„Die **Revolutionen** sind in der **Pipeline**"

Neue Produkte fürs Fenster von der Heimtextil und darüber hinaus

FOTO: BLÖCKER ZNL DER HUNTER DOUGLAS HOLDING GMBH & CO. KG

Das Cosiflor Modell VS 2 Slide von Blöcker: Ohne Bohren und mit Hilfe von Klebeprofilen wird dieser Anlagentyp am Fenster montiert. Auch nach Jahren lässt es sich schnell und rückstandslos entfernen.

Die Sonnenschutz-Halle der Heimtextil war im Januar Anlaufstelle für viele Besucher der Messe. Aber nicht nur dort ließen sich Neuheiten entdecken. Wir haben einige der wichtigsten Unternehmen im Markt gefragt, wo sie zu Jahresbeginn Schwerpunkte setzen.

Zum Beispiel Blöcker, Systemgeber für innenliegenden dekorativen Sonnenschutz: Das Unternehmen aus Bremen, das seit mehr als zehn Jahren zur Hunter Douglas-Gruppe gehört, war im Januar wieder in Frankfurt präsent. Was waren die Schwerpunkte am Stand? Welche Themen sind auf besonders großes Interesse bei den Messegästen gestoßen?

„Technische Neuheiten und Weiterentwicklungen für Cosiflor Plissees und Wabenplissees, Duoflor Doppelrollos und Triflor Stoffjalousien sowie stoffliche Novitäten standen im Mittelpunkt unserer Präsentation. Insbesondere das Cosiflor Modell VS 2 Slide fand großes Interesse. Ohne Bohren, mit Hilfe von Klebeprofilen wird dieser Anlagentyp am Fenster montiert. Das Profil minimiert einen seitlichen Lichtspalt und lässt sich auch nach Jahren rückstandslos entfernen", teilt Bloecker-Marketingleiterin Antje Famulla mit.

Ebenfalls in der Halle 5.1 war der Stand von Coulisse zu finden, dem international tätigen Lieferanten von Fensterdekorationen aus den Niederlanden. Zwei Fragen, die für die gesamte Branche Relevanz haben, waren dort besonders oft zu hören: Wie geht es weiter mit dem Thema Automatisierung? Und: Mit welchen Innovationen ist zur R&T 2018 zu rechnen? Das Unternehmen will nächstes Jahr in Stuttgart neue Stoffkollektionen und Innovationen in Bezug auf Systeme und Automatisierung zeigen. „Momentan arbeiten wir fleißig daran", erklärte Edith Irausquin, bei Coulisse für Kommunikation und PR zuständig. In Frankfurt war die Hälfte der Ausstellungsfläche den von der Coulisse DIY-Abteilung entwickelten Shop-Konzepten und Technologien gewidmet. Hier stand die Zusammenarbeit mit Somfy im Mittelpunkt. „2017 werden wir unser Service-Angebot im Bereich Marketingkonzepte weiter ausweiten", sagt Klaus Germes, Geschäftsführer Components. Coulisse sieht sich als Anbieter von Gesamtlösungen. Gemeinsam mit dem Rückenwind, den die insgesamt positive Tendenz im Markt gibt, sowie einem verstärkten Fokus auf den Projektmarkt soll dieser Ansatz dem Unternehmen zu weiter steigenden Umsätzen verhelfen: 2017, im Jahr des 25-jährigen Bestehens von Coulisse, hat sich der Systemgeber die magische Zahl von hundert Millionen Euro zum Ziel gesetzt.

„Sehr gute Resonanz"

Systemgeber Hunter Douglas war in Frankfurt indirekt über Kunden und Produkte vertreten. Die Resonanz auf der Heimtextil für Produkte wie Seatex (bei MHZ) und neue Duette-Kollektion sowie die Präsentation eines beleuchteten Musterständers mit Duette (bei JAB Anstoetz) sei sehr gut gewesen, sagt Friedrich W. Petrat, Geschäftsführer Hunter

FOTO: RADZWILL

Neuheit von Germania auf der Heimtextil: Die Luxaflex PowerView Motorisierung.

Frei verschiebbare Rollos, die von Stahlseilen gehalten werden: döfix-Neuheit in der Sonnenschutz-Halle der Heimtextil.

