

Sechs Jahrzehnte Branchenerfahrung, unzählige Innovationen, ein Netzwerk, das Generationen verbindet: Friedrich W. Petrat gehört zu den prägenden Persönlichkeiten der Sonnenschutz-Industrie.

Als langjähriger Geschäftsführer von Hunter Douglas Deutschland hat er die Entwicklung der Branche maßgeblich mitgestaltet – technologisch, strategisch und kulturell. Als Visionär hat er Duette Wabenplissee zur Marke entwickelt. Seit Anfang 2026 konzentriert er sich in einer neu geschaffenen Funktion als Direktor für Strategie und Kommunikation auf die langfristige Weiterentwicklung des Unternehmens sowie den intensiven Dialog mit Marktpartnern in der DACH-Region.

Wenn Friedrich W. Petrat über die Branche spricht, fällt ein Wort immer wieder: Vertrauen. Vielleicht liegt genau darin das Geheimnis seines Erfolges in der Sonnenschutz-Industrie. Petrat gehört zu jenen Persönlichkeiten, die Märkte nicht durch große Inszenierung geprägt haben, sondern durch innovative Ideen, Erfahrung und die Fähigkeit zuzuhören.

Dass er sich auch nach über 60 Jahren im Berufsleben weiterhin aktiv einbringt, ist für ihn daher keine Pflicht, sondern eine Freude, weiter aktiv zu gestalten. Strategie, Marktverständnis und persönliche Beziehungen betrachtet er als untrennbare Einheit. Dabei blickt er nicht nur auf eine außergewöhnliche Karriere zurück, sondern analysiert auch mit klaren Worten die aktuellen Herausforderungen der Branche.

Wir haben mit Friedrich W. Petrat über seine neue Aufgabe, seine berufliche Philosophie und den Wandel des Marktes und seine Visionen gesprochen.

„Die Neugier und Dinge weiterzuhaben mich ange

Ein Gespräch mit Friedrich W. Petrat

BTH Heimtex: Herr Petrat, nach langjähriger Tätigkeit als Geschäftsführer bei Hunter Douglas Deutschland sind Sie Anfang 2026 auf die neu geschaffene Position des Direktor für Strategie und Kommunikation in der Region D/A/CH gewechselt. Was reizt Sie an Ihrer neuen Aufgabe ?

Friedrich W. Petrat: Meine neue Aufgabe ist für mich eine Weiterentwicklung dessen, was ich über viele Jahre gemacht habe. Mich reizt vor allem, gemeinsam mit Kunden und Marktpartnern Strategien für die Zukunft zu entwickeln. Dabei geht es nicht nur um Marktstrategien und Markenentwicklung, sondern auch um Fragen der Produktentwicklung oder darum, wie man Fertigungsprozesse modern und wirtschaftlich gestaltet. Ich habe immer Freude daran gehabt, Dinge mitzugestalten.

BTH Heimtex: Sie haben den operativen Staffelposten weitgereicht. Gab es einen Moment, in dem Sie gespürt haben, dass jetzt der richtige Zeitpunkt dafür ist ?

Petrat: Ja, den gab es. Unternehmen verändern sich ständig, und irgendwann müssen jüngere Generationen Verantwortung übernehmen und eigene Wege gehen und Entscheidungen treffen. Ich habe für mich entschieden, mich stärker auf strategische Themen zu konzentrieren. Dort kann ich meine Erfahrung gezielt einbringen, Innovationen anstoßen und gleichzeitig den Wandel begleiten.

BTH Heimtex: Würden Sie uns kurz skizzieren, was jetzt Ihre zentrale Aufgabe ist ?

Petrat: Meine Aufgabe besteht darin, gemeinsam mit Kunden und Partnern innovative Zukunftsstrategien zu entwickeln. Das kann Verkaufsstrategien betreffen, neue Produktkonzepte, die Entwicklung von Marken oder auch die Frage, wie Fertigungen aufgebaut werden müssen, um wirtschaftlich und zukunftsfähig zu sein. Ein wichtiges Thema wird dabei die weitere Automatisierung sein, etwa durch moderne Robotik, um Fertigungskosten langfristig stabil zu halten.

BTH Heimtex: Warum lassen sich Strategie und Kommunikation aus Ihrer Sicht nicht trennen ?

