

Das Fenster zum Blickfang machen

Drei Fragen, achtzehn Antworten: sicht & sonnenschutz hat sechs Anbieter von innen liegendem Sonnenschutz gefragt, welche Produktentwicklungen sie vorantreiben, wie nachhaltig sie aufgestellt sind und welche Individualisierungsmöglichkeiten für ihre Produkte zur Verfügung stehen.

Welche neuen Produkte haben die Hersteller von innen liegendem Sonnenschutz im Programm? Das wollte sicht & sonnenschutz von MHZ (Seite 15), Kadeco (Seite 16), Erfal (Seite 18), Systemlieferant Hunter Douglas (Seite 20), Teba (Seite 20) und Büscher (Seite 21) wissen. Darüber hinaus geben die Anbieter Auskunft, wie sich ihre Produkte individualisieren lassen und wie nachhaltig sie agieren – den vollständigen Beitrag mit allen Inhalten lesen Sie auf www.sicht-sonnenschutz.com/innen23.

MHZ: Rollos in XXL-Größe

Was neue Produkte betrifft, hat MHZ in diesem Jahr die Rollo-Modelle R_04 und R_05 auf den Markt gebracht. „Die Neuprodukte unserer Rollo-Familie beschatten Fenster bis sechs Meter Breite und sechs Meter Höhe bei maximal 20 Quadratmeter Gesamtfläche“, sagt Marc Jansen, Bereichsleiter Marketing und Produktmanagement bei MHZ. Darüber hinaus hat das Unternehmen seine Stoffkollektion für Duette Wabenplissees um 15 ästhetisch-moderne Dessins mit breitem Motivspektrum erweitert. „Unser Produktportfolio wird zudem regelmäßig von unseren Produktentwicklern geprüft und in Design sowie Funktion überarbeitet oder neu gedacht“, ergänzt Jansen.

Individual- oder Digitaldruck nutzen

Und wie sieht es mit den Individualisierungsmöglichkeiten der MHZ Produkte aus? Fachbetriebe haben bei MHZ die Möglichkeit, den Sonnenschutz nach dem persönlichen Geschmack ihrer Kunden gestalten zu lassen – per Individual- oder Digitaldruck. „Beim Individualdruck können wir ausgesuchte Qualitäten unserer Rollos, Flächen- und Lamellenvorhänge sowie die Hafttextile Squid mit hochauflösenden Fotos, Grafiken oder Firmenlogos bedrucken“, sagt der Bereichsleiter Produktmanagement. Um individuelle Einrichtungskonzepte umzusetzen, sind darüber hinaus auch Tapeten, Acryl, Alu, Holz oder Glas bedruckbar. „Dank der umfassenden Farbpalette stehen auch 213 RAL-

Unifarben zur Auswahl – so lässt sich hochwertiger Sicht- und Sonnenschutz in der individuellen Logo-farbe gestalten“, ergänzt Jansen.

Vom Individualdruck zu unterscheiden ist der MHZ Digitaldruck. Hier sind vorgegebene Motive innerhalb ausgewählter Kollektionen – dazu zählen auch Plissees und Duette Wabenplissees – bis zu einem bestimmten Gestaltungsgrad skalierbar.

Nachhaltiges Handeln auf mehreren Ebenen

Kommen wir zum Megatrend Nachhaltigkeit. MHZ geht das Thema nach eigenen Angaben auf verschiedenen Ebenen an. Produktseitig überzeugen MHZ Sonnenschutzsysteme laut Jansen u.a. durch ihren energiesparenden Effekt, da sie in Kombination Sonnenlicht, Wärme und Kälte effektiv abwei-



Mit unserem Reparaturservice machen wir Plissees wieder funktionsfähig und wirken damit der Wegwerfmode entgegen.“

Marc Jansen, MHZ



Das Rollo R_05 von MHZ beschattet Fenster bis sechs Meter Breite – bei maximal 20 Quadratmeter Gesamtfläche.

Schwerpunkt Meinung

Energiesparen mit innen liegendem Sonnenschutz – ist das ein Verkaufsargument? Kommt die Werbung an?



