





## Blick auf Europa

Die KK-Rubrik „EURO-NEWS“ ist eine exklusive Auswertung der Inhalte verschiedener in Europa erscheinender Fachzeitschriften aus den Bereichen Kälte- bzw. Klimatechnik und Lüftungstechnik mit Themen für Anlagenbauer, Systemanbieter, Hersteller, Planer und Betreiber. In diesem Monat wurden die Meldungen aus den folgenden Titeln zusammengestellt:

	<b>Revue Pratique du Froid</b>	<a href="http://www.pyc.fr">www.pyc.fr</a>
	<b>Clim Pratique</b>	<a href="http://www.pyc.fr">www.pyc.fr</a>
	<b>RAC</b>	<a href="http://www.empag.com">www.empag.com</a>
	<b>Refrigeration World</b>	<a href="http://www.reedbusiness.it">www.reedbusiness.it</a>

### Markt

#### **Eurofred übernimmt Rolesco**

Der spanische Distributor Eurofred hat sich bei dem französischen Großhändler Rolesco eingekauft, einem der letzten Familienunternehmen auf dem französischen Kältemarkt, das bislang noch eigenständig war. Rolesco behält eine Minderheitsbeteiligung am Unternehmen und Jean-Philippe Cès bleibt weiterhin alleiniger Geschäftsführer. Bestehende Partnerschaften von Rolesco mit den Unternehmen Hanrot, Sogequip und Friélectric sind von der Übernahme nicht betroffen. Bei Eurofred handelt es sich um ein spanisches Familienunternehmen, das 1996 gegründet wurde und anfänglich nur auf Kühlmöbel spezialisiert war. In den 90er Jahren kam außerdem der Klimabereich hinzu, in dem Eurofred inzwischen die Nummer eins in Spanien ist. Das Unternehmen hat einen Marktanteil von 32% in Spanien und erzielt einen Umsatz von 325 Millionen Euro. Es verfügt über 13 Niederlassungen, 9 Büros und rund 500 Angestellte.

(RPF 09-05)

### Information

#### **AFCE will direkten Dialog mit Verbrauchern**

Der französische Industrieverband AFCE (Alliance Froid Climatisation Environnement), der sich für den verantwortungsbewussten Einsatz von Kältemitteln einsetzt, will mit seiner Öffentlichkeitsarbeit neue Wege beschreiten. Ziel ist es, die Verbraucher besser und sachlicher über Klimaanlagen, Wärmepumpen und deren Verwendung zu beraten, als es bisher der Fall war. Tatsächlich waren in der letzten Zeit immer wieder irreführende Meldungen über die Umweltauswirkungen von Klimaanlagen zu lesen, die ein negatives Licht auf die Geräte warfen. Positive Effekte wie beispielsweise die Energieeffizienz von Wärmepumpen gingen dabei häufig unter. Wie also kann man die Verbraucher erreichen und korrekt informieren – diese Frage stellte sich Frédérique Sauer, Präsidentin des AFCE: „Wir haben uns entschlossen zu handeln, nachdem wir in einer Pressemitteilung der Presseagentur AFP gelesen hatten, dass stationäre Klimaanlagen dieselben Leckageraten aufweisen wie Pkw-Klimaanlagen“. Die Idee des AFCE

besteht darin, Verbraucherorganisationen direkt anzusprechen und zu diesem Zweck Informationsveranstaltungen zu organisieren, auf denen die wichtigsten Themen zum Bereich Klima behandelt werden. Eine erste Versammlung fand bereits statt und war von gutem Erfolg gekennzeichnet.

„Das Ergebnis unserer Kontaktaufnahme war sehr positiv. So wurden uns zahlreiche Fragen gestellt, die zeigen, dass sich die Mitglieder der Organisationen durchaus für Klimageräte interessieren, aber einfach nicht über genügend Informationen verfügen. Dazu zählt beispielsweise das Recycling der Geräte am Ende der Lebensdauer [...] Die Verbraucher wollen sachlich informiert werden, ihre Erwartungen gehen über die schwarz-weiß Alarmmeldungen der Publikumsblätter hinaus“, so Sauer. Für die Zukunft will der AFCE den Dialog zum Verbraucher weiter ausbauen, unterstreicht jedoch, dass dazu schon allein aus Budgetgründen die Hilfe von anderen Verbänden wie Uniclina und Snefcca erforderlich ist.

