

# Der Mehrwert macht den Unterschied

Individuelle Lösungen und Zusatznutzen sollen den Fachhandel unterstützen



Der Warema Designer (links) stieß auf der R+T auf großes Interesse: Mit der App-Anwendung lässt sich die Wunschmarkise virtuell am eigenen Haus betrachten. Per Augmented Reality wird ein 3D-Modell simuliert.



Plissee von erfall: Das Unternehmen bietet aktuell 24 neue Stoffe in skandinavischen Farben an.

**Sonnenschutz, Folge 3: Nach unseren Berichten in den zurückliegenden Ausgaben zum Thema werfen wir diesmal einen letzten Blick zurück auf die R+T und fragen nach, wie Unternehmen der Branche die jüngsten, eher weniger erfreulichen Zahlen von 2017 für den innenliegenden Sonnenschutz bewerten.**

„Die ganze Branche hat auf die Messe R+T hingefiebert und die Spannung, was alle Teilnehmer der Branche an Produktneuheiten präsentieren werden, war groß“, sagt Rebecca Wendtlandt, PR und Online Marketing Reflexa. Das Unternehmen zählte knapp 3.500 Besucher auf dem neuen Messestand; rund 15 Prozent mehr als zuvor. Zu den zentralen Themen zählte auf der R+T die Wintergartenmarkise mit der neuen TwinTube Technologie. Dabei werden einzelne Stoffbahnen wechselseitig auf zwei getrennten Tuchwellen geführt.

Bei Kadeco/erwilo ist man mit dem Verlauf der R+T und dem der Heimtextil kurz davor mehr als zufrieden. Margaretha Runksmeier, Leitung Marketing & textiles Produktmanage-

ment sowie Creative Director, erklärt: „Bei erwilo haben wir eine ganze Reihe von Neuheiten vorgestellt, die unsere Kunden begeistert haben. Auf der Heimtextil stand unsere neue Rollo-Kollektion im Fokus. Dabei waren sowohl die neue Stoffauswahl von großem Interesse als auch die technischen Neuheiten – insbesondere die neuen Kassettenrollos in zwei verschiedenen Größen und das neue Einbaukassetten-system, das nicht nur im Objektbereich, sondern auch im hochwertigen Einrichtungsbereich seinen Einsatz finden kann.“

Beim außenliegenden Sonnenschutz stellte erwilo ein neues Pergola Sonnen- und Wetterschutzsystem vor. Es kann optional mit einer LED-Beleuchtung und ZIP-Senkrechtmarkisen ausgestattet werden.

## Erwartungen übertroffen

Für die erfall GmbH & Co. KG in Falkenstein lagen die Besucherzahlen auf der Heimtextil leicht unter dem Vorjahresniveau. Der Auftritt auf der R+T sei dagegen sehr erfolgreich ver-

laufen, sagt Dorina Wießner, Leiterin Marketing und Öffentlichkeitsarbeit: „Insbesondere das Interesse an den vorgestellten Produkt- und Katalogneuheiten hat die Erwartungen der Geschäftsleitung übertroffen.“ Im Mittelpunkt der Messepräsentation stand für erfall der neue Rollo-Katalog: Mehr als 340 Stoffe umfasst das Sortiment von sowohl funktionellen Geweben für Objekte, als auch trendigen Farben und Mustern für den Einsatz im Wohnbereich. Die umfangreiche Auswahl bietet auch eine Vielzahl an Abdunkelungsstoffen.

Dorina Wießner: „Sehr interessiert waren die Messebesucher an der separaten Kollektionskarte Nachhaltigkeit. Diese enthält zwanzig nachhaltig hergestellte Rollo-Stoffe aus Recycling-Plastik, die nach Cradle-to-Cradle ‚Bronze‘ zertifiziert sind.“

Antje Famulla, Leitung/Management Marketing/Design bei Blöcker, Bremen, hat großes Interesse der Kunden im Bezug auf die Neuheiten des Systemgebers registriert: „Das neue Cosiflor Modell VS 2 Slide Comfort zum Beispiel oder neu entwickelte Werkzeuge wie

Eines der Highlights am Stand von MHZ auf der R+T war die neue Kassettenmarkise art\_02.

