

Pionier und Visionär – ein Leben für den Sonnenschutz

In der Sonnenschutzindustrie zählt Friedrich W. Petrat zu den herausragenden Persönlichkeiten. In den fünf Jahrzehnten seines Wirkens hat er maßgeblich dazu beigetragen, dass sich der technische und funktionale Sonnenschutz zu einem modischen Produkt für die Fensterdekoration emanzipiert hat – kombiniert mit smarten Produkteigenschaften. Für sein beispielhaftes Engagement erhält er den Heimtex Star 2024 Ehrenpreis für sein Lebenswerk.



Friedrich W. Petrat hat maßgeblich dazu beigetragen, aus dem technischen Sonnenschutz einen modischen Artikel für die Fensterdekoration zu machen.

Kategorie

**EHRENPREIS
FÜR DAS
LEBENSWERK**



Als Verfechter von Innovation und Technologie hat Friedrich W. Petrat nicht nur dazu beigetragen, Unternehmen zu transformieren, sondern hat auch eine ganze Branche geprägt. Sein Streben nach Exzellenz und die frühe Erkenntnis, dass nur partnerschaftliche Kundenbeziehungen dauerhaft zum Erfolg führen können, haben ein inspirierendes Kunden-Lieferanten-Modell geprägt. Heute resümiert der Ehrenpreisträger: „Meine Kunden haben mir oft auf meinem beruflichen Weg geholfen. Wir haben stabile Beziehungen aufgebaut, die auf dem Prinzip ‚Gemeinsam sind wir stärker‘ basieren. Mit vielen meiner Kunden bin ich heute freundschaftlich verbunden.“

Dass der gebürtige Sauerländer einmal in der Sonnenschutzbranche landen würde, war keineswegs von Anfang an klar, ursprünglich hatte sein Vater andere Pläne mit dem Sohn. Eine Ausbildung bei der Post oder im metallverarbeitenden Betrieb waren die Optionen, die dem jungen Friedrich W. Petrat offenstanden. Schnell zeigt sich jedoch, dass das nicht seine Welt war.

ERSTE STATION: VOSSLOH-WERKE

Zur Hilfe kam schließlich der Zufall in Form der Bekanntschaft mit den Familien Vossloh in Werdohl. Bei dem Hersteller von Bahntechnik, der damals auch im Segment Sonnenschutz aktiv war, erhielt der junge Friedrich W. Petrat die Möglichkeit, eine kaufmännische Lehre zu absolvieren, die ihn ein Jahr in den Betrieb führte und mit den technischen Grundkenntnissen ver-

traut machte, bevor er in den kaufmännischen Bereich wechseln konnte. „Damals habe ich gelernt, dass man, wenn man Kaufmann werden will, unbedingt verstehen muss, wie die Technik funktioniert“, erinnert sich Petrat. Nach Abschluss der Ausbildung wechselt er auf eigenen Wunsch in den Vertriebsbereich für das Werk Dillenburg zu Dekora Vorhangschienen – der erste Kontakt zum Raumausstatterhandwerk und zum raumausstattenden Fachhandel. Dort durchlief er in den Folgejahren verschiedene Stationen: „Ich war damals der jüngste Handlungsbevollmächtigte bei Vossloh, der jüngste Prokurist und der jüngste Geschäftsführer.“

Die umfangreiche Umstrukturierung von Vossloh stellte 1986 die erste große Zäsur in Petrats Berufsleben dar: Er wurde als Geschäftsführer zu Appel und Co. nach Kassel versetzt. Die Grenzöffnung 1989 war eine spannende Zeit und Appel baute damals noch nach DDR-Recht einen Vertrieb mit einer Niederlassung in Leipzig auf. Die Umstrukturierung beim Vossloh-Konzern ging weiter. Friedrich W. Petrat erhielt die Kündigung und hatte sich auf ein Sabbatjahr eingestellt. Doch es sollte anders kommen.

ÜBER UMWEGE ZU HUNTER DOUGLAS

Durch Siegfried Schön, den „Erfinder des Plissees“, und eine der prägenden Persönlichkeiten in der Sonnenschutzbranche in den 1990er Jahren, kam Petrat über Umwege zu Hunter Douglas und unterschrieb dort einen Arbeitsvertrag. Schön belieferte da-



Auf der R+T 2018 wird Mirko Müller-Stüler zum Geschäftsführer Hunter Douglas Components Kassel berufen. Hier im Bild mit Aad Kuiper (links) und Friedrich W. Petrat.