Petrat: Eine Strategie ist nur dann erfolgreich, wenn sie verstanden und konsequent umgesetzt wird. Deshalb muss sie kommuniziert

der Wunsch, entwickeln, trieben“

werden – intern wie extern. Der Markt wird sich in den kommenden Jahren deutlich verändern, und nicht jedes Unternehmen wird diese Veränderungen gleichermaßen bewältigen können. Deshalb sind für mich Partnerschaften wichtig, es geht darum, Kunden frühzeitig einzubinden und ihnen zu zeigen, welche Möglichkeiten sich daraus ergeben.

Ich sehe meine Aufgabe darin, diese strategischen Gedanken mit dem Markt zu teilen und umzusetzen und so eine gemeinsame Basis für zukünftige Entwicklungen zu schaffen.

BTH Heimtex: Sie werden künftig noch stärker im direkten Dialog mit Kunden stehen. Was leisten persönliche Gespräche, was Studien oder digitale Formate nicht leisten können ?

Petrat: Der persönliche Kontakt ist immer entscheidend. Man kann viele Dinge analysieren, aber Vertrauen entsteht nur durch persönliche Beziehungen. Produkte allein sind nicht erfolgreich – entscheidend ist immer der Mensch, der dahintersteht, der das Produkt versteht, weiterentwickelt und vermarktet. Dieses Vertrauen ist letztlich die Basis für nachhaltigen Markterfolg.

BTH Heimtex: Welche Fragen stellen Kunden heute, die früher keine Rolle gespielt haben ?

Petrat: Heute stehen Themen wie Energieeffizienz, Resilienz, Automatisierung, Kostenstrukturen und langfristige Produktionsstrategien deutlich stärker im Fokus. Die Anforderungen sind komplexer geworden, und Unternehmen müssen viel langfristiger planen als früher.

BTH Heimtex: Sie haben einmal gesagt, ein Kaufmann müsse die Technik verstehen. Gab es Momente, in denen dieses Verständnis entscheidend war ?

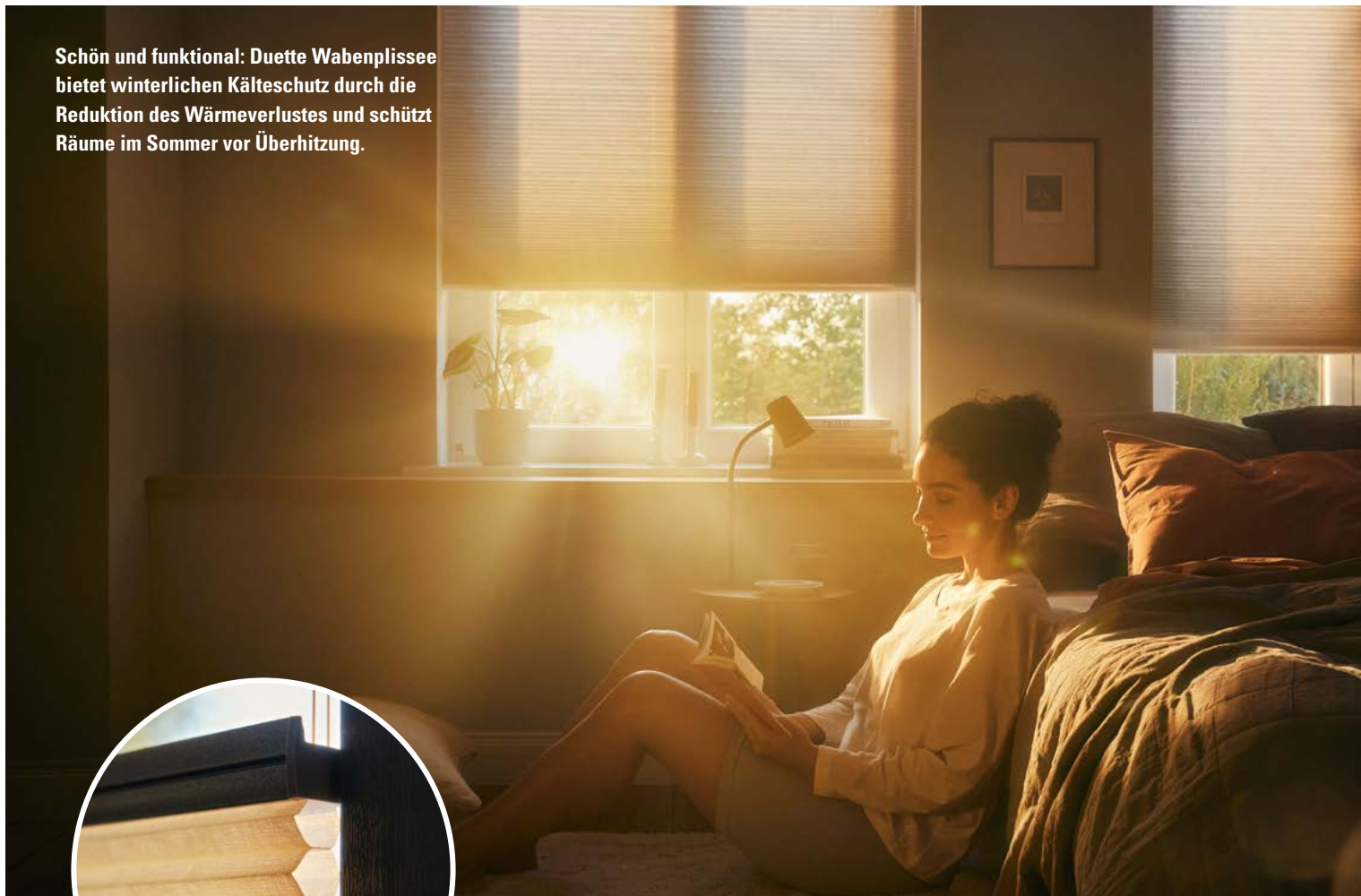
Petrat: Diese Überzeugung begleitet mich seit meiner Ausbildung. Damals habe ich gelernt, dass wirtschaftlicher Erfolg nur möglich ist, wenn man die technischen Zusammenhänge wirklich versteht. Dieses Wissen hat mir später immer wieder geholfen, Produkte weiterzuentwickeln und Kunden überzeugende Argumente zu liefern. Ich habe das bei Vossloh gelernt und konnte es bei Hunter Douglas dann umsetzen. →