Gordon Boddenberg, Leiter Marketing Teba

„Ja natürlich. Es besteht eine ausgeprägte Nachfrage nach energiesparenden Stoffen vonseiten der Endverbraucher. Unsere crossmediale Wärmeschutzkampagne 2022/2023 hat mehr als 3,5 Millionen Endverbraucherkontakte für die Fokuskunden erzielt. Der Umsatz konnte um 47 Prozent im Durchschnitt bei den Fokuskunden in der Warengruppe Duette gesteigert werden. Auf diesen Ergebnissen bauen wir weiter auf und werden zukünftig sicherlich auch verbesserte Werbekampagnen umsetzen.“



Friedrich W. Petrat und Mirko Müller-Stüler, Geschäftsführer Hunter Douglas Components

„Nachhaltigkeit und Energiesparen sind die großen Themen beim innen liegenden Sonnenschutz. Neue modifizierte Materialien bei der Stoffherstellung sind ein weiterer Baustein zur Nachhaltigkeit. Für den Verkäufer im Fachhandel gibt es die Möglichkeit, sich in diesen Bereichen von unseren Kunden schulen zu lassen. Es steht ausreichend Informationsmaterial zur Verfügung, um ein perfektes, gezieltes Verkaufsgespräch zu führen. Die Energiekrise hat dazu beigetragen, dass die Werbung für Duette mehr Beachtung findet. Und wenn im Verkaufsgespräch die richtigen Argumente benutzt werden, macht sich dies im erhöhten Umsatz bemerkbar. Wir bieten Produkte zum Energiesparen mit Nachhaltigkeitseffekt an – unsere Kunden und der Fachhandel müssen nur zugreifen.“



Ralf Meyer, Bereichsleiter Vertrieb Erfal

„Jeder Endverbraucher leistet mit einem hocheffizienten Sonnenschutzprodukt, richtig angewandt, einen Beitrag zur CO₂-Reduzierung. Zudem schont er den Geldbeutel im Bereich Energiekosten. Ich glaube, dass die Werbung ankommt und vom Fachhandel gezielt eingesetzt wird. Das zeigt die steigende Nachfrage nach unseren Produkten.“



sen können. Des Weiteren bilden nachhaltige Gewebe aus wiederverwerteten Rohstoffen einen festen Bestandteil ausgewählter MHZ-Kollektionen. Diese zwei Säulen nachhaltigen Handelns auf Produktebene werden von den Themen Rohstoffrecycling und Langlebigkeit flankiert. „Mit unserem Reparaturservice machen wir Plissees wieder funktionsfähig und wirken damit der Wegwerfmode entgegen“, nennt Jansen als Beispiel.

Wie er weiter ausführt, stellt betriebsintern u.a. die Umrüstung auf nachhaltige Heizmethoden eine wichtige Maßnahme dar. Mit der erfolgreichen EPD-Zertifizierung durch das ift Rosenheim habe MHZ darüber hinaus ein anerkanntes Siegel erhal-



Mit der neuen Wabenplissee-Kollektion setzen wir Maßstäbe und heben uns deutlich vom Wettbewerb ab.“

Ulf Kattelmann, Kadeco

ten, das den Anspruch des Sonnenschutzherstellers an Nachhaltigkeit, Transparenz und Glaubwürdigkeit unterstreiche. Die Mitwirkung im ReNew-Netzwerk rundet das Engagement des Unternehmens ab.

Kadeco: Wabenplissee-Kollektion soll neue Maßstäbe setzen

Kadeco hat jüngst seine neue Wabenplissee-Kollektion auf den Markt gebracht. „Damit setzen wir Maßstäbe und heben uns deutlich vom Wettbewerb ab“, sagt Geschäftsführer Ulf Kattelmann. Die bisherigen Rückmeldungen sind nach seinen Angaben eindeutig: Die harmonischen Farbwelten, die exklusiven Designs der Edition Kadeco Atelier und die stilvollen Nachhaltigkeitslinien kommen richtig gut an. Des Weiteren erhalte die schwer entflammable Qualität Concept FR mit ihrer attraktiven Preisgestaltung besondere Aufmerksamkeit. „Auch der innovative Aufbau der Kollektion mit den hybriden Farbwelten und den inspirierenden Moodboards zur Anregung von Materialkombinationen und Raumgestaltung erhält äußerst positives Feedback“, ergänzt Kattelmann.