eine Stoffschneidemaschine, eine Stoffbohrmaschine oder ein Keder-Stanz-Automat, aber auch das Duoflor Glasleistendoppelrollo fanden großes Interesse bei den Besuchern. Mit neuen Stoffentwicklungen bei Cosiflor Wabenplissee und Cosiflor Plissee konnte ebenfalls Interesse im Kundenkreis geweckt werden. Abschließend können wir sagen, dass wir viele, auch neue Kontakte erhalten haben, was uns ein positives Fazit ziehen lässt.“

Diesmal nicht auf der Heimtextil, aber auf der R+T präsent war Coulissee, der international tätige Hersteller und Lieferant von Fensterdekorationen aus den Niederlanden. Welche Produkte sind in Stuttgart am Stand besonders gut angekommen? Hugo Kruijssen, Director of Components, erklärt: „Alle drei Jahre ist die R+T der entscheidende Moment für uns zu zeigen, wer wir sind und was wir anzubieten haben. Von den Innovationen, die wir diesmal präsentiert haben, sorgten das plug-and-play Motorisierungskonzept, unser kindersicheres Rollo-System Twin Pull und unsere Rollokollektionen, die von Mode, Kunst und Natur inspiriert sind, für die größte Aufmerksamkeit. Starkes Interesse verzeichneten wir auch bei unserer Objekt-Sparte.“

Für MHZ war die Heimtextil 2018 ein voller Erfolg, berichtet Geschäftsführer Andreas Kopetschny: „An zahlreichen Gesprächen sowohl mit bestehenden als auch neuen Kunden konnte eine gute Besucherfrequenz gemessen werden. Für internationale Besucher war der MHZ-Messestand in Frankfurt auch in diesem Jahr wieder ein bewährter Anziehungspunkt. Viele Stammkunden und zahlreiche Neukunden aus aller Welt konnten auf dem MHZ-Stand begrüßt werden. Im Mittelpunkt stand das neu entwickelte Rollosystem R\_03, das mit Begeisterung aufgenommen wurde.“

Auch auf die R+T blickt der Geschäftsführer des Sicht- und Sonnenschutz-Unternehmens zufrieden zurück. Die Highlights am Stand hätten die neue Kassettenmarkise art\_02 sowie die neuen Produkte aus der Kooperation mit den Firmen Raico und Günthner dargestellt, die von den Kunden sehr gut angekommen worden seien. MHZ-Chef Andreas Kopetschny: „Wir nehmen wichtige Erfahrungen von den diesjährigen Messen mit und sind mit optimistischen Erwartungen und Zielen in das neue Jahr gestartet.“

Warema hat in Stuttgart unter dem Motto „Sonnenlicht in neuen Dimensionen“ Lösun-



gen in den Bereichen Outdoor Living, Home Comfort und Smart Home vorgestellt. „Zu den Highlights, die wir präsentiert haben, zählen unsere Lamaxa Lamellendächer, die sich frei im Garten installieren lassen. Durch die Verschattung mit Lamellen ermöglichen sie im Außenbereich eine ganz neue Form des Lichtmanagements. Zudem kamen unsere wetterfesten Perea Pergola-Markisen für private und gewerbliche Objekte sehr gut an“, berichtet Thomas Wiesmann, Leiter Produktmanagement bei Warema Renkhoff SE. Auf großes Interesse sei auch der Warema Designer gestoßen: Mit der App-Anwendung können Nutzer ihre Wunschmarkise virtuell am eigenen Haus betrachten. Per Augmented Reality wird ein maßgeschneidertes 3D-Modell an der eigenen Terrasse oder dem Balkon simuliert, das sich individuell konfigurieren lässt.

Velux ist ebenfalls ein Vorreiter bei Smart-Home-Anwendungen. Vor kurzem ist das Unternehmen für die Smart-Home-Anwendung „Velux Active with Netatmo“ bei der Verleihung des Golden Cubes in der Kategorie „Innovation“ ausgezeichnet worden. Spielen Smart-Home-Anwendungen in privaten Haushalten heute bereits eine nennenswerte Rolle oder ist da noch Luft nach oben? „Laut einer Studie des Zentralverbands Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI) hat im Jahr 2017 bereits jeder fünfte Deutsche schon Smart-Home-Anwendungen genutzt. Das Interesse wird auch künftig rapide ansteigen“, ist Claudia Peretzki, Produktmanagement Sonnenschutz bei Velux Deutschland, überzeugt.

