

Epta baut mit Lidl Propan-Kühlmöbel

Mannheim/Neckarsulm. Der Kälte-technikspezialist Epta hat mit dem Discountzweiten Lidl das steckerfertige Kühlmöbel „Sound Top“ entwickelt. Das Gerät kann im LEH als Überbau über vorhandene



Pluspunkt: Sound Top kann über bodenständigen Truhen installiert werden.

Truhen in Augenhöhe platziert werden und erweitert so die Warenpräsentationsfläche. Bei der Entwicklung stand den Partnern zufolge Nachhaltigkeit im Fokus. Das Kühlmöbel ist mit einer LED-Beleuchtung und EC-Ventilatoren ausgestattet. Sowohl die Glastüren als auch der Korpus kommen, wie Konstrukteur Epta betont, ohne Begleitheizung aus. Betrieben wird die Innovation mit dem natürlichen Kältemittel Propan. Epta zufolge hat Lidl europaweit bereits über 500 Filialen mit Sound Top-Möbeln ausgestattet. lz 03-15

Umdasch präsentiert rollende Videowand



Schaubühne: Die Display-Wand bringt Online-Welten an den stationären POS.

Amstetten. Der Ladenbauer Umdasch zeigt auf der Fachmesse Eurocis (24.-26. Februar) eine auf Rädern bewegbare, kompakte Version der Videobildschirmwand ViPOS. Darin sind statt 14 Bildschirmen nur sechs verbaut. ViPOS soll die Online-Welt auf die Verkaufsfläche bringen. „So werden Kundenbindung und Emotionalisierung verstärkt, und der Point of Sale wird zum Point of Confidence“, weiß die Unternehmenszentrale in Amstetten. Die Großversion der Videowand hat Umdasch mit dem Linzer Spezialisten Ars Electronica, dem Textilien RAG und dem Displayhersteller Samsung entwickelt. hdw/lz 03-15

Ladenbauer mit herblichem Plus

Würzburg. Gemäß einer Mitgliederbefragung des Deutschen Ladenbauverbands (Dlv) hat der Auftragsengang der Branche im dritten Quartal 2014 gegenüber dem ersten angezogen. Auf Jahresbasis spiegeln die Unternehmensangaben derzeit aber noch keine klare Konjunkturten-denz. 30 Prozent melden mehr Auftragsvolumen als 2013, 36 Prozent weniger. Im Vergleich zum zweiten Quartal 2014 verzeichnet jedes zweite Dlv-Mitglied (49 Prozent) – aufgrund vieler Neueröffnungen im Herbst – bessere Orders. Rückgänge melden nur 19 Prozent. Geteilter Meinung sind die Unternehmen über den Online-Handel. 58 Prozent erwarten, dass das Web-Geschäft „stark“ auf die Umsätze im stationären Handel einwirkt. Eine große Minderheit von 40 Prozent schätzt den Effekt als „noch eher gering“ ein. Im Dlv sind 150 Unternehmen organisiert, darunter 80 Prozent der Top 50 der Branche. hdw/lz 03-15

Sortimente mit natürlichem Licht inszeniert

Prismatische Kuppeln reduzieren den Energiebedarf – Gleichmäßige, helle und angenehme Ausleuchtung – Wenig Dachfläche notwendig

Frankfurt. Handelsmärkte durch Tageslicht in Kombination mit Kunstlicht zu beleuchten, spart Strom und CO₂-Emissionen. Sogenannte prismatische Lichtkuppeln erhöhen die Energieeffizienz solcher Konzepte und verbessern zudem das Shoppingklima am POS.

Beleuchtung mit Tageslicht ist eine Komponente der Zertifizierung nach dem Standard der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB). In neueren „Green Building“-Pilotmärkten des LEH kommt jetzt eine innovative Fortentwicklung zum Einsatz. „Prismatische Lichtlösungen haben gegenüber konventionellen Lichtbändern sowie Dachfenstern und -kuppeln zwei Vorteile. Zum einen fällt Tageslicht gezielt und gelenkt ins Gebäude, zum anderen wird die direkte Einstrahlung des Lichts gebrochen“, so Roland Gerhards gegenüber der LZ. Der Inhaber der Handelsagentur Roger trade, Brüggen, repräsentiert in Deutschland die auf Beleuchtungssysteme spezialisierte spanische Lledó-Gruppe.