Douglas Components in Kassel: „Die Präsentation von Germania mit dem Luxaflex Sicht- und Sonnenschutzprogramm, gemeinsam mit dem Deco Team in Halle 3, war sehr erfolgreich. Das Deco Team in Halle 3 hat sich zum Messemittelpunkt entwickelt. Die Entscheidung von Germania, dort auszustellen, war richtig und hat Germania viele neue Kunden gebracht."

Manche Aussteller sagten im Vorfeld der Messe: Es muss sich etwas tun bei der Zahl der deutschen Besucher auf der Heimtextil. Hat sich etwas getan in der Sonnenschutzhalle? Haben die Bemühungen geholfen?

Friedrich W. Petrat findet: „Dass die Messe nicht mehr zufrieden sein kann mit ihrem Konzept, speziell für die Sonnenschützer in Halle 5, wissen alle. Jahrzehntelang waren die Sonnenschützer Zugpferd auf der Heimtextil und jetzt wird es Zeit, dass man etwas verändert, zum Beispiel in der Richtung, wie es das Deco Team beziehungsweise Germania mit seiner Luxaflex Präsentation in Halle 3 gemacht hat."

Für René Hübner, Marketing Germania, Altenholz, war der Auftritt des Unternehmens in Frankfurt rundum erfolgreich: „Auf der Heimtextil haben wir den Schwerpunkt auf das neue Motorisierungskonzept von Luxaflex gelegt. PowerView heißt das System, das erwartungsgemäß auf großes Interesse gestoßen ist. Der gesamte Sonnenschutz im Haus kann mit unterschiedlichsten Geräten gesteuert werden und das mit nur einer Fingerbewegung oder vollautomatisch und auch von unterwegs."

Ein weiterer Schwerpunkt bei Germania war das neue Shop-Konzept, das in Form von Miniaturen gezeigt wurde. Hübner: „Die drei Varianten, in denen das Konzept verfügbar ist, konnte sich auf diese Weise jeder Interessierte in Ruhe und im Detail angucken und so hinstellen, wie es bei ihm vor Ort sinnvoll wäre." 2017 geht es für Germania darum, Luxaflex für den Fachhandel attraktiv zu machen. Die Produktgruppe Vertikal wird im Sommer mit einer neuen Kollektion in den Vordergrund gestellt. „Neher Insektenschutz wird mit einem neuen Katalog und einer echten Revolution aufwarten. In den absoluten Vordergrund werden wir die wirklich revolutionäre PowerView Motorisierung stellen", so René Hübner.

Feinjustierung kinderleicht

Bei MHZ, Leinfelden-Echterdingen, war die neue Plissee Ausgleichsvorrichtung ein wichtiges Thema. „Die moderne Architektur setzt auf immer breiter werdende Fenster. Um den optische Qualitätsansprüchen der Endverbraucher entsprechen zu können, hat MHZ die Ausgleichsvorrichtung für breite, abgespannte Plisseeanlagen entwickelt", so Markus Ehrlich vom MHZ-Vertrieb.

Ein Maxi-Aluminiumprofil erhöht dabei die Festigkeit um 35 Prozent und wird mit einer Spanneinrichtung unterstützt. Breiten bis 180 Zentimeter seien in einer ästhetisch hervorragenden Qualität realisierbar und werden ab Werk voreingestellt, teilt der Hersteller mit. Eine Feinjustierung auf der Baustelle ist durch den Fachhandwerker kinderleicht durchzuführen.

Ein weiterer Diskussionspunkt bei MHZ und auch in der gesamten Sonnenschutz-Halle: funkbetriebene Akku-Antriebe für Rollo, Plissee und Horizontaljalousien. Markus Ehrlich berichtet: „Die von der Stomversorgung unabhängige Installation von elektrisch betriebenen Sonnenschutzlösungen ist ein neuer Trend. Die hohe Kapazität der Akkus ermöglicht eine benutzerfreundliche Bedienung mit zwei Vollladungen pro Jahr bei täglichem Gebrauch. Die Bedienung erfolgt mit einem Funkhandsender."