Bei Velux Active with Netatmo steuern Algorithmen auf Basis von Sensordaten zur Raumluft sowie externen Wetterdaten automatisch die Belüftung durch Dachfenster und den Hitzeschutz mit Rollos und Rollläden. Das System ist kompatibel mit Apple HomeKit und kann auch per Sprachsteuerung bedient werden.

Beim innenliegenden Sonnenschutz stehen bei Velux vor allem Automation und Bedienkomfort im Mittelpunkt. Claudia Peretzki:

„Durch limitierte Kollektionen können wir außerdem Trends im Wohnen abbilden und Individualität für unterschiedliche Anforderungen und Raumnutzungen ermöglichen.“

## Durchwachsene Zahlen

Wir haben in Ausgabe 4 der eurodecor über die Zahlen des Verbandes innenliegender Sicht- und Sonnenschutz (ViS) für 2017 berichtet: Dem Plus von +2,1 Prozent beim Wabenplissee und den minimalen Zuwächsen bei der Horizontal-Lamelle (+0,2 Prozent) stehen leichte Rückgänge beim Plissee, beim Rollo, bei der Vertikal-Lamelle und deutliche Rückgänge beim Flächenvorhang (-11,7 Prozent) und bei Doppelrollo (-14 Prozent) gegenüber.

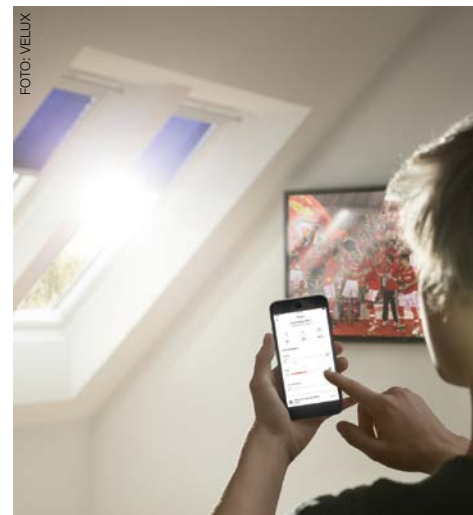
Die vom ViS veröffentlichten Zahlen der Mitglieder spiegeln sich zum Teil auch bei erfall wider. „Allgemeine Verschiebungen der Nachfrage innerhalb der einzelnen Produktgruppen sind normal und unterliegen aktuellen Wohn- und Einrichtungstrends“, erklärt Dorina Wießner. Der Onlinehandel boome und mache auch vor dem innenliegenden Sonnenschutz nicht halt. Daneben hätten die guten Zuwächse der vergangenen Jahre diesen Produktbereich für noch mehr Anbieter interessant gemacht.

Aber: „Aus unserer Sicht lässt sich aus der aktuellen Entwicklung kein schwindendes Interesse der Verbraucher an innenliegenden Sonnenschutzprodukten erkennen“, so die erfall-Marketingleiterin.

„Tatsächlich ist die Umsatzentwicklung in den einzelnen Produktgruppen bei uns ähnlich zu den vom ViS veröffentlichten Jahreszahlen für 2017“, sagt Margaretha Runksmeier von Kadeco. Im Bereich Jalousien sei jedoch ein vergleichsweise überdurchschnittliches Wachstum verzeichnet worden. „Besonders Holzjalousien stehen beim Endverbraucher derzeit hoch im Kurs“, sagt die Marketingleiterin. Werden bei den jüngsten ViS-Zahlen die vielen Discount- und Online-Angebote sichtbar? „Eine teilweise Verschiebung in den



Mit der Special Selection gibt die Heinrich Büscher GmbH Sonnenschutzsysteme dem Fachhandel eine individuelle Trendkollektion für Rollos und Flächenvorhänge an die Hand – individuell anders.



Bei Velux Active with Netatmo steuern Algorithmen den Hitzeschutz mit Rollos und Rollläden.

