeisterung bei unseren Kunden und im Fachhandel war überwältigend.

**RTS: Können Sie festmachen, zu welchem Zeitpunkt sich Duette Wabenplissees fest im Markt etabliert hat?**

Friedrich W. Petrat: Der Erfolg begann schlagartig 2010 und jedes weitere Jahr brachte gewaltige Umsatzschübe.

**RTS: Ist das Thema Nachhaltigkeit bereits beim Endverbraucher fest verankert und wird diese auch weiterhin bei Hunter Douglas im Fokus stehen?**

Mirko Müller-Stüler: Bei Hunter Douglas ist dieses Thema schon sehr früh festgelegt worden. Wir waren die ersten im Markt, die dieses Thema aufgegriffen haben, indem wir Aluminium recycelt haben. Nachhaltigkeit praktizieren wir seit Jahrzehnten und das Thema wird auch für uns in Zukunft immer ein fester Bestandteil sein.

**RTS: Wie hat sich der Bereich Motorisierung/Smart Home bezüglich des innenliegenden Sonnenschutzes in den letzten drei Jahren entwickelt?**

Mirko Müller-Stüler: Wir sind noch keine 3 Jahre mit unserem neuen Smart Home System, PowerView, im Markt. 2017 haben wir begonnen und merken, dass wir beachtliche Zuwachsrate haben. Die Entwicklung im Markt ist mit den von uns ausgewählten Kunden sehr positiv. Neu entwickelte Motoren in Verbindung mit unserer Marke PowerView, setzt im Smart Home Markt neue Maßstäbe.

**RTS: Was werden Ihre Erachtens in Zukunft die größten Herausforderungen für den Markt sein?**

Mirko Müller-Stüler: Den Fachhandel zu stärken und ihm zu helfen, dass er die Chance des Internets für sich nutzt, um potentielle Endverbraucher zu sich ins Ladengeschäft zu holen, sie umfassend zu beraten und den Verkaufsabschluss zu tätigen.

**RTS: Vielen Dank für das Gespräch!**



Mirko Müller-Stüler möchte unter anderem den Fachhandel stärken und ihn dabei unterstützen, die Chancen des Internets für sich zu nutzen.