Greenscreen Sea Tex – Friedrich W. Petrat hatte es angesprochen – war ein ebenfalls stark beachtetes neues Thema bei MHZ. „Die Ressourcenoptimierung im Baugewerbe

erfal®

www.erfal-shop.de
ONLINESHOP & KUNDENPORTAL
+
- mehr als 20.000 Artikel
- einfache Online-Konfiguration
- Auftragsstatus jederzeit abrufbar
- Schnellsuche-Funktion
- Bestellhistorie mit Beleg-Download

NEUE WEBSITE & ONLINESHOP
GLEICH REINSCHAUEN!
- Information
- Inspiration
- Komfort
- Schnelligkeit

www.erfal.de
ERFRISCHEND NEU GESTALTET
+
- umfangreiche Produktinformationen
- Fachhändlersuche nach Produktgruppen
- Designfinder und Stoffdatenblätter
- passwortgeschützter Fachhändlerbereich „Mein erfal" mit Downloadportal

FOTO: ERFAL

FOTO: JÜNGER

Sowohl der neue erfal Vorhangstangenkatalog (Bild links) als auch neue Wabenplisseestoffe sowie das Thema Motorisierung waren Gesprächsthemen auf dem Heimtextil-Stand. Farbverläufe – gesehen am Stand von Kadeco (rechts). Neue Trendkarten für Plissee und Flächenvorhang waren Schwerpunkte bei Kadeco.

wird zukünftig vor allem bei Architekten und Planern im Mittelpunkt stehen. Die Verarbeitung von Produkten, die bereits schon einmal ein Produkt waren, werden in den kommenden Jahren sogar durch neue Gesetzesvorschriften in den Fokus der Verarbeiter rücken. Mit dem neuen Gewebe greenscreen sea tex tm wird bereits der Anforderung ‚cradle to cradle' zu fünfzig Prozent entsprochen, da der Schussfaden dieses Gewebes aus recyceltem Material besteht, das aus Meeresplastikabfällen wiedergewonnen wurde", so Markus Ehrlich. Greenscreen Sea Tex ist ab sofort lieferbar.

Squid ist der Name einer neuen selbstklebenden Fensterbekleidung in fünf Farben. Die einfache Verarbeitung, der textile Charakter und die sehr gute Kombinationsmöglichkeit mit anderen Sonnenschutz- und Dekorationsmöglichkeiten hätten den Fachhandel überzeugt, so MHZ. Die Markteinführung erfolgt im zweiten Quartal 2017. War das Unternehmen mit dem Auftritt auf der Heimtextil und der Besucherfrequenz zufrieden? „Die Besucherzahlen stagnieren leider, aber die Qualität der geführten Gespräche war auf sehr hohem Niveau", sagt Markus Ehrlich. Für 2017 weiter geplant sind bei MHZ weitere Produkte im außenliegenden Sonnenschutzbereich. Vertriebsmann Ehrlich kündigt an: „Einige Revolutionen sind in der Pipeline!"