(Clim Pratique 09/05)

### Markt

#### **Heizungsbauer und Elektriker im französischen Klimamarkt**

In 2004 ist die Anzahl der Unternehmen in Frankreich, die Klimaanlagen installieren, um 34% angestiegen. Dies ist zu 60% auf Elektriker, zu 30% auf Heizungsbauer und zu 14% auf Kälteanlagenbauerbetriebe zurückzuführen. Am häufigsten werden Klimaanlagen jedoch, zumindest, wenn es sich um Geräte unter 17 kW Leistung handelt, von Heizungsbauern installiert. Deren starke Präsenz, aber auch die zuneh-

mende Gegenwart von Elektrikern auf dem Klimamarkt, lässt sich in erster Linie durch das wachsende Interesse von Privathaushalten an Klimageräten erklären. Die Kälteanlagenbauer hingegen dominieren weiterhin bei großen und zentralen Klimaanlagen, wie sie in Industrie und Gewerbe erforderlich sind.

(Clim Pratique 09/05)

### Gewerbekälte

#### **Aldi will Marktanteil in Großbritannien verdoppeln**

Mit einer breit angelegten Fernsehwerbekampagne für 6 Millionen GBP, der ersten seit 7 Jahren, will Aldi seinen Marktanteil in Großbritannien verdoppeln. Gleichzeitig soll das Image des deutschen Discounters verbessert werden, indem Produkte wie natives Olivenöl oder Pinot Grigio in den Vordergrund gestellt und neue Niederlassungen in besser ausgestatteten Umgebungen eröffnet werden. Aldi hatte seine erste Niederlassung in GB in 1990 eröffnet und will in den nächsten 5 Jahren von 283 Märkten auf 500 Märkte bei einem angestrebten Marktanteil von 5% wachsen.

(RAC 09/05)

### Gewerbekälte

#### **In Großbritannien geht der Trend zu kleinen Supermärkten**

In Großbritannien geht der Trend mehr und mehr zu kleinen, zentrumsnahen Supermärkten anstelle der lange favorisierten Hypermärkte außerhalb der Stadtgebiete. Beweis dafür sind beispielsweise die neuen Ketten der britischen Supermarktgiganten Sainsbury's und Tesco, die unter dem Markennamen

Tesco Express und Sainsbury's Fresh zahlreiche neue Märkte eröffnen und damit Ketten wie Spar oder Co-op, die traditionell kleinere Geschäfte im Innenstadtbereich unterhalten, Konkurrenz machen. Für die Kälteanlagenbauer bringt dieser neue Trend ebenfalls Veränderungen mit sich. So eignen sich zentrale Anlagen, die einen extra Maschinenraum erfordern, häufig nicht für diese Märkte, denen oft nur begrenzter Platz zur Verfügung steht. Auch das Design spielt eine wesentlich größere Rolle als in Hypermärkten und stellt damit neue Anforderungen an die Anlagenbauer.

(RAC 09/05)

#### Technik

### **Biofilter für saubere Raumluft**

Im neuen Gebäude der Guelph-Humber Universität in Toronto, Canada, sorgt eine vier Stockwerke hohe Wand aus Orchideen, Farnen, Efeu und Hibiskus für die Reinigung der Raumluft. Der so genannte Biofilter wandelt luftverunreinigende Stoffe wie Formaldehyd, Toluol oder Benzol in unschädliches Wasser und Kohlendioxid um. Die Pflanzen selbst tragen hierzu kaum bei, sondern bieten vielmehr den Lebensraum für Mikroben, die auf den Pflanzenwurzeln leben und für die Umwandlung sorgen. Mit dem Biofilter, der das Ergebnis einer rund zehnjährigen Forschungsarbeit der Guelph Universität ist, wird nicht nur für saubere Raumluft, sondern gleichzeitig für eine angenehme, grüne Atmosphäre gesorgt. Ein weiterer Vorteil sind die finanziellen Ersparnisse, die der Biofilter mit sich bringt. Tatsächlich ist in den meisten Gebäuden Frischluftzufuhr von außen erforderlich, um für gute Raumluftqualität zu sorgen. Diese muss im Winter geheizt und im Sommer gekühlt werden, was im Allgemeinen rund 10% des

Energieverbrauchs eines Gebäudes ausmacht. Mit dem Biofilter kann die Frischluftzufuhr erheblich reduziert werden, was zu Ersparnissen von 0,3 bis 3,5 kW pro Person zu Spitzenzeiten im Sommer und Winter führen kann. Weitere Informationen unter [www.guelphhumber.ca](http://www.guelphhumber.ca)

(Refrigeration World 08/05)

In Zusammenarbeit mit:

AMV Communication, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, internationale Verbindungen und Übersetzungen, Pourrain (Frankreich);  
[www.amv-communication.com](http://www.amv-communication.com)



Andrea Voigt

