

FOTOVOLTAIK

Iconic Product rüstet Solar-Carport auf

MARGARETEN. Heuer im dritten Quartal will das Wiener Start-up Iconic Product seine überdachten Auto-Abstellplätze mit einem Pufferspeicher für Solarenergie auf den Markt bringen. „Den so gewonnenen Strom kann man speichern und im Haushalt nutzen“, sagt Constantin Vallery, der 2014 gemeinsam mit Carina Riepl das Unternehmen gegründet hat, für das die beiden bereits einen Investor an Bord holen konnten. Wie viel das Jungunternehmen in die Entwicklung investiert hat, verrät Vallery nicht und begründet es damit, „dass aktuell Verhandlungen mit internationalen Investoren laufen“.

Seit Ende 2015 vertreibt Iconic Product mobile Carports aus Stahl und Aluminium, die sich mit Fotovoltaikpaneelen überziehen

lassen. Ein Stellplatz kann derzeit 1560 Watt erzeugen, die entweder ein Elektroauto aufladen oder auch direkt ins Stromnetz eingespeist, jedoch noch nicht gespeichert werden können. Die Solar-Carports kosten bis zu 10.000 € netto.

Abgesehen vom Einbau des Pufferspeichers hat Iconic Product für heuer noch weitere Pläne: Die Leistung des Carports will Vallery durch effizientere Nutzung der Dachfläche auf 2200 Watt pro Stellplatz erhöhen. Bis 2018 sollen gedruckte Solarpaneele auf den



iconic product gmbh

Das Start-up Iconic Product wurde 2014 gegründet. Derzeit laufen Gespräche mit internationalen Investoren und Vertriebspartnern. Das Ziel ist, bis Ende 2017 rund 300 Carports verkauft zu haben.

Carports angebracht werden; diese sind leichter und billiger.

Momentan bedient Iconic Product über einen Online-Shop Privat- und Firmenkunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Umsatzzahlen will Vallery wegen der Investorensuche nicht preisgeben. Bis Ende 2017 will er 300 Carports verkauft haben.

Als Zielmärkte definiert er Länder, „wo E-Mobilität bereits Fuß gefasst hat, speziell die Südreregionen“. Für die Erschließung ferner Märkte führt Iconic Product gerade Gespräche mit möglichen Vertriebspartnern. Vallerys Wunsch ist, „das Carport als Zubehör von Elektroautos auf den Markt zu bringen“. Gespräche mit Tesla und BMW gebe es bereits. [sted]

»wien@wirtschaftsblatt.at

ANZEIGE

2,1 Milliarden Euro

wurden 2014 in Österreich von den Top-250-Onlineshops mit physischen Waren im Internet umgesetzt.

1 Gewinnspiel

für WirtschaftsBlatt-Testleser und Abonnenten. Gewinnen Sie Erlesenes aus dem Die Presse Edition-Shop.

3 Wochen gratis

können Sie viele weitere interessante Fakten täglich im WirtschaftsBlatt lesen.



1. PREIS:

Ludwig Reiter Navigator Bag aus feinstem Togo-Grain-Leder im Wert von 798 Euro



2. PREIS:

Maßhemd von Venturini als Gutschein im Wert von 200 Euro*



3. PREIS:

5 x je ein Gutschein für den Presse-Shop EDITION im Wert von 100 Euro*

Testen und gewinnen
wirtschaftsblatt.at/
gewinnspiel

*nicht in bar ablösbar

Nähere Informationen unter 1/514 14 DW 79 oder wirtschaftsblatt.at/gewinnspiel

Klare Fakten.
Klare Entscheidung.

Wirtschafts  Blatt