

# „Fachhandel ist das Nadelöhr zum Markt“

Geschäftsführer Friedrich W. Petrat über den Stand der Dinge beim Sonnenschutz



„Das persönliche Gespräch mit dem Gegenüber fehlt und ist nicht zu ersetzen durch die neue Kommunikationstechnik“, sagt Friedrich W. Petrat, Geschäftsführer Hunter Douglas Components, Kassel.

**Auch die erfolgsverwöhnte Sonnenschutzbranche wurde von der Entwicklung rund um Covid-19 im Jahr 2020 getroffen – Systemgeber, Konfektionäre und auch der Handel mussten sich darauf einstellen. Im Gespräch mit eurodecor-Redakteur Alexander Radziwill blickt Friedrich W. Petrat, Geschäftsführer Hunter Douglas Components, Kassel, zurück auf 2020 und voraus auf das Jahr 2021.**

**Anfang 2020 sagten Sie, Herr Petrat, uns: „Wir hatten noch nie so viele Produkte und Kollektionen in der Umsetzung wie dieses Jahr.“ Hat die Pandemie diese Entwicklung ausgebremst?**

Nein, die Pandemie hat uns nicht ausgebremst! Wir haben mit unseren Kunden dieses Jahr die Ziele erreicht, die wir uns gesteckt haben: neue Duette Kollektionen, die vom Handling her richtungsweisend sind. Die neuen Duette Stoffe setzen Maßstäbe und der Digitaldruck hilft dabei, die einzelnen Kollektionen unserer Kunden zu individualisieren. Mit Bliss, Ease Powered by Homematic IP und der

PowerView Motorisation bietet Hunter Douglas drei unterschiedliche intelligente Motorisierungssysteme, die den Sonnenschutz in Abwesenheit mit Zeitsteuerungen oder per Smartphone App steuern. Das neue dekorative Produkt Hi-Light setzt Akzente beim Lichteinfall und beeinflusst positiv die Lichtstimmung im Raum.

**Viele Unternehmen der Sicht- und Sonnenschutzbranche haben in den vergangenen Monaten nach Wegen gesucht, die Kunden zu erreichen – über digitale Plattformen etwa. Das geschah eher gezwungenermaßen. Glauben Sie, dass es nach der Bewältigung von Covid-19 wieder zurück auf Anfang geht oder hat die Pandemie als Nebeneffekt für einen nachhaltigen Modernisierungsschub auch in der Kommunikation gesorgt?**

Nach Bewältigung der Covid-19 Krise wird es nicht wieder zurück zum Anfang gehen! Der Modernisierungsschub für die Kommunikation war hilfreich und wird sicherlich nicht zurückgeschraubt werden. Videokonferenzen haben

die Produktschulung vor Ort, Kommunikation bei Projekten und die Darstellung und Erklärung von Produkten im Internet deutlicher und klarer gemacht. Trotzdem zeigt sich, dass das persönliche Gespräch mit dem Gegenüber fehlt und nicht zu ersetzen ist durch die neue Kommunikationstechnik.

**Trends, die wir zuletzt beobachtet haben, sind unter anderem strukturierte Oberflächen, Digitaldruck und Nachhaltigkeit beim innenliegenden Sonnenschutz. Klimapositive Materialien, nachhaltig produzierte Gewebe, nachwachsende Rohstoffe – das ist auch beim Sonnenschutz nun schon mehrere Jahre Thema. Der Absatz bei diesen Produkten könnte allerdings höher liegen. Wird genug getan, dem Handel diese Produkte nahezubringen, damit er diese dem Endverbraucher empfehlen kann?**

Sie haben recht, gerade im innenliegenden Sonnenschutz sind nachhaltige und klimapositive Materialien schon lange Normalität. Was fehlt, ist diese Information über den Hersteller und Konfektionär zum Fachhandel und dann zum Endverbraucher zu bringen. Der Fachhandel ist da ein wichtiges Bindeglied und hat auch in Zukunft die Verantwortung, in diesem Bereich optimaler zu beraten. Wenn die Kollektionen und Verkaufsförderungsmaterialien von den Konfektionären so optimal darauf abgestimmt sind, hat es der Fachhandel leichter. Dann werden auch Produkte, die nachhaltig, klimapositiv und energiesparend sind, in Zukunft erfolgreicher sein.

**Auch beim Smart Home tut sich etwas, wenn auch auf bislang nicht sehr hohem Niveau. Hat die Industrie genug getan, um Bedarf zu wecken? Was plant Hunter Douglas hier?**

Wenn die internationale R+T stattgefunden hätte, wären wir einer breiten Flut Smart Home Angeboten begegnet. Das zeigt, dass die In-

dustrie sich intensiv darauf vorbereitet, aber auch hier muss der Weg über den Fachhandel gesucht werden. Internetschulungen, aber auch Schulungen vor Ort beim Fachhändler sollten in Zukunft eine Notwendigkeit sein, um mit Smart Home Produkten bessere Umsatzeanteile zu erreichen.