DIY-Bereich ist unverkennbar. Allein technisch gibt es im Online-Kanal immer mehr Möglichkeiten, die es dem Endverbraucher sehr einfach machen, Produkte selbst zu konfigurieren und online zu bestellen. Auch das Thema Individualisierung spielt dabei eine große Rolle. Um sich vom Discount- und Online Angebot zu differenzieren, müssen unsere Produkte dem Endverbraucher einen echten Mehrwert oder zusätzliche Funktionen bieten. Das kann zum Beispiel eine Motorisierung sein, die im Zuge der Smart-Home-Ära mittlerweile ebenfalls stark gefragt ist“, sagt Runksmeier.

Friedrich W. Petrat, Geschäftsführer Hunter Douglas Components, findet: „Man kann Statistiken heute auch benutzen, um das Marktgeschehen schlecht zu reden! Wenn unbedeutende Produktgruppen sich verändern, dann wird das in der Presse natürlich sehr stark herausgestellt.“ Petrat glaubt nicht, dass Discount- und Online-Angebote der wirklichen Zielgruppe von hochwertigen und dekorativen Sonnenschutzprodukten Umsätze wegnehmen würden: „Ich glaube sogar, dass der innenliegende Sonnenschutz mit seinen innovativen Ideen für die Zukunft weitere Marktanteile bei der funktionellen und dekorativen Fensterbekleidung einnehmen wird. Neue Entwicklungen, wo Produkte von der Hardware und dem textilen Charakter Maßstäbe setzen, lassen uns nicht um die Zukunft fürchten.“

Auch MHZ-Geschäftsführer Andreas Kopetschny rechnet nicht damit, dass Discount- und Online-Shops im anspruchsvollen Wohnbereich oder im Objekt eine starke Wirkung erzielen werden: „Allgemein zeigt der Mangel

an Fachkräften im Handwerk sicherlich mehr Wirkung, als die Angebote günstiger Anbieter. Derzeit werden die Verbraucher durch die günstige Zinspolitik zu Investitionen im Haus- und Wohnungsbau ermuntert. Mit etwas Zeitversatz rechnen wir hier deshalb auch mit steigendem Konsum beim innenliegenden Sonnenschutz.“ Grundsätzlich, so Kopetschny, sei eine gewisse Verlagerung des Konsums in Richtung Freizeitgestaltung festzustellen.

## Discount- und Onlineware

„Das sind ganz klar die vielen Discount- und Online Angebote! Denn das Interesse an innenliegendem Sicht- und Sonnenschutz ist in diesen Kanälen durchaus spürbar und schafft natürlich eine Preissensitivität beim Kunden, die in den stationären Kanälen durch die zusätzlichen Services nicht abgebildet werden kann“, meint dagegen Sven Heidemann, Prokurist und Vertriebsleiter der Gardinia Home Decor GmbH (Gardinia/Alugard).

Sein Fazit für das vergangene Jahr fällt gut aus – das größte Interesse sei derzeit auch weiterhin bei den Plissees zu verzeichnen. Der negativen Gesamtmarktentwicklung habe sich das Unternehmen mit Sitz in Isny im Allgäu und in Bünde durch Neukundengeschäfte etwas entziehen können. Heidemann: „Mit neuen Angeboten für den Maßbereich können wir hier viele Ansatzpunkte liefern, um dem stationären Handel Mittel an die Hand zu geben.“

Die Geos-Geilfuß GmbH in Osnabrück verzeichnet weiterhin eine positive Entwicklung im Segment Sonnenschutz. Die Rückgänge bei

fünf von sieben Produktgruppen, die der ViS für 2017 registriert hat, kann Geschäftsführerin Katharina Geilfuß so nicht bestätigen: „Wir haben weiterhin steigende Umsätze im Bereich innenliegenden Sonnenschutz, da wir das Sortiment kontinuierlich erweitern und uns zum Komplettanbieter entwickelt haben.“

Eine Konkurrenz durch Discount- und Online-Angebote sei zwar spürbar, bestätigt Katharina Geilfuß: „Dies sehen wir nicht nur für den innenliegenden Sonnenschutz sondern auch für alle anderen Produkte im Heimtextilienbereich. Die Produkte unterliegen einem sehr starken Wettbewerb, natürlich auch stark wachsend aus dem Internet. Weiterhin gibt es jedoch viele Endverbraucher, die auf Beratung, Qualität und Langlebigkeit bei Produkten Wert legen. Das ist die Chance für den Fachhandel.“

Wie sieht der Ausblick auf das laufende Jahr aus? „Die Saison für das Jahr wurde bereits in 2017 geplant und läuft bis jetzt sehr zufriedenstellend. Schwerpunkte sind der textile Sonnenschutz, aber auch die neuen Innenjalousien machen uns viel Spaß“, berichtet Mirko Müller-Stüler, neben Friedrich W. Petrat Geschäftsführer von Systemgeber Hunter Douglas Components in Kassel.

