

Presse-Information

„f-cell“-Nachbericht: Spezialthema

„f-cell“: Brennstoffzellen-Wissen vermitteln

Es wird nicht mehr lange dauern: Schon in einigen Jahren sollen, so stellen es sich die Hersteller vor, Endverbraucher Brennstoffzellenanwendungen kaufen. Was eine Brennstoffzelle überhaupt ist und wozu sie dient, wissen jedoch die wenigsten Bürger. Während des Brennstoffzellen-Forums „f-cell“ im September in Stuttgart ging es daher auch um die Vermittlung von Brennstoffzellen-Wissen und den Dialog mit Branchenfremden.

Stuttgart (eos) - „Wir brauchen die Akzeptanz der Bevölkerung, sonst haben es Brennstoffzellen-Produkte am Markt schwer. Daran müssen wir arbeiten“, sagt Nicole Seidl, Inhaberin von QuinTech in Göppingen. QuinTech spezialisierte sich auf den Vertrieb von Brennstoffzellen-Produkten für Forschung & Entwicklung, Lehre & Demonstration sowie von Brennstoffzellenanwendungen. Rund 500 Produkte von 20 Unternehmen verkauft Nicole Seidl an Abnehmer in ganz Europa. Im Moment mache sie den Hauptumsatz mit Brennstoffzellentestsystemen, Brennstoffzellen-Komponenten und -Zubehör, das in der Forschung und Entwicklung benötigt wird. „Mir persönlich liegen aber auch die Experimentiersysteme für Kinder, Jugendliche und erwachsene Tüftler sehr am Herzen. Das vermittelt dem Laien die Technik“, berichtet sie. „Ich stelle damit öfter auf Bildungs- und Endverbraucherermessen aus, um den Menschen Brennstoffzellen näher zu bringen.“ Zur Aufklärung trägt auch die „f-cell“ bei: Jährliche im Rahmen des Fachforums stattfindende Lehrerseminare sollen dafür sorgen, dass Brennstoffzellen zum Unterrichtsthema werden.

Gabriele Reich-Gutjahr von Sandler Training aus Stuttgart, die sich 2009 erstmalig auf der „f-cell“ präsentierte, meint ebenfalls, dass die Branche die Vermarktung forcieren müsse und unterstützt beim Ausbau der Leistungsfähigkeit im Vertrieb. Dass es schließlich schnell gehen kann, Verbraucher von den Vorteilen eines Produkts zu überzeugen, machte Takehiko Kato, Präsident der Interlink Corporation aus Japan, in seinem Vortrag deutlich. Mit Hilfe von Fernsehwerbung vermarkteten japanische Hersteller ihre Ein-Kilowatt-Brennstoffzellen-Heizgeräte sehr erfolgreich.

Generelle Vorbehalte gegen mit Wasserstoff betriebene Anwendungen gebe es in Japan allerdings – anders als in Deutschland – nicht, erklärt der Branchenberater.

Weitere Informationen und Bildmaterial erhalten Sie bei:

Peter Sauber Agentur
Messen und Kongresse GmbH
Sibel Kadioglu
Wankelstraße 1
70563 Stuttgart
Tel.: 0711-656960-51
E-Mail: f-cell@messe-sauber.de
oder im Internet unter: www.f-cell.de