Akzente in der Branche setzen möchte Kadeco auch mit der Lamellenvorhang-Kollektion, deren Launch im November ansteht. „Die Dessins der neuen Lamellenvorhang-Kollektion beweisen dank

ausdrucksstarker Farben und innovativer Oberflächen, wie vielseitig und modern der Klassiker interpretiert werden kann“, kündigt Kattelmann an.

Atelier-Edition für hohe Designansprüche

Hinsichtlich der Personalisierungsmöglichkeiten der Kadeco Sonnenschutzprodukte betont Kattelmann, dass jedes Produkt individuell gefertigt werde und von vornherein ein Unikat sei. „Wir liefern millimetergenaue Lösungen nach Maß. Die zahlreichen hochwertigen Stoffe und teilweise exklusiven Print-Dessins ergänzen die Individualität mit einer weiteren besonderen Note“, sagt der Geschäftsführer. Insbesondere die Edition Kadeco Atelier, die mit viel Leidenschaft, Gespür für Stil und Trendorientierung kreiert werde, spiegle den Anspruch des Unternehmens an Exklusivität, Lifestyle, Ästhetik, Wertigkeit und Zeitgeist wider.

Eine weitere Möglichkeit der Individualisierung: Mit der unternehmenseigenen Pulverbeschichtungsanlage lassen sich z.B. die Führungsschienen der Lamellenvorhänge oder Rollo-Kassetten in nahezu allen Farben des RAL-Spektrums realisieren. „Dies ermöglicht nicht nur, die Profifarbe perfekt auf die Farbe der Fensterrahmen abzustimmen – vielmehr lassen sich harmonische sowie kontrastreiche Farbspiele inszenieren, die zum Beispiel den Lamellenvorhang zu einem Stilelement mit Designfaktor machen“, sagt Kattelmann. Auf Anfrage lassen sich die Kadeco Produkte nach seinen Angaben auch mit kundenindividuellen Designs bedrucken.

Stoffe aus recyceltem Plastik

Und wie nachhaltig agiert Kadeco? „Nachhaltigkeit wird bei uns als Selbstverständnis in allen Bereichen gelebt“, betont Kattelmann. Beispielsweise



Wabenplisse von Kadeco: Die Themenwelt Midnight Blossom aus der Atelier-Edition verkörpert mit seinen edlen Blauanancen eine beruhigende Atmosphäre und wirkt harmonisierend.

lege das Unternehmen in seinen Kollektionen großen Wert auf die Vereinbarkeit von Designanspruch und Nachhaltigkeit. „Neben Stoffen, die bis zu 100 Prozent aus Post-Consumer-recyceltem PET hergestellt werden, verfügen unsere Kollektionen auch über Materialien, die bestimmten nachhaltigen Projekten zuzuordnen sind“, erläutert der



Die Unternehmenszentrale von Erfal ist mit einer Photovoltaikanlage ausgestattet, wodurch das Unternehmen nach eigenen Angaben mehr als 400.000 Kilogramm CO₂ pro Jahr einspart.

Schwerpunkt Meinung

Energiesparen mit innen liegendem Sonnenschutz – ist das ein Verkaufsargument? Kommt die Werbung an?



Ulf Kattelman, Geschäftsführer Kadeco

„Die Botschaft ist zweifellos beim Verbraucher angekommen. Mit Nachdruck nutzen wir unsere vielfältigen Kommunikationswege, um über die energieeffizienten Möglichkeiten des Sonnenschutzes zu informieren und insbesondere das faszinierende Energiesparwunder Wabenplissee in den Fokus zu rücken. Beispielsweise kann ein Energiespar-Poster für den PoS bei uns bestellt werden. Der gestiegene Absatzanteil von Wabenplissees im Vergleich zum Vorjahr ist ein erfreuliches Ergebnis unserer Aktivitäten.“



