

Dienstleister am Fenster

Innen liegender Sonnenschutz schützt vor Sonneneinstrahlung und unerwünschten Blicken, trägt zur Energieeffizienz bei und ist Teil des Raumdesigns. Im Vorfeld der Heimtextil beleuchten wir, was derzeit gefragt ist.

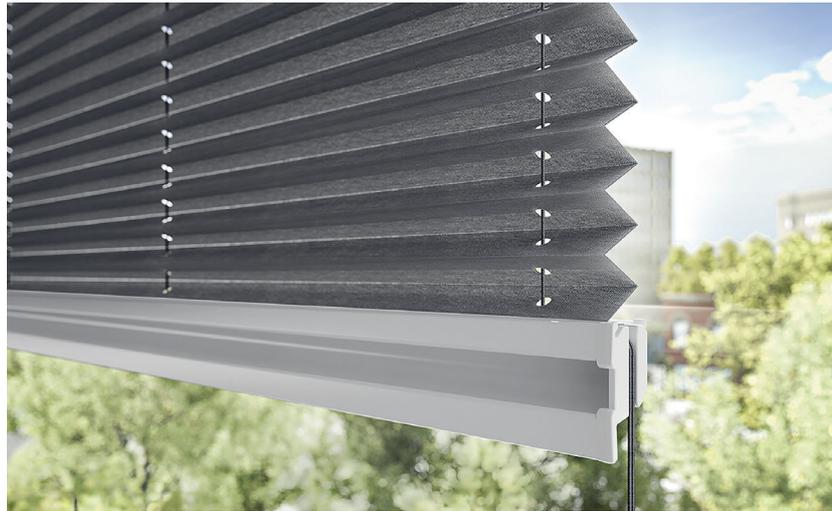
Im Spätsommer brachte Kadeco eine neue Plissee-Kollektion auf den Markt. Sie zeichnet sich aus durch zehn harmonische Farbwelten und eine klare Struktur, die zwischen Grundqualitäten und Atelierkarten unterscheidet, teilt das Unternehmen aus Espelkamp mit. Alle Stoffe innerhalb einer Farbwelt lassen sich nahtlos miteinander kombinieren, was unzählige kreative Gestaltungsmöglichkeiten eröffnet. Um weitere Inspiration zu bieten, hat Kadeco zu jeder Farbthematik Moodboards entwickelt. Zusätzlich sorgen die vielfältigen Optiken und Effekte für den charakteristischen Look der Kollektion.

Kadeco: Plissee-Kollektion umfasst zehn Farben. Auch hybrid möglich

Der Prozess von der ersten Idee bis zur Marktreife dauert etwa acht Monate. Dabei werden Phasen wie Stoffauswahl, Designentwicklung, Fotoshootings und die Produktion beim Mustermacher durchlaufen. Seit der Veröffentlichung der Kollektion seien die Rückmeldungen durchweg positiv. „Besonders die Farbwelten, die hochwertige Auswahl an Stoffen und die neuen Kampagnenbilder kommen hervorragend an. Auch die Möglichkeit, durch die Hybridlösung verschiedene Stoffe zu kombinieren, wird im Beratungsprozess sehr geschätzt“, so Kadeco. „Ein echtes Highlight der neuen Plissee-Kollektion ist die neu inszenierte Bildsprache unserer Kampagnen“, teilt das Unternehmen mit. Mit Einflüssen aus der Modefotografie erzeuge Kadeco starke visuelle Effekte, welche die Emotionen des Designs unterstreichen.

Branche spürt Kaufzurückhaltung bei Plissee und Flächenvorhang

Nach Angaben des Verbandes innen liegender Sonnenschutz (ViS) verzeichneten die Mitgliedsfirmen im ersten Halbjahr 2024 einen Umsatzrückgang in der Produktgruppe Plissee um minus 5,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die Umsätze mit Flächenvorhängen gingen drastisch zurück; in den ersten sechs Monaten dieses Jahres verzeichneten die Firmen ein Minus von 43,9 Prozent im



Vergleich zum ersten Halbjahr 2023. Die Umsätze mit Insektenschutz und Wabenplissees hingegen legten zu (Details siehe Seite 16). Auch bei Kadeco spürt man die Kaufzurückhaltung der Verbraucher. „Nach sehr starken Vorjahren, ist die Nachfrage in diesem Jahr etwas zurückhaltend“, sagt Geschäftsführer Ulf Kattelman. „Bei unseren Top-Produkten wie Plissee und Wabenplissee sehen wir dennoch ein moderates Wachstum und freuen uns über diese Entwicklung. Auch Insektenschutz läuft erstaunlich gut.“

Büscher: Plissees für große Fensterfronten und verglaste Balkone

Büscher in Göttingen reagiert auf den Trend zu größeren Fensterfronten mit zwei Lösungen für die Plisseetypvariante S4 (VS2), die direkt vor dem Glas montiert wird und über zwei Bedienschienen stufenlos zu verstellen ist. Das Modell S4 Maxi lässt sich stufenlos über ergonomisch geformte Griffleisten bedienen. Mit einer maximalen Breite von 200 Zentimeter hat die neue Schiene lediglich eine Durchbiegung von zirka zwei Millimeter, teilt Büscher mit. Die Profiltiefe von 20,8 Millimeter ermöglicht optimalen Einsatz auch für Schiebetüren. Die magnetische Fixierung garantiert zudem einen sicheren Halt des oberen Profils.