Besucherrückgang

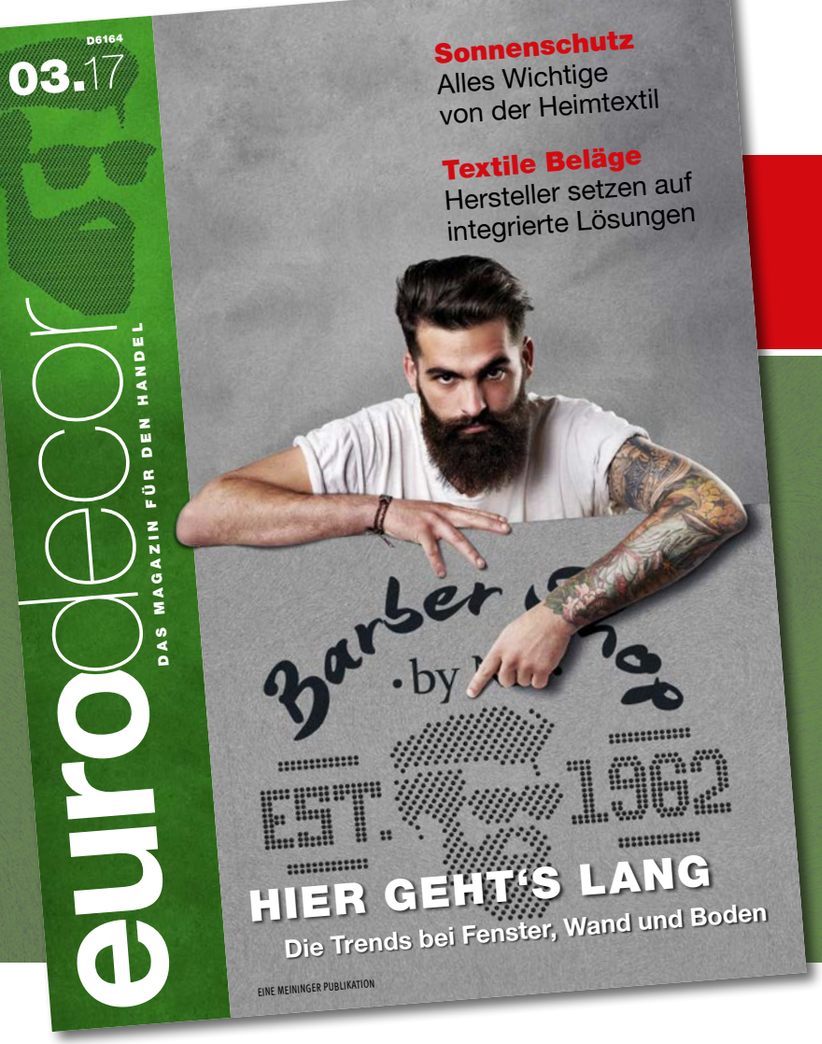
Zur Heimtextil und den anderen Messen, bei denen erfal in den ersten Wochen des Jahres vertreten war, gab es mehrere Schwerpunkte. Sowohl der neue erfal Vorhangstangenkatalog als auch neue Wabenplisseestoffe und natürlich das Thema Motorisierung standen im Mittelpunkt der Auftritte. Welche Fragen haben die Besucher an den Ständen besonders oft gestellt? Dorina Wießner, Leiterin Marketing/Öffentlichkeitsarbeit bei der erfal GmbH & Co. KG in Falkenstein: „Besucher fragten am häufigsten nach der Verfügbarkeit beziehungseise dem Verkaufsstart der vorgestellten Neuheiten. Thematisch stand das Thema Automatisierung und Steuerung von Sonnenschutzanlagen im Mittelpunkt." Im Vergleich zum Vorjahr, sagt Dorina Wießner, habe das Sicht- und Sonnenschutz-Unternehmen „vermutlich witterungsbedingt" einen Besucherrückgang aus dem deutschsprachigem Raum verzeichnet.

„Jedoch haben wir uns über eine Vielzahl sehr interessierter Besucher am erfal Messestand gefreut. Aufgrund dieser guten und wichtigen Kundengespräche sowie Neukundenkon-

FOTO: BÜSCHER

FOTO: RADZIWILL

„Die hochwertige Qualität der Artikel in Material, Design, Funktion und Verarbeitung sollen dem Endverbraucher die Kaufentscheidung erleichtern und eine klare qualitative Abgrenzung zu Me-too-Produkten des Wettbewerbs aufzeigen", erklärt Büscher. Rechts: Sakire Efe vom Teba-Team mit Twinlight-Doppelrollos.



eurodecor

DAS MAGAZIN FÜR DEN HANDEL

eurodecor fällt aus dem Rahmen – inhaltlich, optisch und auch dem Format nach. Denn eurodecor zeigt, wie ansprechend eine moderne Fachzeitschrift für das Interior-Segment und das Raumausstatterhandwerk heute aussehen kann.

Wir schreiben für Sie über Bodenbeläge und Zubehör, über Sonnenschutz, Wandbeläge, Farbe und Malerbedarf, über Deko- und Möbelstoffe sowie über Accessoires. Wir berichten zeitnah über aktuelle Trends von den internationalen Messen und Events der Branche.

Zur Zielgruppe von eurodecor gehören die Profis: der Fach- und Großhandel, die Objekteure, die dazugehörige Industrie sowie das Handwerk.
Unsere Leser sind die Innovativen der Branche, die auf Weichspüler-Journalismus gern verzichten und stattdessen nach Antworten auf aktuelle Fragen suchen.

