

Einfallendes Tageslicht ermöglicht es mancherorts, die Beleuchtung herunterzudimmen



Foto: ECE

Mehr Strategie für Energie

Sparen wird zum Trend, zumindest dort, wo es um energetische Maßnahmen im Handel geht. Viele Handelsunternehmen stellen ihre Filialen aktuell einzeln auf den Prüfstand: Um die Energiebilanz zu optimieren, ohne das Kundenerlebnis zu beeinträchtigen, wird an großen und kleinen Stellschrauben gedreht.

Konny Scholz

Kann ein Fashion-Filialist in der bevorstehenden Vorweihnachtszeit mit feierlicher Schaufensterbeleuchtung die Herzen der Passant:innen erwärmen – oder handelt er sich damit womöglich einen Shitstorm vonseiten derer ein, die das als Energieverschwendung skandalisieren? Welche Energiesparmaßnahmen werden von den Kund:innen eingefordert, welche goutiert und welche abgelehnt? Und dreht man die Heizung lieber „heimlich“ ein Grad runter oder kommuniziert man es im Gegenteil aufmerksamkeitsstark im Rahmen einer Marketing-Story in der Hoffnung auf viele „Likes“ seitens der Kundschaft? In diesem Herbst stellt sich nicht nur den Technik-Abteilungen der Handelshäuser eine Reihe ungewohnter Fragen. Die Suche nach der passenden Energiespar-Strategie wirkt sich auf verschiedenen Ebenen bis hin zum Filialpersonal aus. „Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben wir kommunikativ eng mitgenommen, denn sie sind es, die ihre jeweilige Filiale am besten kennen und Potenzial identifizieren können“, heißt es beispielsweise bei der Drogeriemarkt-Kette Rossmann.

Die hohen Energiekosten und deren Auswirkungen auf die Wirtschaftlichkeit haben viele Einzelhändler bereits zur Tat schreiten lassen: Man trifft auf runtergedimmte Supermarkt-Filialen, den unbeleuchteten Schriftzug über der Rossmann-Filiale oder auch das Gartencenter mit komplett abgeschalteter Beleuchtung, das dank Glasdach die Warenpräsentation nun in natürlichem, aber keineswegs schlechterem Licht erscheinen lässt. Im Angesicht erforder-

licher Energiesparmaßnahmen stellt sich aktuell heraus, dass manches auch mit weniger Energieeinsatz funktioniert – ohne Komfort und Einkaufserlebnis ernsthaft zu beeinträchtigen.

SCHON LANGE AKTIV Neben Aldi Nord reduzieren einige weitere Handelshäuser die Öffnungszeiten aktuell um eine Stunde oder prüfen den Effekt einer vorgezogenen abendlichen Ladenschließung noch. Alle von stores+shops befragten Handelshäuser betonen, das Energiesparthema schon lange auf dem Schirm und die schlimmsten Stromfresser längst eliminiert zu haben. Die Umstellung auf LED-Beleuchtung und energieeffiziente Kühlmöbel im LEH gehören natürlich dazu. Solaranlagen finden sich bereits auf vielen Dächern von Penny- und Rewe-Märkten, den Gebäuden im Eigenbesitz von Denn's Biomarkt und Center-Dächern von ECE-Shopping-Centern. Ikea verfolgt das Ziel, 2030 klimapositiv zu sein und stellt so schnell wie möglich zu 100 Prozent auf erneuerbare Energien um.

Filialisten mit vielen heterogenen Standorten leisten viel Detailarbeit, um den Energieverbrauch in den einzelnen Filialen zu optimieren – ein Aufwand, der sich lohnt, so meint man bei Rossmann: „Nach einigen Tests in den letzten Wochen ist es für valide Zahlen aktuell zwar noch etwas früh, da jede Filiale individuelle Parameter mit sich bringt, wir sind aber zuversichtlich, dass sich auf Sicht eines Jahres bis zu 50 Gigawattstunden einsparen lassen.“



Christian Appel,
Leiter Vertrieb
Hagebaumarkt

„Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz helfen, die Kosten im Griff zu behalten und sichern die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen. Das erwarten auch unsere Kunden. Die Hagebau hat zusammen mit ihren Gesellschaftern Energieeffizienzmaßnahmen nicht nur erarbeitet, sondern als Handlungsempfehlung und Checkliste allen Standorten im Einzel- und Fachhandel zur Verfügung gestellt. Sollten darüber hinaus verkürzte Öffnungszeiten erforderlich sein, würden wir uns ein abgestimmtes, bundeseinheitliches Vorgehen wünschen. Auf diese Weise vermeiden wir – anders als während der Coronapandemie – eine Verunsicherung der Kunden und damit weitere unnötige Auswirkungen auf unsere Branche.“