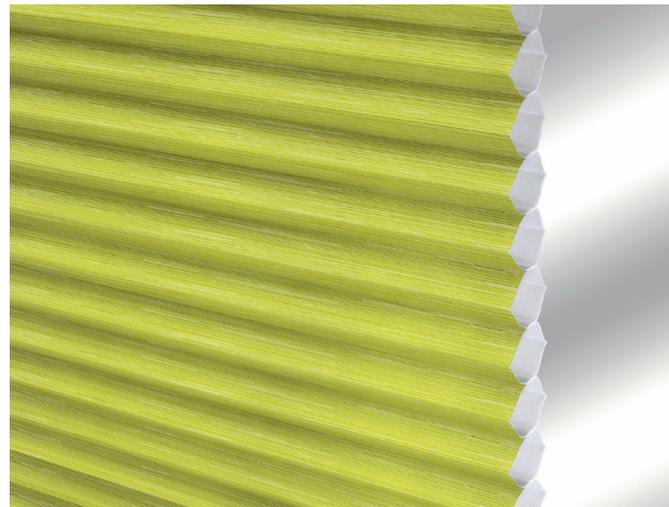
Imke Röwer, Geschäftsführerin Büscher

„Die Energiekrise hat sicherlich dazu beigetragen, dass wir alle aufmerksamer mit dem Thema Energie umgehen. Die Vielzahl der Produkte im innen liegenden Sicht- und Sonnenschutz bietet neben dem klassischen Sichtschutz und dem Erfüllen des Anspruchs an Dekoration als klassische Einrichtungskomponente etliche Zusatznutzen: Schallschutz, Schutz vor elektromagnetischer Strahlung, Blendschutz, Filtern von Raumluft sowie auch effektive Energiesparpotenziale. Die Verbraucher sind sensibilisiert, jedoch noch nicht vollständig über den Mehrfachnutzen unserer Produkte informiert. Dabei sind Produkte wie Duette von Hunter Douglas perfekte Alleskönner in Sachen Energiesparen – und das sowohl im Sommer als auch im Winter.“



Marc Jansen, Bereichsleiter Marketing und Produktmanagement MHZ

„Innen und auch außen liegender Sicht- und Sonnenschutz kann Räume vor zu viel Wärme beziehungsweise Kälte bewahren und das gewünschte Raumklima unterstützen – ein entscheidender Produkt Mehrwert und wichtiger Bestandteil der Beratung durch unsere Fachhändler sowie in unserer Außenkommunikation. Unter Berücksichtigung der aktuellen energiepolitischen Situation kann diese Eigenschaft die Kaufentscheidung der Endkunden sicherlich positiv begünstigen.“



Duette Re-Life ist eine Premiumqualität, gefertigt aus gebrauchten, recycelten PET-Flaschen.

Geschäftsführer. Ein Beispiel sei die Serie Sea Stuff aus der Flächenvorhang-Kollektion, die zu 100 Prozent aus recyceltem Meeresplastik bestehe.

Die Investition in solare Energieproduktion führt Kattelman als weiteren Beleg des Nachhaltigkeitsengagements von Kadeco an. „Bereits 30 Prozent unseres gesamten Stromverbrauchs erzeugen wir über unsere Photovoltaikanlage, dieser Anteil soll zukünftig weiter gesteigert werden“, sagt der Geschäftsführer. Zusätzlich ist das Unternehmen Teilnehmer der Klima-Initiative Gemeinsam klimaneutral bis 2030 der IHK und Wirtschaft Ostwestfalen-Lippe.

Erfal: Fokus auf Plissee und Wabenplissee

Erfal arbeitet aktuell mit vollem Einsatz an einem neuen Plissee- und Wabenplissee-Katalog. „Die Katalogvorstellung wird zur R+T nächstes Jahr in Stuttgart erfolgen“, kündigt Ralf Meyer, Bereichsleiter Vertrieb bei Erfal, an. Wie er betont, können sich die Kunden auf zahlreiche neue Stoffe im funktionellen Bereich freuen, ebenso auf ausgefallene und exklusive Designs. Auch im Bereich Plissee-Technik werde es Neuerungen geben. „Wir werden unsere Plissee-Familie mit dem breitesten Spektrum im Markt an unterschiedlichen Falten und Wabengrößen weiter ausbauen.“

Darüber hinaus entwickelt Erfal das Produkt Easy Frame weiter. Hier sollen Lösungen für Sonderformen und besondere Einbausituationen auf den Markt kommen. Weitere große Sortimentserweiterungen kündigt Meyer für den Bereich exklusiver Einbauprofile an, die eine unsichtbare Montage von Sonnenschutzprodukten und Vorhangschienen ermöglichen sollen.