☐ Ja, ich möchte die eurodecor im Abonnement lesen.

Bitte schicken Sie mir die eurodecor ab sofort regelmäßig (zehn Ausgaben/Jahr) zum Bezugspreis von jährlich 92,40 Euro (Ausland 104,65 Euro) inklusive Mehrwertsteuer und Versand. Das Abonnement verlängert sich um jeweils ein weiteres Jahr, wenn ich nicht spätestens sechs Wochen vor Ablauf des Bezugsjahres kündige.

Name:

Vorname:

Firma:

Position:

Straße/Hausnr.:

PLZ/Ort:

Telefon:

Fax:

E-Mail:

Datum: Unterschrift:

☐ Ich bin damit einverstanden, dass meine Adresse vom MEININGER VERLAG gespeichert und für schriftliche oder elektronische Marketingmaßnahmen verwendet wird.

Gewünschte Zahlungsweise (bitte ankreuzen)

☐ Ich zahle nach Rechnungserhalt per Überweisung

☐ Ich möchte per Bankeinzug bzw. Kreditkarte begleichen und bitte daher um Kontaktaufnahme

Widerrufsrecht: Sie können die Bestellung binnen 14 Tagen ohne Angabe von Gründen formlos widerrufen. Die Frist beginnt an dem Tag, an dem Sie die erste bestellte Ausgabe erhalten, nicht jedoch vor Erhalt einer Widerrufsbelehrung gemäß den Anforderungen von Art. 246a § 1 Abs. 2 Nr. 1 EGBGB. Zur Wahrung der First genügt bereits das rechtzeitige Absenden ihres eindeutig erklärten Entschlusses, die Bestellung zu widerrufen. Sie können hierzu das Widerrufs-Muster aus Anlage 2 zu Art. 246a EGBGB nutzen. Der Widerruf ist zu richten an: Meininger Verlag GmbH, Maximilianstr. 7-17, 67433 Neustadt, Telefon: 06321/8908-0, Telefax: 06321/8908-14, E-Mail: vertrieb@meininger.de

MEININGER VERLAG GmbH,
Maximilianstraße 7-17
67433 Neustadt
Tel. 0 63 21 / 89 08–36
Fax 0 63 21/ 89 08–73
www.eurodecor.de

MEININGER VERLAG

FOTO: RADZIWILL

FOTO: MHZ

Auf der Heimtextil präsentierte Coulisse die neue Ausgabe des Coulisse Journals, das als Inspirationsquelle dient. Edith Irausquin (links) führte über den Stand. Bei MHZ (rechts) war die Ausgleichsvorrichtung eines der Themen am Stand. Sie greift das von der Vorhanggarnitur bekannte Druckstangenprinzip auf und ermöglicht Plisseebreiten bis 1,80 Meter – und zwar ganz ohne Durchhängen. Ein Maxi-Aluminiumprofil erhöht die Festigkeit um 35 Prozent.

takte schauen wir sehr zufrieden und insgesamt positiv auf die Heimtextil zurück“, sagt Dorina Wießner. Im laufenden Jahr steht bei erfal das Thema Automatisierung im Fokus. Außerdem stellt das Unternehmen aus dem Vogtland den Fachhändlern neue Wabenplisseestoffe, eine neues Plissee-System mit Maxifalten sowie eine Holzjalousiekollektion für noch mehr Auswahl bei der Kundenberatung zur Verfügung.

Bei Kadeco lagen die Schwerpunkte in der Vorstellung neuer Trendkarten für die Produktbereiche Plissee und Flächenvorhang. „Mit unseren microTex-Rollos haben wir eine neue Produktgruppe vorgestellt, die sowohl mit Folien als auch textilen Geweben eine optimale Lösung für den Objektbereich und die nachträgliche Beschattung von Bildschirmarbeitsplätzen bietet. Fünf neue Raffrollotechniken zur Konfektion mit Stoffen durch den Raumausstatter rundeten unser großes Neuvorstellungs-Paket ab. Neben den umfangreichen Neuvorstellungen auf der Heimtextil werden in der zweiten Jahreshälfte noch weitere Aktualisierungen in verschiedenen Produktbereichen folgen“, erklärt Christian Sandkühler, Marketingleiter des Unternehmens aus Espelkamp.