mals über Blöcker als Generallieferant die Konfektionäre in der D/A/CH-Region mit Plissees und war von Hunter Douglas übernommen worden. „Siegfried Schön war für damalige Zeiten ein überaus kreativer und aktiver Mensch“, erinnert sich Friedrich W. Petrat. „Er hat die Branche aufgemischt und er war es, der die Behänge bei Plissee mit Motiven und Farben interessant machte. Das war ein absolutes Novum in der Branche.“

In den Folgejahren arbeiteten Petrat und Schön vom niederländischen Breda, dem Firmensitz des Schönschen Unternehmens, zusammen und bauten eine deutsche Kollektion und einen Kundenstamm auf. „Wir haben damals tatsächlich von null alles aufgebaut. Es gibt aus heutiger Sicht fast keinen Konfektionär, der nicht Kunde bei uns geworden ist“, resümiert Petrat. 1996 wurde das Unternehmen bei Hunter Douglas integriert, ein Vertriebsbüro in Kassel eröffnet und Friedrich W. Petrat zum Geschäftsführer von Hunter Douglas Deutschland ernannt.

STOFFE WERTVOLLER MACHEN

Ausgestattet mit profunden Fachkenntnissen und einem exquisiten Netzwerk entwickelte Petrat für Hunter Douglas das Produkt Sonnenschutz kontinuierlich weiter. Damals erkannte er bereits, dass es langfristig nicht ausreicht, das Produkt nur textiler und schöner zu machen – der Stoff musste mit zusätzlichen Eigenschaften aufgewertet werden. „Es reichte nicht mehr, dass Stoffe schön aussahen, sie mussten auch eine Funktion haben. Damit konnten wir unseren Kunden Verkaufsargumente liefern und Preisunterschiede plausibel machen.“ Topar ist eines der ersten Produkte mit Zusatznutzen, das Hunter Douglas im Markt einführt. Ein Stoff für den Einsatz in Wintergärten, dessen Sonderbeschichtung sich auch bei extremer Umgebungsbelastung nicht ablösen kann.

Mit dem Thema Beschichtungen hatte sich Hunter Douglas im Produktsegment Jalousien bereits seit vielen Jahren beschäftigt. Ursprünglich kam die Idee aus den USA, um die Wärme im Sommer draußen und die Kosten

für Klimaanlage damit niedriger zu halten. Lange Zeit wurde diese innovative Lösung lediglich unter Marketingaspekten vermarktet, Petrat beauftragte nun das Fraunhofer Institut, sich mit dem Thema Energieeinsparung auf wissenschaftlicher Ebene zu beschäftigen, um valide Ergebnisse, sprich messbare Fakten zu erhalten.

DIE DUETTE ERFOLGSSTORY

Auf einer ViS-Tagung im Jahr 2010 berichtete der Vorsitzende Wilhelm Hachtel über eine von ihm initiierte Versuchsreihe, die belegen sollte, wie groß das Energiesparpotenzial am Fenster mit entsprechendem Sonnenschutz ist. Am besten schnitt dabei das Wabenplissee ab – für Friedrich W. Petrat die Initialzündung, um das Thema Duette Wabenplissee bei Hunter Douglas gezielt zu forcieren.

Er erkannte, dass man eine groß angelegte Endverbraucher-Kampagne brauchte, um das Produkt Duette Wabenplissee professionell zu vermarkten. Seine Fähigkeit, aufkommende Trends zu erkennen und sich ➔

flexibel auf veränderte Marktbedingungen einzustellen und dadurch auch Anregungen zum Fachhandel zu geben, zeigte sich bereits damals und zeichnet ihn bis heute als erfolgreichen Manager im Sonnenschutz-

markt aus. „Uns ist es damals aus dem Stand gelungen, unsere Kunden für das Duette Wabenplissee zu begeistern, denn wir hatten überzeugende Argumente pro Duette für den Sommer, den Winter und für eine bes-

sere Raumakustik“, erinnert sich Friedrich W. Petrat, „das war der Anfang der Duette Erfolgsstory.“

ERFOLGREICH MIT ENDVERBRAUCHERWERBUNG

Hunter Douglas ist eines der wenigen Unternehmen in der Branche, das erfolgreich auf Endverbraucherwerbung setzt. Was macht den Erfolg aus? „Man muss viel Geld investieren und ein sehr gutes, auffälliges Marketingkonzept haben, das Interesse beim Konsumenten weckt“, antwortet Friedrich W. Petrat. „Der Verbraucher muss schnell erkennen, welchen Vorteil und Nutzen ihm das Produkt bietet. Wenn diese Parameter gegeben sind, kann man mit jedem Produkt erfolgreich sein.“