Schier unendliche Farbauswahl für Profile

Was die Individualisierungsmöglichkeiten von Erfal Sonnenschutzprodukten angeht, hält auch Meyer fest, dass im Grunde jedes Produkt des Unternehmens ein individuell an die besonderen Endkundenwünsche angepasstes Unikat sei. Wer seinen Sonnenschutz noch weiter individualisieren möchte, greife auf die fast unendliche Farbauswahl des Coflex Farbprogramms für Sonnenschutzprofile zurück. „Mit unserer hauseigenen Pulverbeschichtungsanlage sind wir in der Lage, optimal auf Individualisierungswünsche einzugehen“, erläutert der Bereichsleiter Vertrieb. Auch beim Behang ist nach seinen Angaben eine individuelle Gestaltung möglich: „Endverbraucher, die einen individuellen Motiv- oder Farbwunsch des Sonnenschutzbehanges haben, bekommen ihre Wünsche über den von uns angebotenen Individualdruck erfüllt.“

Modernes Gebäudemanagement

Und wie nachhaltig ist Erfal aufgestellt? Laut Meyer versteht das Unternehmen Nachhaltigkeit als „einen Gesamtprozess, der neben ökologischen Aspekten des Umweltschutzes auch Begriffe wie



„Ein sehr wichtiges Projekt, an dem wir aktuell arbeiten, ist unser neuer Plissee- und Wabenplissee-Katalog.“

Ralf Meyer, Erfal

Gesundheitsverträglichkeit, hochwertige und langlebige Produktqualität, Optimierung technischer Produktionsverfahren und soziale Verantwortung beinhaltet“. Beispielhaft für die Anstrengungen des Unternehmens nennt Meyer das moderne Gebäudemanagement von Erfal mit tageslichtabhängigen Steuerungen und den Einsatz von LED-Technik – Heizung, Klimatisierung und Lüftung werden über eine zentrale Gebäudesteuerungstechnik geregelt.

Zum nachhaltigen Energiekonzept gehört auch eine PV-Anlage auf dem Dach: „Unsere Photovoltaikanlage hat eine Nennleistung von 715 Kilowatt peak im Jahr, damit werden mehr als 400.000 Kilogramm CO₂ eingespart“, betont Meyer.

Umweltschonende Logistik

Auch im Bereich Verpackung legt Erfal laut dem Bereichsleiter Vertrieb Wert auf Ressourcenschonung – wobei die Transportsicherheit gewahrt bleibt. Größtenteils kommen demnach recycelte Endloswellpappe, recycelfähige Folien sowie recycelte Bläschenfolie zum Einsatz. Auch die Auslieferung selbst erfolge möglichst nachhaltig. „Dank kraftstoffverbrauchsarmerer Fahrzeugmodelle mit niedri-



Mehr Freiraum schaffen...

Die **SUNFLEX Schiebefenster SF60 und SF80** vereinen minimale Profilansichten mit maximaler Transparenz. Sie schaffen einen grenzenlosen Übergang zwischen Innen- und Außenbereichen. Dabei erfüllen sie höchste Ansprüche an Komfort, Sicherheit und Energieeffizienz.

Mit Motionblinds automatisiert Teba seine Sonnenschutzprodukte. Rollos und die 50er-Jalousie des Unternehmens lassen sich statt per Smartphone oder Funkfernbedienung auch über eine spezielle Zugfunktion in Bewegung setzen.



ger CO₂-Emission sowie einer speziell entwickelten Liefertourensoftware organisieren wir auch den Warentransport zu den Geschäftskunden auf umweltschonendem Niveau“, sagt Meyer.

Hunter Douglas: Duette Wabenplissees sollen Energie sparen und gut ausschauen

Das Markenprodukt schlechthin von Hunter Douglas ist Duette. Nach eigenen Angaben entwickelt der Systemlieferant die Produktgruppe fortlaufend weiter – und zwar auf mehreren Ebenen. „Auf technischer Ebene erhöhen wir die Energiesparwerte und verbessern den Produktionsprozess. Andererseits entwickeln wir neue Gewebe, Beschichtungen und Drucke, die dafür sorgen, dass die Stoffe nicht nur Energie sparen, sondern auch sehr dekorativ sind“, sagen Friedrich W. Petrat und Mirko Müller-Stüler, die Geschäftsführer von Hunter Douglas Components mit Sitz in Kassel.

