

HUNTER DOUGLAS

DIE ZUKUNFT MEISTERN

Interview: Karin Mauro, Fotos: Hunter Douglas, RZ



Friedrich W. Petrat, Geschäftsführer Hunter Douglas Deutschland:
„Die Anforderungen für die Zukunft kann kein Unternehmen alleine erfüllen. Deshalb suchen wir Partnerschaften“

Hunter Douglas regte auf der Documenta ein Miteinander der Branche an, um den Herausforderungen sich verändernder Märkte zu begegnen.



Mirko Müller-Stüler, Vertriebsleiter und Prokurist: „Textile Produkte wie das Rollo und das Wabenplissee haben das größte Potenzial für die Zukunft“

Anlässlich der Documenta 14 lud Hunter Douglas Kunden und Fachpresse zu einer Unternehmenspräsentation im Museum Neue Mühle ein. Das Motto „Partnerschaft/Innovation/Konzepte“ deutete bereits an, dass es um mehr als die Präsentation von Neuheiten gehen würde. Die RZ hat nachgefragt.

WELCHE IDEEN STEHEN HINTER DIESEM MOTTO?

FRIEDRICH W. PETRAT: Die Welt verändert sich, auch unsere Branche, und die Anforderungen für die Zukunft kann kein Unternehmen mehr alleine erfüllen. Deshalb suchen wir Partnerschaften! Gemeinsam Innovationen voranbringen, Konzepte erstellen, neue Produkte entwickeln, um so die Zukunft zu meistern. Als Beispiel: Wir werden neu gefordert durch das Internet, durch die Veränderung der Kundenstrukturen und Absatzgebiete, aber auch die Verkaufsförderung und Kollektionen müssen für die Zukunft anders sein.

WELCHE PARTNERSCHAFTLICHEN KONZEPTE WURDEN IN LETZTER ZEIT REALISIERT?

MIRKO MÜLLER-STÜLER: Die Duette-Fachhandels- und Endverbraucher-Kampagnen oder die Vermarktung des EOS-Plissees sind einige Beispiele von partnerschaftlichen Konzepten. Weitere Konzepte wurden und werden in Zukunft gemeinsam mit unseren Partnern realisiert.

WELCHE MARKETINGKONZEPTE FÜR DEN HANDEL SIND GEPLANT?

PETRAT: Neue Produkte oder Innovationen lassen sich nur vermarkten, wenn man dafür auch die geeignete Marketing- und Verkaufsförderung entwickelt, damit der Fachhandel sie bei seinen Kundenberatungsgesprächen auch nutzt.

IHR UNTERNEHMEN STELLTE SEINE PRÄSENTATION UNTER DEN ASPEKT DER NACHHALTIGKEIT. INWIEFERN SIND DIE SONNENSCHUTZ-PRODUKTE VON HUNTER DOUGLAS NACHHALTIG?

PETRAT: Wir haben bereits vor über 60 Jahren nachhaltig Aluminium-Jalousien gefertigt. Nachhaltigkeit war nicht gefordert und nicht bekannt. Heute fertigen wir Jalousien aus 98 Prozent recyceltem Material. Wir verbrauchen nur 5 Prozent der Energie, die wir benötigen würden, wenn wir die Jalousien aus Neumaterial herstellen. Das bedeutet: wir reduzieren den CO₂ Ausstoß um 95 Prozent!

Es werden textile Produkte entwickelt, wie Duette-Wabenplissee, Rollostoffe und Textilien für vielerlei Einsatzmöglichkeiten, die nachhaltig produziert werden und helfen, im Sommer Wärme abzuhalten und im Winter den Wärmeverlust am Fenster zu verhindern.



Hunter Douglas stellte optimierte Jalousie-Technik und neue Leiterbänder vor. Die Jalousien werden übrigens zu 98 Prozent aus recyceltem Material hergestellt

Die Themenwelt „Playful“: Ein buntes Kinderzimmer, gestaltet mit einem Duette-Wabenplissee in Digitaldruck



DESIGNERIN MIRIAM MEDRI HAT DIE NEUHEITEN IN VERSCHIEDENE TRENDZIMMER EINGEBETTET. WELCHE THEMEN WURDEN UMGESETZT?

MÜLLER-STÜLER: Miriam Medri hat für uns vier Räume gestaltet, die ganz unterschiedliche Welten zeigen. Das „Urban“-Zimmer steht für dezente, moderne, monochrome Farbigkeit und für einen mutigen Mix aus alt und neu. Die „Classic“-Welt setzt auf romantische, florale Motive und klassische Ornamentik. „Pure“ steht für eine zarte, pastellige Farbwelt und reduzierte Formensprache sowie die lichte Atmosphäre des angesagten Scandi-Looks. Kunterbunt und lebendig geht es in dem Kinderzimmer „Playful“ zu. Junge Dessins werden gepaart mit einem „improvisierten“ Interieur.

WELCHE INNOVATIONEN BEI TECHNIKEN UND MATERIALIEN GIBT ES?

MÜLLER-STÜLER: Wir haben Innovationen gezeigt bei Techniken und Materialien, für die wir jetzt Partner suchen, um sie gemeinsam im Markt umzusetzen. Es ist noch zu früh, um darüber zu sprechen oder zu schreiben, lassen Sie sich überraschen!

EINIGE BEREITS IM MARKT EINGEFÜHRTE PRODUKTE WURDEN OPTIMIERT. WELCHE SIND DAS?

PETRAT: Wir modifizieren fortlaufend eingeführte Produktgruppen, sowohl im Technik- als auch im Textilbereich. Besonders herausstellen möchte ich das Rolloprogramm EOS, für das wir Verbesserungen entwickelt haben, die uns in diesem Bereich zum Marktführer machen.

ES WURDEN AUCH NEUE IDEEN GEZEIGT, DIE NOCH NICHT IM MARKT EINGEFÜHRT SIND. WIE FINDEN SIE HERAUS, OB SICH DIESE ETABLIEREN KÖNNEN?

PETRAT: Wir haben für bestimmte Produktgruppen neue Stoffe entwickelt, bei denen wir die Transparenz verändern können. Das sind Neuheiten, die wir unseren Kunden gezeigt haben, um partnerschaftlich diese in den Markt einzuführen.

WELCHES SONNENSCHUTZ-PRODUKT HAT DAS GRÖSSTE POTENZIAL FÜR DIE ZUKUNFT?

MÜLLER-STÜLER: Textile Produktgruppen wie z. B. das Rollo oder das Duette-Wabenplissee haben das größte Potenzial für die Zukunft. Aber auch bei der Jalousie wird durch eine Speziallackierung die Wärme im Sommer aus den Wohnräumen gehalten und somit spielen auch Jalousien in Zukunft eine bedeutende Rolle.

KÖNNEN SIE SCHON EINEN AUSBLICK AUF DIE R+T 2018 GEBEN?

PETRAT: Die R+T 2018 ist für uns, wie auch die Messen davor, eine internationale Begegnungsstätte für unsere Kunden. Wir präsentieren unser Unternehmen unter den Aspekten Nachhaltigkeit, Partnerschaftlichkeit und Zukunftsausrichtung. Neuheiten werden nicht für Messen entwickelt, sondern werden vermarktet, wenn unsere Kunden und wir es für richtig halten.

VIELEN DANK FÜR DAS GESPRÄCH.