Das Unternehmen mit Zentralsitz in Móstoles bei Madrid konzipiert für den Handel unter anderem auch Tageslichtsysteme und verwendet dabei prismatische Kuppeln des kalifornischen Herstellers Sunoptics. „Die Prismen sind eine berechnete Optik. Sie brechen Lichtstrahlen und strahlen sie dann entbündelt im Winkel von genau 35 Grad in Verkaufsräume ab“, erläutert Gerhards. Auf diese Weise lasse sich das Licht gleichmäßig verteilen, ohne lokale Schattierungen an Regalen



Wohlfühlambiente: Ist im Markt die Decke abgehängt, werden die um UV-Komponenten reduzierten Sonnenstrahlen über Lichtschächte in den Verkaufsraum geleitet.

oder auf Bodenflächen. Voraussetzung sei, dass die einzelnen Kuppeln so auf dem Dach positioniert werden, dass sich ihre Lichtkegel im Gebäude überlappen.

Während Kunstlicht nur Teile des Farbspektrums wiedergibt, bildet prismatische Technik mit Tageslicht die komplette Breite ab. Daher erscheinen zum einen vor allem die Farben unver-

packter Frischware besonders naturgetreu.

Zum anderen kommt um die Mittags-

zeit im Markt – wie im Freien – vor allem auch der Blau-Anteil des Farbspektrums zur Geltung, was Shoppers den Eindruck von Helligkeit und Aktivität vermittelt. Spezielle Beschichtungen des Kuppelmaterials filtern den gesamten UV-Bereich aus, so dass empfindli-

che Lebensmittel nicht beeinträchtigt werden.

Die Wirtschaftlichkeit der Kuppeln evaluieren die iberischen Experten IT-gestützt. Eine Software ermittelt unter Einbezug lokaler Wetterdaten, wie oft und lange ein Markt an einem konkreten Standort im Jahresverlauf tagelichtautonom operieren kann. Daraus ergibt sich für das Gebäude ein individuelles Szenario, welches das Dimmen oder Ausschalten des Kunstlichtes für viele Stunden am Tag ermöglicht. Gerhards schätzt das Investitionsbudget für einen 2 000 bis 3 000 qm großen Markt auf 60 000 bis 80 000 Euro. Den Return on Investment beziffert er mit circa 7,5 Jahren.

Gewöhnliche Tageslichtsysteme belegen bis zu 20 Prozent der Dachfläche. Prismatische Kuppeln benötigen – fürs gleiche Ausleuchtungsergebnis – laut Hersteller Lledó nur maximal 5 Prozent. Deswegen können damit auch die

anspruchsvollen Isolierungsvorgaben der Energieeinspar-Verordnung leichter erfüllt werden. Zudem steht auf Marktdächern auch mehr Fläche für weitere Installationen wie beispielsweise Photovoltaik zur Verfügung.

Europaweit wurde prismatische Tageslichttechnik bislang vor allem von britischen Händlern installiert, darunter der LEH-Dritte Sainsbury's. In Deutschland, wo Handelsimmobilien überwiegend angemietet sind, ist die Technik aus Spanien und USA aktuell in einigen Referenzobjekten präsent.

Bei dem Anfang April 2014 eröffneten Kaiser's Tengelmann-Supermarkt in Oberhausen (967 qm) und dem am 22. Januar 2015 öffnenden Kaiser's-Markt in Solingen (1 700 qm) wird Tageslicht durch ein Kaldach mit bis zu 3 m langen Lichtkanälen durch die abgehängte Innendecke geführt. Die Kanäle sind mit Reflektorblechen ausgekleidet, so dass bis zu 97 Prozent des Sonnenlichts in den Verkaufsraum gelangen.

Zwei weitere Lebensmittelmärkte, die sowohl nach DGNB-Gold als auch nach Passivhaus-Standard gebaut sind, fordern die jeweiligen Bauherren aus dem Handel und ihre Techniklieferanten besonders heraus. „DGNB zielt auf möglichst viel Tageslichteinsatz ab. Lichtkuppeln sind besonders durchlässig, je weniger Material verbaut wird. Bei Passivbauweise ist es umgekehrt, weil effiziente Isolierung dicke Abschirmungen erfordert“, so Fachmann Gerhards. Ihm zufolge wurde der konzeptionelle Zielkonflikt bei den Anfang Dezember 2014 in Hannover eröffneten Märkten von Edeka Wucherpfeffig (E-Center, 3 000 qm) und Netto Marken-Discount (800 qm) mittels einer Kombination aus zweilagigen Lichtkuppeln und dreifach verglasten Dachfenstern gemeistert. hdw/lz 03-15

Strom selbst erzeugen und nutzen rechnet sich

Der badische Spezialist Goldbeck Solar plant, baut und betreut Photovoltaikanlagen für Gewerbekunden – Kundensparte LEH im Fokus

Frankfurt. Auch nach der Neufassung des EEG ist es für Handel und Industrie wirtschaftlich attraktiv, Strom aus erneuerbaren Quellen selbst zu erzeugen und zu verbrauchen. Der Spezialist Goldbeck Solar adressiert sein Leistungsspektrum jetzt verstärkt auch an den LEH.