**Wabenplissee bietet Schutz vor Überhitzung, aber auch gegen Auskühlung im Winter. In der Branche ist das inzwischen bekannt, Otto Normalverbraucher weiß das aber nicht unbedingt und bezieht das in seine Planungen noch zu wenig ein. Was kann getan werden, um hier breiter aufzuklären?**

So ganz stimmt das nicht. Wir sehen an den Zahlen, das Otto Normalverbraucher sich im Internet schlau macht und wohl weiß, welche Vorteile Duette Wabenplissee hat. Auch hier ist der Fachhandel das Nadelöhr zum Markt. Deshalb haben wir unsere Fachhandelssuche verbessert und führen dem Fachhändler verstärkt die Kunden zu. Der Fachhändler muss nur mitmachen und sich auf [www.iss-portal.info](http://www.iss-portal.info) registrieren.

Um den Fachhändler auch direkt anzusprechen, starten wir in 2021 eine neue Endverbraucher Kampagne, die in den Medien und im Internet (*unter [www.duette.de/duette-kaufen#c386](http://www.duette.de/duette-kaufen#c386)*) verstärkt auf die Vorteile von Duette Wabenplissee eingeht und den Endverbraucher zum Fachhandel führt.

**Wo die Technik beim Gros der hochwertigen Anbieter vergleichbar hohe Qualität zeigt, bietet sich Differenzierung über das Design. Hier haben zuletzt viele Konfektionäre individuelle Ideen entwickelt, um sich von Marktbegleitern abzuheben. Auch Hunter Douglas hat mit Pascal Walter und der Supernaturals Collection zuletzt einen deutlichen Schwerpunkt bei Design gesetzt. Wie wird das am Markt angenommen?**

Die von uns mithilfe von Pascal Walter entwickelte Supernaturals Collection hat deutliche Schwerpunkte gesetzt beim Design. Parallel dazu hat Pascal Walter mit uns gemeinsam und unseren Kunden auch die Werkzeuge entwickelt, um dieses individuelle Design für den Fachhandel und Endverbraucher erkennbar zu

FOTOS: HUNTER DOUGLAS



Paradiso ist ein Rankendessin aus Zitronenbäumen mit Blüten, Früchten und Kolibris und vermittelt süd-ländisches Flair. Es entstammt der neuen Supernaturals Collection, die vom renommierten Textildesigner Pascal Walter entwickelt wurde. Die Kolibris wurden von Hand in Aquarell-Technik koloriert.

machen. Es zeigt sich hier, dass nur die Design-Entwicklung nicht reicht. Die Verkaufsförderung, mit der die neuen Designs in den Markt gebracht werden, ist auch sehr wichtig.

**Wie kam der Kontakt zu Pascal Walter zustande? Warum fiel die Wahl auf ihn?**

Wir kannten Pascal Walter als Designer im textilen Bereich, der uns durch seine Arbeiten aufgefallen ist. Dass wir uns für den richtigen entschieden haben, zeigt das Ergebnis.

**Die Nachfrage nach Sonnenschutzprodukten hat durch die Pandemie offenbar nicht gelitten, im Gegenteil: Nach anfänglichen Umsatzrückgängen zog das Geschäft kontinuierlich wieder an. Wer nicht verreisen kann, macht es sich zu Hause schön. Sind das aus Ihrer Sicht vorgezogene Investitionen? Wird also aufgrund der Sättigung ein Einbruch mit Verspätung, etwa im übernächsten Jahr, folgen?**

Jetzt in dieser Zeit eine Prognose zu machen, wann es Sättigungen oder Einbrüche oder Verspätungen im nächsten oder übernächsten Jahr gibt, trauen wir uns nicht zu. Wir

modifizieren und entwickeln lieber neue Produkte. Wenn der Markt dann zurückgeht, versuchen wir Nachfrage durch unsere Neuheiten und Verbesserungen zu erreichen. So versuchen wir das auszugleichen. Unser Unternehmensgründer hat immer die Auffassung vertreten, dass in Notzeiten investiert werden muss, um sich im Markt abzusetzen und Erfolg zu haben. Das hat uns in der Vergangenheit geholfen und wir glauben fest daran, dass es uns auch in Zukunft hilft.

**Ende Februar findet die R+T digital statt. Eine physische R+T wird es dann erst wieder im Februar 2022 geben. In was für einem Markt werden wir uns 2021 und schließlich Anfang 2022 Ihrer Ansicht nach befinden?**

Ich glaube, dass das mit der vorhergehenden Frage beantwortet ist. Ein wichtiger Faktor ist aber, dass die Menschen in Zukunft darauf achten werden, wie wichtig ihr Zuhause ist, zum Wohlfühlen und zum Arbeiten. Diese Erkenntnis wird uns dabei helfen, im Markt bestehen zu können, um die Wünsche des Verbrauchers zu erfüllen. ■ **RAD**