Für die laufende Saison setzt Kadeco den Schwerpunkt vor allem auf die neue Rollokollektion, die sich am Markt etablieren soll, sagt Margaretha Runksmeier von Kadeco/erwilo: „Darüber hinaus konzentrieren wir uns verstärkt auf die Produkte, über die wir uns differenzieren können und deren Umsätze im vergangenen Jahr entgegen dem allgemeinen

Trend eine positive Umsatzentwicklung verzeichnen konnten. Aber auch unser weiterhin wichtigstes Produkt, das Plissee, welches besonders stark unter Druck steht, liegt natürlich weiterhin im Fokus.“

Die Bedeutung von modernen Bedienoptionen für den innenliegenden Sicht- und Sonnenschutz steigt weiter an – davon ist Dorina Wießner von erfal überzeugt. „Deshalb liegt ein Schwerpunkt unserer Tätigkeit in der Weiterentwicklung von Batterie- und Akkuantrieben sowie die Anbindung an Smart Home-Systeme. Das Plissee, als einer der wichtigsten Produktbereiche, wird durch eine Trendkarte mit neuen Stoffen aufgefrischt. Seit kurzem ist für Insektenschutz eine neue schmale Plisseetür erhältlich und erfal wird diesen Produktbereich ab sofort auch aktiv in den Niederlanden anbieten“, sagt Dorina Wießner.

Antje Famulla von Systemgeber Blöcker erklärt: „Die Investitionsbereitschaft seitens unserer Kunden ist, wie auch das Interesse an unseren Produktneuheiten, sehr groß. Dies veranlasst uns zu einer durchaus positiv Erwartungshaltung für 2018.“

Katharina Geilfuß von Geos-Geilfuß teilt mit: „Durch die Weiterentwicklung des innenliegenden Sonnenschutzes erreichen wir, durch das breite Angebot an verschiedenen Kollektionen, positive Entwicklungsmöglichkeiten. Bezüglich Markisen setzen wir auf differenzierte Qualitäts- und Preisgestaltung um der Nachfrage des Fachhandels Rechnung zu tragen.“

MHZ stehe der Saison positiv entgegen, sagt MHZ-Geschäftsführer Andreas Kopetschny: „Klassische Produkte wie zum Beispiel Rollo erfreuen sich starker Nachfrage, sodass unser neues Rollosystem R\_03 bestens platziert ist. Plissee-Vorhänge und Waben-Plissees erreichen weiterhin ein hohes Akzeptanzniveau. Im außenliegenden Bereich sind wir mit einigen Neuheiten in das Jahr 2018 gestartet. Die neue Kassettenmarkise art\_02 und die Fenstermarkise zip\_2.0 ergänzen hervorragend das Portfolio.“

Und: Mit den neuen Insektenschutz-Plissees by Neher Technology bietet MHZ dem Verbraucher eine Lösung, die sich durch Langlebigkeit, Qualität und Bedienfreundlichkeit sowie eine entsprechende Optik auszeichne. ■ **ALEXANDER RADZIWILL**



**NEHER** Technology

## INSEKTENSCHUTZ | *Plissees für Türen PL2*

Neu im MHZ Insektenschutz-Programm: Die Plissees für Türen PL2 vereinen hervorragende Technik und handgefertigte Maßarbeit. Die Plisseetüren überzeugen durch ihre neue Konstruktion, die sie windstabil und montagefreundlich macht. Verringerte Schnurreibung und eine beschichtete Aluminiumlaufschiene machen das PL2 besonders leichtgängig und langlebig.

*MHZ Hachtel GmbH & Co. KG*

*Sindelfinger Straße 21 · 70771 Leinfelden-Echterdingen · [www.mhz.de](http://www.mhz.de)*