Foto: Stephen Petrat

Friedrich W. Petrat gilt als Wegbereiter für die Verbindung von Design, Funktion und Energieeffizienz im Sonnenschutz. Unter seiner Ägide wurden bei Hunter Douglas Deutschland Duette Wabenplissee entwickelt und die Marke Duette im Markt etabliert.

Schön und funktional: Duette Wabenplissee bietet winterlichen Kälteschutz durch die Reduktion des Wärmeverlustes und schützt Räume im Sommer vor Überhitzung.



BTH Heimtex: Wenn Sie an Ihre frühen Jahre zurückdenken, vom jungen Geschäftsführer bei Vossloh bis zum Aufbau von Hunter Douglas Deutschland: Was hat Sie damals angetrieben ?

Petrat: Vor allem Neugier und der Wunsch, Dinge weiterzuentwickeln. Als ich in die Branche kam, war vieles noch sehr handwerklich geprägt. Gleichzeitig gab es eine große Aufbruchsstimmung, und ich wollte daran mitwirken, die Professionalisierung voranzutreiben. Ich hatte das große Glück, von den Familienunternehmen und den Menschen viel lernen zu dürfen, unter anderem von Dr. Hans Vossloh, Ralph Sonnenberg und von Wilhelm Hachtel.

BTH Heimtex: Sie legen großen Wert auf partner-schaftliche Kundenbeziehungen. Gab es Begegnungen, die Ihre Haltung besonders geprägt haben ?

Petrat: Ja, sehr viele. Ich habe immer erlebt, dass stabile Beziehungen auf Vertrauen basieren. Viele Kunden

haben mich über Jahrzehnte begleitet, und aus geschäftlichen Kontakten sind oft persönliche Freundschaften entstanden. Das Prinzip „Gemeinsam sind wir stärker“ hat mich immer begleitet.

BTH Heimtex: Sie gelten als jemand, der Standards setzt. Woran erkennen Sie, ob ein Produkt oder Projekt Ihren Ansprüchen genügt ?

Petrat: Ein Produkt muss mehrere Anforderungen erfüllen. Es muss technisch überzeugen, funktionale Vorteile bieten und gleichzeitig gestalterisch ansprechend sein. Sonnenschutz darf nicht nur funktionieren, er muss auch emotional überzeugen und dem Kunden echte Mehrwerte bieten.

