



# Hochwertige Sonnenschirme für Hotelterrassen und Privatgärten

«Unser Herzblut und unser Know-how stecken in der Schirmkonzeption und -herstellung», erklärt Markus Glatz, Inhaber der vierten Generation und Verwaltungsratspräsident der Glatz AG. Diese Tradition hält der Schweizer Sonnenschirmprofi, der bereits in den Anfangszeiten mit seinen Produkten innovative Akzente zu setzen wusste, seit 130 Jahren aufrecht. Seit Januar 2025 führt der neue CEO Urs Lehner das Familienunternehmen, das sich mit Sonnenschirmen für private Endverbraucher sowie Hotellerie, Gastronomie und den öffentlichen Bereich weit über die Schweizer Landesgrenzen hinaus einen Namen gemacht hat.



**Urs Lehner**  
neuer CEO, und  
**Markus Glatz**  
Verwaltungsratspräsident  
und Eigentümer Glatz AG

In der langen Unternehmensgeschichte haben die erfahrenen Produktentwickler bei Glatz viele Trends bedient und neue gesetzt. «Wir hören genau hin, wenn wir mit unseren Kunden spre-

chen», so Markus Glatz. «Was Glatz ausmacht, ist die Nähe zum Markt und die hohe Kundenorientierung.»

## Glatz im deutschen Markt

Dank Flexibilität, Fertigung in Handwerkstradition, Schweizer Qualitätsbewusstsein und einem Sortiment mit massgeschneiderten Lösungen behauptet sich der Hersteller weltweit in einem saisonalen und stark umkämpften Wettbewerbsumfeld. Das gilt auch für den durch regen lokalen Wettbewerb geprägten deutschen Markt, der vom reinen Volumen her für Glatz der grösste und wichtigste in Europa ist.

Ein Europalager in Singen erlaubt es dem Hersteller, seine Kundschaft schnell zu beliefern. Synergien bietet das grossflächige Netz an Vertriebspartnern: Gartenschirme für Privatkunden werden in Deutschland über ein Netzwerk von ausge-



wählten Fachhändlern vertrieben, die Glatz regelmässig schult, sodass sie die Kundschaft zu den technisch ausgeklügelten Produkten und zur korrekten Handhabung der Sonnenschirme bestens beraten können. Spezialisierte Händler sind zudem in der Kundenzielgruppe Hotellerie und Gastronomie für den Hersteller tätig. Kunden profitieren von einer Rundumbetreuung, und zwar von der Beratung und Beschattungsplanung bis zu Aftersales mit Reparaturservice, was dank den hervorragenden Synergien zwischen Händlern und Direktvertrieb gewährleistet ist.

### Tradition und Innovation gehen Hand in Hand

Schon in den 1930er-Jahren begann Glatz, Sonnenschirme – damals das Modell Alexo mit patentiertem Zahnkranz Gelenk – nach Deutschland zu exportieren. Eigentlich zunächst für die Arbeit von Landvermessern zum Schutz der Messinstrumente entwickelt, machte Alexo schnell Karriere als Schattenspender im Garten.

Ab den 1950er-Jahren wurde der deutsche Markt konsequent bearbeitet. Direktvertrieb, Importeure und Agenturen bedienten zunächst das Bedürfnis der Verbraucher nach hochwertigem Sonnenschutz. Seit den 2000er-Jahren kümmert sich Glatz mit

einem eigenen Team in Deutschland flächendeckend um den Vertrieb. Um seine Marke bekannt zu machen, nutzt Glatz verschiedene Fachmessen und nimmt zum Beispiel seit 1966 regelmässig als Aussteller an der internationalen Gartenmesse spoga + gafa in Köln teil. Sieben Vertriebsmitarbeiter sind derzeit für die Entwicklung und die Betreuung des deutschen Markts zuständig.

### Neues Innovationszentrum in Frauenfeld

In Frauenfeld hat Glatz Mitte Oktober 2024 einen neuen Firmensitz bezogen. Die 8000 Quadratmeter grossen Räumlichkeiten beherbergen Fertigung, Entwicklung, Lager und Schulungsraum in einem. Markus Glatz: «Unser neuer Firmensitz ist unser Bekenntnis zu Funktionalität und klarem Design. Wir haben hier nicht nur unseren Fertigungsprozess optimiert, sondern ebenso einen Raum geschaffen, der neue Möglichkeiten in der Zusammenarbeit mit unseren Vertriebspartnern, Planern und Architekten sowie Raum für Kreativität und Kooperation bietet.»

Neue Technologien verwendet Glatz dort, wo sie für die Kundschaft einen echten Mehrwert haben. So zum Beispiel bei den Grossschirmen, die auf vielen Hotel- und Restaurantterrassen zum Einsatz kommen. Die Liste der Referenzen in Deutschland ist lang, zum Beispiel das Nobelhotel Öschberghof in Donaueschingen, das Carls an der Hamburger Elbphilharmonie oder das Palais Populaire in Berlin. Auch das Porsche Experience Center und das Outlets Metzingen zählen auf hochwertige Beschattung von Glatz. Mit seiner eigens auf die Abnehmer im gewerblichen Bereich ausgerichteten Contract-Abteilung stellt Glatz dieser Zielgruppe ein tatkräftiges Team an Beratern zur Seite, die das scheinbar Unmögliche möglich machen. Und mit dem Contract-Book von Glatz haben Planer und Architekten ein innovatives Werkzeug zur Hand, das Inspirationen liefert, über kundenspezifische Anpassungsoptionen informiert und sogar eine Checkliste für präzise und kreative Schattenlösungen bereithält. Glatz betont den «Parasol First»-Planungsansatz: Bevor eine Aussenterrasse eingerichtet wird, sollte eine durchdachte Beschattungsplanung erfolgen, welche die Positionierung und die Integration von Sonnenschirmen schon in der frühen Planungsphase berücksichtigt. Befestigungen, Elektrozuleitungen und die Ausrichtung am Sonnenverlauf werden präzise geplant. So ist später ein reibungsloser Betriebsablauf gewährleistet, und der Aussenraum verfügt über ein schönes Ambiente für Gäste.

### Fokus auf nachhaltige Sonnenschirme

Auch im Hinblick auf den deutschen Markt erklärt Markus Glatz: «Unsere Sonnenschirme sind so gebaut, dass sie unseren Kunden lange Zeit Freude machen. Die Bezugstoffe besitzen eine hohe Lichtechtheit, sodass man dem Schirm sein Alter erst nach vielen Jahren ansieht. Und unser Service garantiert, dass einzelne Bauteile eines Schirms, wie zum Beispiel die Streben und die Bespannung, ohne grösseren Aufwand ausgewechselt werden können.» ■