Konfektionäre mit eigener Designsprache

Was die Individualisierung seiner Produkte angeht, verweist Hunter Douglas auf vielfältige Möglichkeiten. So habe das Unternehmen etwa neuartige Drucktechniken für Stoffe entwickelt, um Konfektionären eigene hochauflösende Designs in spannenden Farben anzubieten. „Jede Kollektion kann so eine eigene Designsprache sprechen. Einige Kunden bringen auch Trendkollektionen auf den Markt, um die Produkte an aktuelle Trendthemen anzupassen“, sagen Petrat und Stüler.

Ebenfalls werden nach ihren Angaben Teile der Hardware für die Kunden des Unternehmens individualisiert. „Auch diese Möglichkeit wird immer stärker genutzt.“ Was Hunter Douglas dem Endkunden aktuell selbst nicht anbiete, sei der Service,

ein eigenes Bild auf den Sonnenschutz aufzubringen. Der Fachhandel stelle diese Option jedoch häufig über lokale Dienstleister bereit.

Der Energiespareffekt der Wabe

Was das Thema Nachhaltigkeit angeht, verweisen die beiden Geschäftsführer auf den Energiespareffekt der Duette Wabe. „Gute Händler erklären dem Kunden den Effekt der Duette Wabe im Verkaufsgespräch. Hierfür nutzen sie den Energiesparrechner und die vom Konfektionär erstellten Unterlagen oder die Informationen der Duette Website“, sagen Petrat und Stüler.

Für noch mehr Nachhaltigkeit greifen Kunden auf die neue Duette Qualität aus der Re-Life Serie des Unternehmens zurück – diese ist anteilig aus recyceltem Material hergestellt (siehe Seite 23). „Hier werden wir zukünftig das Programm stark erweitern und weitere spannende recycelte Waren auf den Markt bringen“, sagen die Geschäftsführer.

Gute Händler erklären dem Kunden den Effekt der Duette Wabe im Verkaufsgespräch.“

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

Teba: Smartes Motorisierungskonzept

Teba hat sein Sortiment im September um Motionblinds erweitert (siehe Seite 22). Das Motorisierungskonzept auf Akku-Basis erlaubt es, Teba Sonnenschutzprodukte schnell und einfach zu automatisieren und in ein SmartHome-System einzubinden. Automatisierter Sonnenschutz hilft u.a. dabei, die isolierenden Eigenschaften der Produkte noch konsequenter zu nutzen. Besonders erwähnt Marketingleiter Gordon Boddenberg in diesem Zusammenhang die Dämmwirkung des Teba Duette Wabenplissees: „Da das Thema Energiesparen uns immer noch alle mehr denn je betrifft, wollen wir unser Produkt Teba Duette Wabenplissee wieder mit einer neuen Kampagne 2023/2024 als Teil der

Problemlösung für eine wesentliche Heizkosteneinsparung in den Köpfen der Konsumenten und des Handels etablieren und bewerben.“

Neuartige Beschichtungstechnik für Profile

Was die Individualisierungsmöglichkeiten der Teba Sonnenschutzprodukte angeht, verweist Boddenberg auf eine neue Form der Oberflächenveredelung mit dem Namen Blickfang. Teba stellt seinen Kunden hier acht Profildesigns zur Verfügung, welche Plissee- und Wabenplisseeanlagen des Modells VS2 Comfort XL noch hochwertiger erscheinen lassen sollen. „Mit der neuartigen Beschichtungstechnik werden die Profile mit Marmor, Blumen, Tropfen, Carbon und Holzmotiven veredelt. Je nach gewähltem Motiv sind diese in Matt oder Glänzend erhältlich“, sagt Boddenberg.

Regionale Lieferanten und verschnittoptimierte Arbeitsschritte

Das Thema Nachhaltigkeit hat für Teba dem Marketingleiter zufolge einen hohen Stellenwert. „Wir achten ganz besonders darauf, möglichst ressourcenschonend und umweltbewusst zu produzieren – dies ist auch in der Philosophie und Positionierung von Teba verankert“, betont Boddenberg. Das reiche von der Vermeidung langer Lieferwege über die Verwendung recycelter Materialien und die Sensibilisierung der Mitarbeiter bis hin zur langjährigen Förderung einzelner Umweltprojekte.