Jörg Bauer
Managing Director Sales
Media Markt Saturn

„Wir haben bereits ab Mitte August in ausgewählten Märkten verschiedene Energiesparmaßnahmen über einen Zeitraum von 60 Tagen getestet. Zwei Maßnahmen haben sich dabei als besonders nachhaltig herausgestellt, um Wärmeenergie und elektrische Energie einzusparen: zum einen die Senkung der Raumtemperatur um zwei Grad Celsius, zum anderen ein eingeschränkter Betrieb der TV-Geräte auf der Verkaufsfläche. Beide Maßnahmen werden nun bundesweit in allen Media Märkten und Saturn-Märkten in Deutschland umgesetzt. Zusätzlich können die Märkte individuell nach eigenem Ermessen und in Abhängigkeit der lokalen Gegebenheiten weitere Maßnahmen ergreifen.“



Joseph Nossol
Geschäftsführer Denn's Biomarkt
und Mitglied im Vertriebsaus-
schuss beim Biomarkt Verbund

„In unseren Denn's Biomärkten konzentrieren wir uns darauf, im laufenden Betrieb sorgsam mit Energieressourcen umzugehen und weitere Energieeinsparpotenziale zu identifizieren. Dank zahlreicher Maßnahmen sind unsere Märkte bereits sehr effizient im Verbrauch. Bei Beleuchtung und Kühlung gehen wir mit geringem energetischem Aufwand beispielhaft voran. Die Energie für unsere Denn's Biomärkte beziehen wir größtenteils aus Strom. Dafür nutzen wir ausschließlich Ökostrom. Auf Gebäuden im Eigenbesitz sind Photovoltaikanlagen installiert. Zudem haben wir schon seit 2008 Luftwärmepumpen im Einsatz. Damit sind wir weitgehend unabhängig von der aktuellen Gas- und Heizthematik.“



Andreas Krämer
Pressesprecher
Rewe Group/Penny

„Wenn standortspezifisch möglich und sinnvoll, wurden Bewegungsmelder für Licht in den Nebenräumen installiert, die Beleuchtungszeiten im Außenbereich verkürzt, die Außenbeleuchtung an Helligkeit beziehungsweise Dunkelheit angepasst und Zeitschaltungen für Heizungen angebracht. Zusätzliche Maßnahmen sind kontinuierlich in Prüfung und werden standortbezogen ergänzt. Auf Basis des konzernweiten Energiemanagementsystems innerhalb der Rewe Group konnten wir durch den Einsatz von modernen, energiesparenden, geschlossenen/verglasten Kühlmöbeln, energieeffiziente Wärme- und Klimatechnik, den Einsatz von LED-Leuchtmitteln und den hohen Automatisierungsgrad über die letzten Jahre bereits deutliche Energiesparpotenziale heben.“



Ulrich Schmitz
Director Center Management
ECE Marketplaces

„Zusätzliche Einsparmaßnahmen wie die Absenkung der Temperatur im Winter oder die Abschaltung von Brunnen und nicht unbedingt erforderlicher Beleuchtung haben wir ergriffen. Das spart nicht nur Energie, sondern entlastet auch unsere Mieter bei den Nebenkosten. Auch bei der Weihnachtsbeleuchtung achten wir auf einen energiesparenden Einsatz, da sie bereits seit Jahren in LED-Technologie ausgeführt ist und somit nur einen marginalen Anteil am Stromverbrauch ausmacht. Zum anderen reduzieren wir sie standortindividuell, um weitere Einsparungen zu realisieren – ohne jedoch komplett darauf zu verzichten. Denn gerade in der für den Handel so wichtigen Vorweihnachtszeit ist eine stimmungsvolle Illumination von besonderer Bedeutung für die Einkaufsatmosphäre.“



Simone Settergren
Public Affairs Leader
Corporate Communications
Ikea Deutschland

„Bei Ikea Deutschland erarbeitet eine Energie-Taskforce alle in Betracht kommenden Szenarien. Sicherheit für unsere Kund:innen und Mitarbeiter:innen hat immer oberste Priorität. So haben wir seit dem 1. September die Beleuchtung der Werbetürme von 22 Uhr bis 16 Uhr abgeschaltet. Zudem schalten wir – abgestimmt auf unsere Öffnungszeiten – nachts die Fassaden- und Außenbeleuchtung ab, das gilt auch für die Weihnachtsbeleuchtung. Je nach technischen Gegebenheiten steuern wir die Rolltreppen in unseren Einrichtungshäusern nach Frequenz. Wir messen unseren Energieverbrauch und werten die Resultate intensiv aus, um daraus Einsparpotenzial abzuleiten, beispielsweise mit optimierten Schaltzeiten unserer Licht-, Lüftungs-, Heizungs- und Kühlungsanlagen.“