





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:

	Revue Pratique du Froid (RPF)	www.pyc.fr
	Revue Generale du Froid (RGF)	www.agpubli.com
	RAC	www.emap.com
	REFRIPRO	www.refripro.eu

Markt

Von starker Konkurrenz geprägt: der französische Großhandel

Kein einziger der sieben wichtigsten französischen Großhändler für kälte- und klimatechnische Komponenten befindet sich noch mehrheitlich in Familienbesitz. So wurden sämtliche Unternehmen in den vergangenen Jahren von Gruppen aus dem Ausland aufgekauft. Drei Länder machen hier das Rennen: USA, Spanien und Deutschland. So gehört Cofriset inzwischen zu United Refrigeration Inc. (USA), Delmo zu UTC Carrier (USA), Disco Froid France zu Palm (Spanien), GFF zu UTC Carrier (USA), Fritec zu Reiss (Deutschland), Le Froid Pecomark zu Pecomark (Spanien) und Rollesco zu Eurofred (Spanien). Das zeigt, dass Finanzkraft gefragt ist, um auf dem von starker Konkurrenz geprägten, französischen Markt bestehen zu können. Außerdem unerlässlich: eine umfassende Produktpalette, geographische Nähe zu den Kunden, attraktive Preise und guter Service. In diesem Sinne eröffnen die Großhändler regelmäßig neue Niederlassungen, ganz besonders auch in den bislang schlechter bedienten und weniger dicht besiedelten Gegenden nördlich der Loire. Allerdings ist es mit der Schaf-

fung der Infrastruktur allein nicht getan. Der Schlüssel zum Erfolg in der vergleichsweise kleinen Kälte-Klimabranche liegt nach wie vor in der zwischenmenschlichen Komponente. Die Anlagenbauer kaufen bei „ihrem Distributor“, den sie kennen und schätzen. Daher mag es zwar relativ einfach sein, eine neue Niederlassung zu eröffnen, aber umso schwieriger, geeignetes Personal zu finden. Gleichzeitig ist das „Zwischenmenschliche“ auch der Grund dafür, dass Internet beim Verkauf noch keine große Rolle spielt. Zwar erklären alle Großhändler, für den Fall der Fälle gerüstet zu sein, aber keiner stellt bislang das weltweite Netz bei seiner kommerziellen Strategie in den Vordergrund.

RPF 03/2007

Gesundheit

Lebensmittelvergiftungen in Frankreich

46% der Lebensmittelvergiftungen in Frankreichs Großküchen sind auf die Nichteinhaltung der Temperaturen der Lebensmittel, sei es in der Kältekette, sei es bei Erhitzung, zurückzuführen. So gab es im Zeitraum zwischen 1996 und 2005 insgesamt 5847 offiziell gemeldete Infektionsherde in Großküchen, was zu insgesamt 80351 Krankheitsfällen, darunter 7364 mit Krankenhausauf-

enthalten verbunden und 45 Todesfällen geführt hat. 64% der Fälle traten in Kantinen auf, darunter 40% in Schulen, 18% in öffentlichen Kantinen, 11% in sozialen und medizinischen Einrichtungen und 10% in Firmenkantinen. Verantwortlich für die Todesfälle waren in rund 50% aller Fälle Salmonellen.

RGF 02/2007

Kältemittel

Drei Global Player bekennen sich zu HFKW-freier Zukunft

Mit Carlsberg, IKEA und PepsiCo haben sich nach McDonalds, Unilever und Coca Cola drei weitere, internationale Großunternehmen zu einer Zukunft ohne HFKWs bekannt. Die Erklärung geschah im Rahmen der Initiative „Refrigerants Naturally“, die 2004 ins Leben gerufen wurde und sich als „partnerschaftlicher Zusammenschluss von Unternehmen für nachhaltige Entwicklung“ versteht. Ziel der Initiative ist die Entwicklung HFKW-freier Technologien für Kühlmöbel zum Verkauf gekühlter Lebensmittel und Getränke, unterstützt wird die Aktion von Greenpeace und UNEP (United Nations Environment Programme). Weitere Informationen unter: www.refrigerantsnaturally.com