S4 Slim von Büscher punktet mit einer geringen Profiltiefe von 17 Millimeter. Besonders im Neubau werden zunehmend verglaste Balkone mit faltbaren Glaselementen eingesetzt. Hier kommt der neue Plisseetyp dank der zierlichen Profile und dem schmalen Aufbau zum Einsatz.



MHZ bietet Sonnenschutzkollektionen mit individuellen und platzierten Motiven an. Im Bild ein Duette-Wabenplissee mit dem platzierten Motiv Namaste.

Das Modell S4 Slim zeichnet sich durch eine Profiltiefe von 17 Millimeter aus. Besonders im Neubau werden zunehmend verglaste Balkone mit faltbaren Glaselementen eingesetzt. Hier kommt der neue Plisseetyp dank der zierlichen Profile und dem schmalen Aufbau zum Einsatz. Eine Montage an allen gängigen Balkonverglasungen, Schiebetüren sowie rechteckigen Fassadenfenstern ist möglich. Über die ergonomisch geformten Griffleisten ist eine komfortable Bedienung gewährleistet. Der Typ lässt sich mit Plisseestoffen in der Faltenhöhe von 15 oder 20 Millimeter kombinieren.

Trendfarben und -muster

Büscher ist auf innen liegenden Sonnenschutz spezialisiert und hat neben Plissees und Wabenplissees auch Rollos, Doubles und Triples im Programm. „Neben den Klassikern Weiß, Natur, Grau und Anthrazit finden auch pastellige Farbnuancen in Blau, Grün und Beige Einzug in die Wohnumgebungen“, sagt Geschäftsführerin Imke Röwer. „Bei den Mustern sind florale Dessinierungen im Trend.“ Fachbetrieben, welche die Produkte vor Ort planen und montieren, rät Büscher: „Alles, was rollt, wird meistens unter der Decke oder vor der Nische montiert. Es ist darauf zu achten, dass die Sonnenschutzanlagen so montiert werden, dass die Fenster sich öffnen lassen. Bei der Anbringung der Produkte ist es sehr wichtig, dass die Produkte exakt in Waage angebracht werden, damit die Stoffe gerade auf- und abrollen.“

MHZ: SmartHome-Steuerung und individuelle Gestaltung

MHZ setzt beim innen liegenden Sonnenschutz auf die Trendthemen SmartHome und individuelle Gestaltung. Im Sommer gab das Unternehmen den Verkaufsstart von Power-View 3.0 bekannt. „Da bei motorisiertem, innen liegendem Sicht- und Son-

nenschutz der besondere Komfort in der Bedienung und Nutzung der Anlagen liegt und ein smartes Zuhause eine Motorisierung benötigt, ist die Nachfrage stabil und nimmt kontinuierlich zu“, teilt MHZ mit. Dank des Einsatzes von Bluetooth 5.0 ist die Steuerung als Einsteiger auch ohne Gateway möglich. Hierzu wird lediglich ein Sonnenschutzprodukt mit einem Power-View-3-Antrieb und der Power-View-App bzw. optional via Fernbedienung benötigt.

Die Bedienung alleinig über App oder zusätzlich per Fernbedienung kann ausschließlich lokal und somit in Reichweite des Sonnenschutzes erfolgen. Jedoch hat man laut MHZ auch hier schon die Möglichkeit, in der App Zeitsteuerungen und Szenarien anzulegen, die dann auch bei Abwesenheit funktionieren. Durch das Integrieren eines Gateways in das Power-View-3-System können Sprachsteuerungen wie Alexa aber auch andere Smart-Home-Systeme von Drittanbietern eingebunden werden. Weiterhin ist durch die Integration eines Gateways die Funktion Remote-Connect freigeschaltet. Das bedeutet, durch das Remote-Connect können unabhängig eines Standortes, beispielsweise im Urlaub oder bei der Arbeit im Büro, das Power-View-3-System und die Sonnenschutzanlagen individuell bedient und Automatisierungen angelegt werden.

Sonnen- und Insektenschutz bedrucken

Seit kurzem bietet MHZ individuell bedruckbaren Insektenschutz an. Auch Rollos sowie Plissees lassen sich via Digitaldruckverfahren individuell gestalten. „In Kollektionen geben wir aber auch platzierte Motive vor, die perfekt auf die Größe der Anlage angepasst sind. Die Nachfrage danach sowie nach Individualisierung gibt es und sie bleibt stabil beziehungsweise steigt kontinuierlich“, teilt MHZ mit. Das Unternehmen richtet sich bei der Gestaltung und Motivauswahl nach aktuellen und auch

internationalen Trends und Trendvorschauen. „Im Bereich Plissee wird es auch hier eine Neuerung geben, pünktlich zur Heimtextil in Frankfurt und der Bau in München“, heißt es in einer Mitteilung.