Im Mittelpunkt der Nachhaltigkeitsmaßnahmen stehe die ressourcenschonende Produktion. Neben der Verarbeitung möglichst regionaler Rohstoffe nutzt Teba hier u.a. verschnittoptimierte Arbeitsschritte. Ergänzend dazu vermeide die On-Demand-Fertigung eine Überproduktion und reduziere den Einsatz von Rohstoffen. Auch mit Stoffprodukten aus Sea-Tex erfüllt der Hersteller seinen Anspruch an Qualität und Nachhaltigkeit. „Diese Gewebe besitzen eine Oeko-Tex-Zertifizierung und sind PVC- sowie halogenfrei“, sagt Boddenberg. „Mit einer Vielzahl an Stoffen und Komponenten, die Cradle to Cradle-ausgezeichnet sind, wird der Ansatz weiter unterstützt.“

Büscher: Produktergänzungen beim Plissee

Das Sonnenschutzunternehmen Heinrich Büscher arbeitet in Vorbereitung auf die R+T 2024 u.a. an Produktergänzungen im Bereich Plissee. „Im Plissee freuen wir uns auf die Systemtechnik Cosiflor zur Herstellung von Plisseeanlagen mit 16-Millimeter-Falten für den Einsatz an Fenstern und Schiebetüren mit minderer Glasfalztiefe“, sagt Geschäftsführerin Imke Röwer. Des Weiteren werde



Im Plissee freuen wir uns auf die Systemtechnik Cosiflor zur Herstellung von Plisseeanlagen mit 16-Millimeter-Falten.“

Imke Röwer, Büscher

es unter Verwendung ähnlicher Systemtechnik eine Ergänzung geben, um breitere verspannte Plisseeanlagen zu realisieren.

Für jeden Wohnstil das passende Produkt

Auch für Röwer ist Innensonnenschutz aufgrund der vielfältigen Varianten von vornherein individuell. „Profifarben und Komponenten sind farblich nach Wunsch kombinierbar. Die Vielzahl an Dessins innerhalb der Produktgruppen bietet für den Endkunden optimale Wahlmöglichkeiten, für den jeweiligen Einsatzbereich und Wohnstil das passende Produkt zu finden“, sagt die Geschäftsführerin. Mithilfe der Digitaldrucktechnik sei es heutzutage zudem problemlos möglich, Sonnenschutztextilien mit beliebigen Motiven zu bedrucken.

Verpackungen aus Pappe und Schlauchfolien aus Industrie-Regenerat

Das Thema Nachhaltigkeit treibt Büscher auf mehreren Ebenen voran. Produktseitig bietet der Hersteller insbesondere im Bereich der Textilien Dessins aus recyceltem Material an, welches aus PET-Flaschen oder Plastik aus dem Meer hergestellt wird. Für eine nachhaltige Logistik setzt das Unternehmen Verpackungen aus Pappe ein, die dann ebenso wie die nachhaltigen Nassklebebänder wieder dem Recyclingprozess zugeführt werden. „Als Mitglied im dualen System Der Grüne Punkt konnten wir im vergangenen Jahr 1,4 Tonnen CO₂ einsparen“, betont Röwer.

Was hinzu kommt: Schlauchfolien, die zu 100 Prozent aus Industrie-Regenerat und in Deutschland hergestellt sind, verringern den CO₂-Fußabdruck durch kurze Transportwege. Außerdem werden Pappabfälle in der Produktion zu Füll- und Dämmmaterial verarbeitet. Die Nachhaltigkeitsbestrebungen von Büscher umfassen noch weitere Punkte: So hat das Unternehmen u.a. die Beleuchtung auf LED umgestellt. „Wir sparen dadurch 20 Prozent Kilowattstunden Strom pro Jahr ein“, sagt Röwer. Die Nutzung von Hybrid- oder Elektrofahrzeugen in der Firmenflotte treibt der Hersteller ebenfalls voran.

Matthias Metzger