RAC 03/2007

Markt

Mitsubishi Electric warnt vor Klimaboom in Großbritannien

Sehr zum Erstaunen der britischen Branche warnt Mitsubishi Electric, einer der Marktführer für Klimageräte in Großbritannien, vor einem Klimageräteboom in Privathaushalten. Das Unternehmen

fürchtet zu schnelles Wachstum und fragt kritisch nach, ob dies tatsächlich im Sinne der Umwelt und der Verbraucher stattfindet. „Als einer der wichtigsten Player der Branche im Markt für Klimageräte wollen wir natürlich weiter wachsen und unser Geschäft ausbauen, wie jeder andere Lieferant auch. Aber wir sollten uns dabei fragen, ob dies im Sinne der Nachhaltigkeit wirklich angebracht und mit unseren Unternehmenswerten vereinbar ist“, so Donald Daw, Vertriebsleiter bei Mitsubishi Electric. Weiter ruft das Unternehmen die Branche dazu auf, innezuhalten und den Markt und die Konsequenzen eines zu schnellen, unkontrollierten Wachstums zu analysieren: „Es ist gut möglich, dass bei einer solchen Analyse herauskommt, dass der Einbau von Klimageräten in britischen Privathaushalten weder für unser Land, noch für den Planeten Erde eine tragbare Lösung darstellt. Vielleicht gibt es bereits Alternativen, die Kühlung im Sommer auf eine umweltverträglichere Weise ermöglichen als traditionelle Klimageräte.“ Mitsubishi Electric fürchtet andernfalls, dass sich Regierung und grüne Lobby gegen Klimageräte aussprechen. Bei allem missionarischen Eifer des Branchenriesen sollte allerdings nicht übersehen werden, dass Mitsubishi Electric derzeit die neue Mr. Slim Wärmepumpe für Privathaushalte auf den Markt bringt und damit hofft, sich einen wichtigen Marktanteil der insgesamt 1,3 Millionen Gasboiler, die pro Jahr in GB verkauft werden, sichern zu können.

RAC 03/2007

Branche

Von Australien lernen?

Seit 2005 benötigen Betriebe, die mit Kältemittel umgehen, dieses erwerben, besitzen oder entsorgen in Australien eine

spezielle Lizenz. Diese Lizenz wird nur dann erteilt, wenn die Betriebe bzw. das Fachpersonal über die erforderlichen Qualifikationen und/oder die entsprechende Erfahrung verfügen. Ziel dieser Vorschrift ist es, die Emissionen von ozonschädigenden Substanzen und Treibhausgasen zu minimieren. Ganz besonders im Bereich der Splitsysteme erweist sich dies jedoch als kritisch. So dürfen, zumindest auf dem Papier, nur Fachleute bzw. Betriebe mit der genannten Lizenz Splitsysteme, die im Allgemeinen mit Kältemittel vorgefüllt geliefert werden, installieren. Allerdings ist dies häufig nicht der Fall. In zahlreichen Fällen werden die Geräte von Betrieben ohne die vorgeschriebene Lizenz und oft auch ohne entsprechende Sachkenntnis installiert. Dies führt nicht nur dazu, dass Emissionen in die Atmosphäre entweichen, sondern auch, dass die Anlagen nicht besonders effizient laufen und dass die Stromrechnung der Verbraucher steigt. In einem Land wie Australien, in dem der Markt für Splitgeräte stark expandiert, ist diese Tendenz als kritisch zu beurteilen, zumal die Geräte zunehmend auch von Baumärkten, teilweise sogar von Supermärkten verkauft werden und Endverbraucher teils in Eigenregie versuchen, die Splits zu installieren. Als Grund für diese Entwicklung wird u. a. angeführt, dass die Installation durch einen lizenzierten Betrieb im Vergleich zum Preis des Geräts zu teuer ist und dass es außerdem nicht

genügend lizenzierte Betriebe gibt. Als Lösung für dieses Problem schlägt die australische Regierung jetzt verschiedene Ansätze vor, die auch für den europäischen Markt interessant sein könnten. Denn auch hier werden Splitsysteme bereits in Bau- und Supermärkten verkauft und die Frage nach fachgerechter Installation stellt sich immer häufiger. Eine der vorgeschlagenen Lösungen besteht darin, dass der Endverbraucher bereits beim Kauf des Splitgeräts für die Installation (durch einen lizenzierten Betrieb) bezahlen muss. Eine weitere Möglichkeit wäre die Beschränkung des Verkaufs von Splitgeräten auf den spezialisierten Großhandel, oder aber eine Verknüpfung mit den Garantiebedingungen. Das heißt: Die Garantie gilt nur dann, wenn die Anlage durch einen lizenzierten Betrieb installiert wurde. Ebenfalls möglich wäre der Verkauf von Geräten mit Stickstofffüllung (anstelle von Kältemitteln) oder aber die Einrichtung eines „Installationsfonds“. Hier bezahlen die Importeure oder Hersteller einen bestimmten Betrag pro Gerät in eine Art gemeinsames Depot ein und berechnen ihn an den Endkunden weiter, der im Gegenzug nicht für die Installation bezahlen muss, vorausgesetzt, sie wird durch einen lizenzierten Betrieb vorgenommen.

Weitere Infos unter:
split-systems@environment.gov.au und www.greenhouse.gov.au

www.refripro.eu 03/2007

In Zusammenarbeit mit:

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



Andrea Voigt