Das Doppelrollo stand bei Teba im Mittelpunkt des Messeauftritts: Die neue Twinlight Rollo Kollektion mit 86 Stoffen bietet eine Reihe neuer Dessins. Online und Digitalisierung, komfortable Bedienung mit WireFree 2.0 waren weitere Themen. Anfang April wird die neue Kollektion im Fachhandel zur Verfügung stehen; zum Jahreswechsel bringt Teba eine komplett neue Rollo Kollektion auf den Markt. Hinzu kommen bei Teba die neuen Modelle VS 22 und VS 22 comfort sowie der neue Klemmträger slim für verspannte Anlagen.

Plissee/Duette bleibt vorn

Nicht auf der Heimtextil war im Januar Büscher. Imke Röwer, Geschäftsleitung Heinrich Büscher Sonnenschutzsysteme, Göttingen, berichtet: „Nachdem 2016 ganz im Zeichen der neuen Plisseekollektion stand, stehen in 2017 unsere Produktneuerungen in den Bereichen Rollo, Doppelrollo, Flächenvorhang, Innenjalousien und Außenraffstores im Fokus.“ Ausgebaut werden ferner die digitalen Beratungsmedien, um den Fachhandel bei der Fachberatung der Endkunden zu unterstützen.

Den Markt für innenliegenden Sonnenschutz 2017/18 schätzt Imke Röwer als stabil ein: „Die Bauwirtschaft prognostiziert nach einem Wachstum im Wohnungsbau von acht Prozent in 2016 auch für 2017 positive Veränderungen, allerdings lediglich um drei Prozent. Wir sind durchaus optimistisch, dass unsere Branche nach wie vor von dieser Entwicklung profitiert. Auch in 2017/2018 sehen wir Plissee/Duette als die weiterhin erfolgreichste Produktgruppe; gefolgt von Rollo und den angrenzenden Artikeln Doublé und Triplé dieser Produktgruppe. Jalousien und vertikale Lamellenvorhänge werden sich unserer Meinung nach im Sektor der privaten Raumgestaltung eher weiterhin verhalten entwickeln.“

Mit Lizenzprodukten wie Verdunkelungs-Rollos im Star Wars-Design für Velux Dachfenster (vor rund einem Jahr) hat sich Velux von anderen Anbietern abgegrenzt. Sind Lizenzprodukte eine Schiene, die weitergeführt wird – zum Beispiel auch mit anderen Namen oder Designern? Claudia Peretzki, Produktmanagement Sonnenschutz, sagt: „Wir werden auch zukünftig aktuelle Trends aufgreifen und unser Sonnenschutz-Sortiment mit exklusiven Lizenzkollektionen ergänzen – beispielweise in Kooperation mit angesehenen Designern. Aus unserer Erfahrung heraus erreichen wir mit außergewöhnlichen Designs und zusätzlichen verkaufsunterstützenden Maßnahmen am PoS auch Zielgruppen, die sich bisher noch nicht so intensiv mit dem Thema Sonnenschutz auseinandergesetzt haben.“

Thomas Knüttel, Leiter Produktmanagement Innenliegender Sonnenschutz bei Warema Renkhoff SE, setzt beim innenliegenden Sonnenschutz für den privaten Bereich auf die Faltstoren: „Beliebt ist die verspannte, frei verschiebbare Variante VS02 für Häuser und Wohnungen, die Individualität und das gewählte Wohndesign unterstreicht. Im Projektbereich dominieren die Rollos.“

Warema hat zuletzt das Thema smarter Sonnenschutz/vernetzte Haustechnik/automatisches Sonnenlicht-Management in den Vordergrund gestellt – und das, sagt Knüttel, bleibe auch so: „Diese Innovationen werden sehr gut vom Markt und den Verbrauchern aufgenommen. Sie stehen deshalb für uns weiter im Fokus. Der technologische Fortschritt bietet viele Annehmlichkeiten, das kommt beim Endverbraucher gut an. Die Vernetzung und die automatische Steuerung sorgen außerdem für Energieeffizienz.“ ■ *Alexander Radziwill*