Duette-Kampagne für den Fachhandel

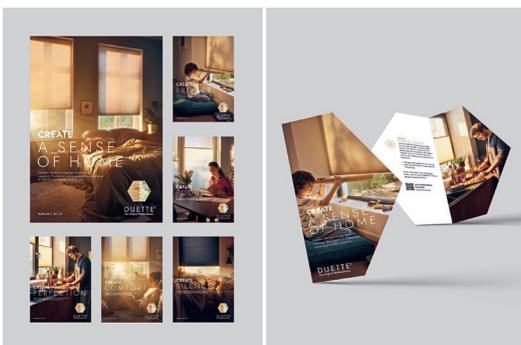
Hunter Douglas startete im Frühjahr eine Werbekampagne für den Duette-Fachhandel. Zum Auftakt der Kampagne konnten über Online-Kanäle und Social-Media-Plattformen zig Millionen Auspielungen erzielt werden. „Ein Highlight waren die Anzeigen auf Immoscout, die mit einer hohen Klickrate viel Aufmerksamkeit erzielten und die Zielgruppe optimal erreichten. Facebook, Instagram und Pinterest generierten bei den Image-Ads große Reichweiten. Die Video-Ads überzeugten auf Facebook und Pinterest mit einer hohen Sichtbarkeit der Marke“, teilte Hunter Douglas im Juli mit.

Über die Kampagne bei Google gelangten zahlreiche User auf die Duette-Website und generierten eine große Anzahl an Fachhändlersuchen. In Zeitschriften wie Schöner Wohnen und Home erschienen Printanzeigen. „Aufmerksamkeitsstark und mit maximaler Unterstützung für den Fachhandel erzielt die neue Marketing-Kampagne viel Beachtung und schon jetzt nachweislich einen Pull-Effekt zum Fachhandel“, heißt es. Im Mittelpunkt der Kampagne steht neben Fakten der emotionale Mehrwert des Zuhauses, der in einer Vielzahl an Motiven erlebbar wird.

Point-of-Sale-Paket

Die Verbindung zur Endverbraucher-Kampagne ist das Point-of-Sale-Paket für Duette-Fachhändler. Es umfasst Postermotive, Flyer in Wabenform, den Kampagnenfilm und das Welcome-Signet. Das Paket kann über das Fachhandelsportal www.issportal.info abgerufen werden.

Holger Dirks und Isabell Peter



Poster und weitere Werbeartikel bringen am Point of Sale die Verbindung zur Duette-Werbekampagne in Print, online und Social Media.

Schwerpunkt Meinung

Innen liegender Sonnenschutz ist vergleichsweise einfach nachzurüsten; wird sich das künftig stärker auf die Nachfrage auswirken als bislang?



Ulf Kattelmann, Kadeco

„Innen liegender Sonnenschutz lässt sich in der Tat einfach nachrüsten. Besonders unsere schraublosen Montagevarianten zum Kleben oder Klemmen erfreuen sich immer größerer Beliebtheit. Mit unserem neuen 15-Millimeter-Plisseesystem können wir nun auch Schiebetüren und Balkonverglasungen ausstatten und erwarten eine zusätzliche Nachfrage.“



Mirko Müller-Stüler (li.) und Friedrich W. Petrat, Hunter Douglas Components

„Die einfache Montage des innen liegenden Sonnenschutzes löst keine verstärkte Nachfrage aus. Der Mehrwert von innen liegendem Sonnenschutz wie Energieeinsparen im Sommer und im Winter sowie die Nachhaltigkeit dieser Produkte kann eine starke Nachfrage auslösen. Dass innen liegender Sonnenschutz auch dekorativ ist und den Raumhall verbessert, sind zwei Aspekte, die dazukommen. Das Verkaufsgespräch mit Unterstützung von Verkaufshilfen (z. B. der Energiesparrechner <https://enspare.duette.de/>) ist das ‚A und O‘ für mehr Umsatz!“



Imke Röwer, Heinrich Büscher in Göttingen

„Innensonnenschutz bringt vielfach Nutzen mit sich. Als dekoratives Einrichtungselement mit hoher Funktionalität sind innen liegende Anlagen jedoch gleichzeitig Blendschutz, Sichtschutz, Hitzeschutz, Schallschutz und verhindern im Winter den Verlust von Wärme. Energiesparen und Nachhaltigkeit ist bei Verbrauchern ein hochaktuelles Thema. Die Langlebigkeit dieser Produkte und der perfekte After-Sales-Service durch die Fachhändler sowie die Vielfalt der Systeme und Textilien wird die Nachfrage auch in Zukunft sichern. Das Nachrüsten der Produkte ist oft im Verhältnis zu außen liegenden Systemen weniger kostenintensiv. Die Krise im Wohnungsbau wirkt sich jedoch auf unseren Markt aus und es bleibt abzuwarten, wie sich die Nachfrage in Zukunft entwickeln wird.“

Holger Dirks und Isabell Peter