BTH Heimtex: Wann haben Sie gespürt, dass Hunter Douglas den Markt aktiv prägt ?

Petrat: Das war ein Prozess. Besonders deutlich wurde es, als funktionale Produkte zunehmend mit Design und Energieeffizienz kombiniert wurden. Beispiele dafür sind



Foto: Hunter Douglas

Lösungen, die nicht nur dekorativ sind, sondern messbare energetische Vorteile bieten. Damit haben wir Fakten geschaffen und hierüber völlig neue Verkaufsargumente.

BTH Heimtex: Gibt es ein Projekt, das Sie als persönliches Meisterstück betrachten ?

Petrat: Ich sehe weniger einzelne Projekte, sondern eher Entwicklungen. Eine wichtige Erkenntnis war, dass Stoffe nicht nur schön sein dürfen, sondern zusätzliche Funktionen bieten müssen. Ein prägendes Beispiel für diesen Ansatz war für mich die Entwicklung von Duette Wabenplissees mit dem Mehrwert der Energieeffizienz und dem Aufbau von Duette als Marke. Anfänglich haben wir diese innovativen Lösungen vor allem unter Marketingaspekten vermarktet.

Mir war jedoch wichtig, die energetischen Vorteile wissenschaftlich belegbar zu machen. Deshalb habe ich das Fraunhofer Institut beauftragt, das Energiesparpotenzial am Fenster fundiert zu untersuchen, um valide und messbare Ergebnisse zu erhalten. So wurde der Energiesparrechner, der wichtige Fakten liefert, auf

wissenschaftlicher Basis entwickelt. Mir war auch klar, dass es nicht ausreicht, nur ein gutes Produkt zu haben. Wir brauchten eine breit angelegte Endverbraucher-Kommunikation und mussten die technischen Vorteile verständlich vermitteln. Die Verbindung aus Technologie, wissenschaftlicher Validierung und strategischem Marketing hat maßgeblich zum Erfolg des Duette Wabenplissees beigetragen. Von Bedeutung war darüber hinaus die effektive crossmediale Vernetzung mit kreativen und innovativen Konzepten, die zum erfolgreichen Aufbau der Marke Duette beigetragen hat.

BTH Heimtex: Sie wurden 2024 von BTH Heimtex für Ihr Lebenswerk ausgezeichnet. Was bedeutet Ihnen diese Ehrung ?

Petrat: Ich war anfangs sehr zurückhaltend, denn ich habe mich nie in den Vordergrund gestellt. Aber die Resonanz auf diese Auszeichnung hat mich sehr bewegt. Viele Menschen, mit denen ich teilweise seit Jahrzehnten keinen Kontakt mehr hatte, aber auch persönliche Kontakte aus anderen Markt Bereichen, haben sich gemeldet, sodass ich viel Wertschätzung erfahren durfte. Das hat mir gezeigt, wie wichtig und dauerhaft vertrauensvolle Beziehungen im Berufsleben sind. Und das ist ein gutes Gefühl.

BTH Heimtex: Was wünschen Sie sich von der nächsten Generation Entscheidern in der Sonnenschutzbranche ?

Petrat: Ich wünsche mir Menschen, die bereit sind, Verantwortung zu übernehmen und langfristig zu denken. Innovation entsteht nur, wenn man offen für Veränderungen ist, ohne dabei die Grundlagen der Branche aus den Augen zu verlieren.

BTH Heimtex: Und was würden Sie jungen Menschen raten, die in diese Branche einsteigen möchten ?

Petrat: Sie sollten verstehen, dass diese Branche unglaublich vielfältig ist. Sie verbindet Technik, Gestaltung und Marktverständnis. Wer bereit ist, sich in alle diese Bereiche einzuarbeiten und sie zu verstehen, hat hervorragende Perspektiven.

BTH Heimtex: Was wünschen Sie sich für die Zukunft von Hunter Douglas und der Branche ?

Petrat: Ich wünsche mir, dass Unternehmen weiterhin den Mut haben, Innovationen voranzutreiben und partnerschaftlich zusammenzuarbeiten. Dazu gehört auch die Bereitschaft, Veränderungen zu akzeptieren und die Zukunft neu zu denken. Die Branche hat enormes Potenzial - wenn sie bereit ist, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Die Fragen stellte Michaela Fischer.



2024: Friedrich W. Petrat erhielt den Heimtex Star für sein Lebenswerk.