

## Gut bedacht

Der Schutz vor schlechtem Wetter macht einen Standort attraktiver. Wirtschaftliche Lösungen bieten Produkte aus Acrylglas.

Es regnet – und der Kunde wundert sich: darüber, dass ihm das Wasser in den Kragen läuft, während die Einkaufswagen vor Wind und Wetter geschützt untergebracht sind. Ihm fehlt ein Dach über dem Kopf. Ein solches würde den Einkaufskomfort beträchtlich steigern – und womöglich auch den Umsatz an verregneten Tagen.

Bei Cash-&Carry-Märkten, zum Beispiel der Metro, sind Parkplatzüberdachungen längst obligatorisch. Im Consumer-Bereich gehören Verbrauchermärkte wie Real Kauf oder Globus zu den

Vorreitern. „Es zeichnet sich bei Handelsmanagern ein Trend ab, Parkflächen zu überdachen“, so Sebastian Deppe, Geschäftsleitung der Betriebsberatung des Einzelhandels (BBE), München. Der verschärzte Wettbewerb erhöhe die Bedeutung von Komfort und Service. Dem trugen die Architekten des 2007 eröffneten Hornbach-Marktes in Freiham bei München mit einer bis dato ungewöhnlichen Lösung Rechnung.

Sie stellten die Verkaufsebenen auf Pfeiler und schufen damit 780 überdachte Stellplätze.



Aber auch für bestehende Flächen lassen sich zweckmäßige Lösungen finden. Das Vorteil-Baucenter (I&M) in Unkel am Rhein wurde vor drei Jahren um eine großzügige Überdachung erweitert. „Bei Kundenbefragungen findet dieser Punkt immer wieder ein positives Echo“, so Geschäftsführer Dr. Jürgen Mertens. Auch andere Standorte sollen nun nachgerüstet werden. Eine konsequente Entscheidung, bei der es keineswegs nur um den Wohlfühleffekt geht. „Das Einladen dauert meistens einige Minuten. In strömendem Regen kön-

nen auch die eingekauften Produkte Schaden nehmen.“

Es gibt viele Möglichkeiten, einen Parkplatz oder Teile davon – oder auch nur eine Ladezone – zu überdachen. Doch egal wie die eine Konstruktion gestaltet wird: Sie muss dem Gesetz moderner Handelsarchitektur entsprechend eine offene und transparente – kauflustfördernde – Atmosphäre schaffen. Damit ist Glas als Baustoff unverzichtbar. Doch Glas ist teuer und schwer; es erfordert eine aufwändige Statik. Es kostet rund 450 € und wiegt etwa 30 kg pro m<sup>2</sup>.



Eine großzügige Lösung: Die Überdachung des Bauhaus-Marktes in Linz, Österreich.

Foto: Bauhaus



Im Nachhinein überdacht:  
Das Vorteil-Baucenter (I&M)  
in Unkel am Rhein.  
Foto Roda-Germany.de

Eine Alternative bietet Acryl. Ein m<sup>2</sup> wiegt etwa ein Fünftel einer Echtglas-Konstruktion, und der Preis liegt etwa bei der Hälfte eines Glasdaches. Weil es flexibel formbar ist, sind ohne größeren Aufwand zur Auflockerung der Architektur Rundungen möglich; außerdem Einfärbungen in beliebigen Tönungen mit nur geringen Mehrkosten. Das geringe Gewicht ermöglicht fast „schwebend“ wirkende Konstruktionen.

Auch qualitativ kann Acryl dank hoch entwickelter Materialeigenschaften und Technik mit Echtglas mithalten. Es trotzt zum Beispiel der ständigen UV-Bestrahlung; auch nach vielen Jahren setzt keine Vergilbung oder Verfärbung ein. Gleichzeitig erreicht es mit zirka 92 Prozent die Lichtdurchlässigkeit von Echtglas.

„Nicht zuletzt unter dem Aspekt der Folgekosten eignet sich der Kunststoff hervorragend für den Außenbereich“, so Heinz Roelofsen, Geschäftsführer der Roelofsen GmbH. Das Unternehmen aus Kleve überdacht pro Jahr rund 100.000 m<sup>2</sup>, unter anderem Parkflächen an Großmärkten und Autohäusern, aber auch Tankstellen und Fußgängerzonen. Inzwischen sind es mehr als 2,5 Mio. m<sup>2</sup>.

Das Tragwerk eines Acryldachs besteht meistens aus

einer wetterfesten Aluminium-Stahlkonstruktion. Deren Leichtigkeit erlaubt Spannweiten von bis zu 15 m ohne störende Pfeiler. Aluminium lässt sich zudem besonders gut – und langlebig – lackieren; entsprechend geringer ist der Instandhaltungsaufwand. Dem „natürlichen Feind eines Daches“, dem Regenwasser, begegnet „roda“ mit einem patentierten Alu-Rinnensystem. Kunststoffdächer sollten etwa alle zwei Jahre durch ein Fachunternehmen gesäubert werden. Kosten pro m<sup>2</sup>: rund zwei €.

Die Überdachung von Parkflächen erfordert eine Baugenehmigung. Bei Märkten, die meistens außerhalb reiner Wohngebiete liegen, ist dies kein Problem. Aber auch in Mischgebieten stößt eine optische Aufwertung bei den Stadtplanern in der Regel auf Sympathie, zumal die Attraktivität des Standorts erhöht wird.

Sympathie beim Kunden lässt sich allerdings auch mit ganz unkonventionellen Methoden erzielen. „Was tun Sie, wenn plötzlich ein Wolkenbruch losbricht“, wurde ein Baumax-Mitarbeiter von der Hauszeitung befragt. Antwort: „Ich schnappe mir einen großen Sonnenschirm und begleite die Kunden zu ihrem Auto.“ ■

# Marabu Living

Edle Akzente

Farben Made  
in Germany

Kreatives Wohnen



Marabu GmbH & Co. KG  
74321 Bietigheim-Bissingen  
Tel. 07141-691-0