Bei Eigenversorgung aus 2015 in Betrieb genommenen Erneuerbare-Energien-Anlagen sowie Kraft-Wärme-Kopplungs-Anlagen reduziert sich der zu bezahlende EEG-Umlagesatz 2015 auf 30 Prozent. Für 2016 hinzukommende Anlagen beträgt die Quote 35 Prozent. Ab 2017 steigt die EEG-Umlage für alle ab 2015 in Betrieb genommenen Bestandsanlagen sowie alle Neuprojekte auf 40 Prozent des Normalwerts.

„Energieverbrauch aus eigener Erzeugung bleibt lohnend. Strom kann dabei je nach Laufzeit und Rahmenbedingungen für 6 bis 10 Cent je Kilowattstunde generiert werden“, so Björn Lamprecht, Geschäftsführer der Goldbeck Solar GmbH im nordbadischen Hirschberg an der Bergstraße. Unter dem Dach der inhabergeführten Bau-



Handelsreferenz: Auf dem Dach seines Fürther Logistikzentrums erzeugt der Goldbeck-Kunde Norma mit 2070 Modulen (Panelfläche insgesamt: 15 000 qm) jährlich über 450 000 Kwh Solarstrom – komplett für den Eigenverbrauch.

und Dienstleistungsgruppe Goldbeck, Bielefeld, haben sich die Nordbadener – ohne Bindung an Hersteller – auf maßgeschneiderte Photovoltaik für Gewerbekunden spezialisiert. Installiert werden die Panel-Komplexe auf Bürogebäuden, Produktionshallen, Logistikzentren und Freilandarealen. Goldbeck

offert Leistungen „aus einer Hand“. Das Spektrum reicht von der Beratung über Energiekonzepte, Finanzierung und Versicherung über den Planungsprozess bis zum wirtschaftlichen Monitoring und zur Wartung schlüsselfertig übergebener Solaranlagen.

Seit dem Markteintritt vor gut einem Dutzend Jahren hat Goldbeck Solar nach eigenen Angaben im gewerblichen Bereich mehr als 500 Solarprojekte mit einer Gesamtleistung von über 500 Megawatt Peak installiert. In jüngerer Zeit wurden die Dächer dreier Rewe-Logistikzentren in Oranienburg, Neu-Isenburg und Dortmund, das Globus-SB-Warenhaus in Neustadt sowie das Fürther Logistikzentrum des Discounters Norma mit Photovoltaikanlagen ausgestattet.

Jetzt soll der Kundenkreis im Lebensmittelhandel weiter wachsen. Goldbeck-Solar-Steuermann Björn Lamprecht sieht gute Chancen, dass

dies gelingt. „Unternehmen, die selbst erzeugten Strom auch selbst nutzen, erhöhen ihre Versorgungssicherheit, machen ihre Energiekosten langfristig kalkulierbar und können ihren Stromverbrauch obendrein senken, gerade in Hochlastzeiten“, so seine Argumentation. Hinzu komme der nicht zu unterschätzende Imagevorteil, nachhaltig zur Energiewende beizutragen.

Marktpotenzial sehen die Hirschberger Solarexperten künftig insbesondere für Eigenstromerzeugung in Kombination mit intelligentem Energiemanagement, innovativen Speicherlösungen und energetischer Komplementärtechnik wie Blockheizkraftwerken, kleinen Windanlagen und Geothermie. „Die Zukunft steht im Zeichen dezentraler Stromerzeugung. Immer mehr Unternehmen werden dabei zu E-Zentren, und daraus entstehen künftig neue Netze“, ist Björn Lamprecht überzeugt. hdw/lz 03-15



Mehr Autonomie:

An seinem SB-Warenhaus-Standort Neustadt produziert auch der saarländische Großflächenbetreiber Globus Strom, der nicht ins Netz geleitet, sondern selbst genutzt wird.