Aber auch ein erfolgreiches Produkt verträgt auf Dauer keinen Stillstand, weiß Petrat. Deshalb müsse man auch erfolgreiche Produkte permanent modifizieren, immer ein wenig besser und etwas anders machen, um langfristig das Verbraucherinteresse zu halten. In diesem Kontext hat Hunter Douglas frühzeitig den Megatrend Nachhaltigkeit in seiner Bandbreite erkannt und mit dem Energiesparrechner ein Tool entwickelt, das einen ganz konkreten Nutzen bringt: Mit ihm können sich Verbraucher und Fachhändler über eine App errechnen, was sie an Geld und Energie einsparen, wenn Duette Wabenplissee am Fenster hängt. „Nachhaltigkeit ganz praktisch und alltagstauglich, nicht nur Werbeaussagen, sondern nachvollziehbare Fakten schaffen“, wie Friedrich W. Petrat formuliert.

WEGGEFÄHRTEN UND MEILENSTEINE

In gut fünf Jahrzehnten hat der diesjährige Ehrenpreisträger viele wertschätzende Begegnungen erlebt und zahlreiche Persönlichkeiten kennengelernt. Einige von ihnen wurden zu wichtigen Gesprächs- und Geschäftspartnern, zu „Denkanstossern“ und zu beruflichen Weggefährten. Auf die Frage, wer darunter die wichtigsten waren, muss Petrat nicht lange nachdenken: Neben den Familien Vossloh und Sonnenberg (Gründer und Anteilseigner von Hunter Douglas) zählen Aad Kuiper, CEO der Hunter Douglas NV in Rotterdam, der frühere Teba-Geschäftsführer Klaus Dieter Friedrichs und ➔



Friedrich W. Petrat ist seit Jahren begeisterter Hundebesitzer. Seine besondere Leidenschaft gilt den Riesenschnauzern.

FRIEDRICH W. PETRAT LEBENS- UND KARRIERESTATIONEN

- 1950 geboren in Werdohl
- 1966 Ausbildung bei den Vossloh Werken in Werdohl
- 1969 Eintritt in das Vossloh Werk Dillenburg
- 1992 Eintritt bei Hunter Douglas



2016 erhält Hunter Douglas die Auszeichnung „Unternehmen des Jahres“ für Duette als beste Marke. Stolz nimmt Friedrich W. Petrat diese Auszeichnung entgegen.

Wilhelm Hachtel zu den Persönlichkeiten, die seinen beruflichen Weg am stärksten beeinflusst und geprägt haben.

Der bedeutendste Meilenstein auf seinem Berufsweg ist nach eigenem Bekunden der Wechsel von Vossloh und der Neuanfang bei Hunter Douglas: „Von da an hatte ich alle Möglichkeiten und ich konnte meine Ideen mit einem starken Unternehmen im Rücken umsetzen.“ Von Anfang an war ihm dabei der Dialog mit den Kunden und deren Feedback wichtig.

Was den Menschen Friedrich W. Petrat neben seinem beruflichen Wirken besonders auszeichnet, ist sein Bewusstsein für soziale Verantwortung. Annähernd 25 Jahre war er Magistratsmitglied in seinem Wohnort und hat persönlich die Jugend in den Vereinen unterstützt. Dieses Engagement für die Gemeinschaft unterstreicht seinen Wunsch, Dinge und Gegebenheiten nicht einfach hinzunehmen, sondern sie möglichst positiv zu verändern.

ICH WOLLTE IMMER GERNE IN DEUTSCHLAND BLEIBEN

Gibt es etwas, was Friedrich W. Petrat aus heutiger Sicht anders machen würde, wollen wir zum Abschluss unseres Gesprächs wissen? Die Antwort kommt spontan: „Ich würde heute gerne eine Fremdsprache lernen. Ich brauchte das nicht, ich bin in der ganzen Welt unterwegs gewesen, in Brasilien, Afrika, Amerika, Südamerika – ohne Englisch zu sprechen, und das hat immer wunderbar geklappt, denn ich habe in allen Ländern wunderbare Menschen getroffen, mit denen ich mich verständigen konnte. Heute vermisse ich es manchmal und wäre froh, wenn ich Englisch sprechen könnte. Andererseits hat es aber auch etwas Positives: Hätte ich eine Fremdsprache beherrscht, wäre ich wahrscheinlich irgendwo in der Welt gelandet, in den USA oder in den Niederlanden. Und ich wollte doch immer gerne in Deutschland bleiben.“

Michaela Fischer



Auf der R+T 2003 mit Aad Kuiper, CEO Hunter Douglas Europe.