

EHI-Studie

Energie-Monitor 2015

Forschungsergebnisse zur
Energieeffizienz im Einzelhandel



Mit freundlicher Unterstützung von:



Energie-Monitor 2015

Forschungsergebnisse zur Energieeffizienz im Einzelhandel

Vorwort



Liebe Leserinnen und Leser,

am Abend des 12. Dezember 2015 wurde auf der UN-Klimakonferenz in Paris das sogenannte „Paris-Abkommen“ beschlossen, welches eine Begrenzung der globalen Erwärmung auf deutlich unter 2 Grad vorsieht. Dieses ambitionierte, aber aus Sicht führender Klimawissenschaftler existenzielle globale Ziel stellt Gesellschaft, Politik und Wirtschaft vor große Herausforderungen. Auch wenn vor allem Deutschland hier bereits große Anstrengungen unternommen und entsprechende Erfolge erzielt hat, wird das Abkommen die ohnehin schon hohe energie- und klimapolitische Veränderungsdynamik weiter verstärken. Auch für die Handelsbranche ist daher mit einem steigenden Anpassungsdruck durch neue EU-Richtlinien sowie nationale Gesetze und Verordnungen zu rechnen. Wer die eigene Energieeffizienz im Vergleich zu den anderen Akteuren einschätzen kann, seine gesellschaftliche Verantwortung ernst nimmt und das politische Geschehen stets im Blick behält, der hat im besten Fall die Möglichkeit, im eigenen Unternehmen die Weichen vorausschauend so zu stellen, dass er neuen staatlichen Auflagen professionell und gelassen entgegensehen kann.

Für Handelsunternehmen ist es besonders wichtig, die eigenen Erfolge aus Energieeffizienzprojekten in Relation zu den Erfolgen der gesamten Branche setzen zu können, um eine möglichst realistische Einschätzung zum eigenen Effizienzniveau zu bekommen. Zudem sind die Referenzwerte hilfreich, um Vergleiche mit anderen Branchen zu ermöglichen, z.B. als Diskussionsgrundlage für energie- und klimapolitische Fragestellungen.

Bereits seit 2008 stellt das EHI mit seiner Energiestudie jährlich umfassende Analysen und detaillierte Kennzahlen zum Energiemanagement im Einzelhandel für den deutschsprachigen Raum zur Verfügung. Die Kennzahlen werden von Handel und Industrie gleichermaßen als wichtige Informationsgrundlage und zum Benchmarking genutzt. Dazu liefert die Studie genaueste Hintergrundinformationen, gewährt tiefe Einblicke in energierelevante Unternehmensprozesse und informiert über aktuelle Themen, Trends und Erwartungen zum Energiemanagement im Einzelhandel.

Allen an dieser Studie beteiligten Unternehmen gilt unser herzlicher Dank für die kooperative Unterstützung durch die sehr spannenden und informativen Expertengespräche sowie die offene Bereitstellung der Erhebungsdaten.

Köln, im Januar 2016

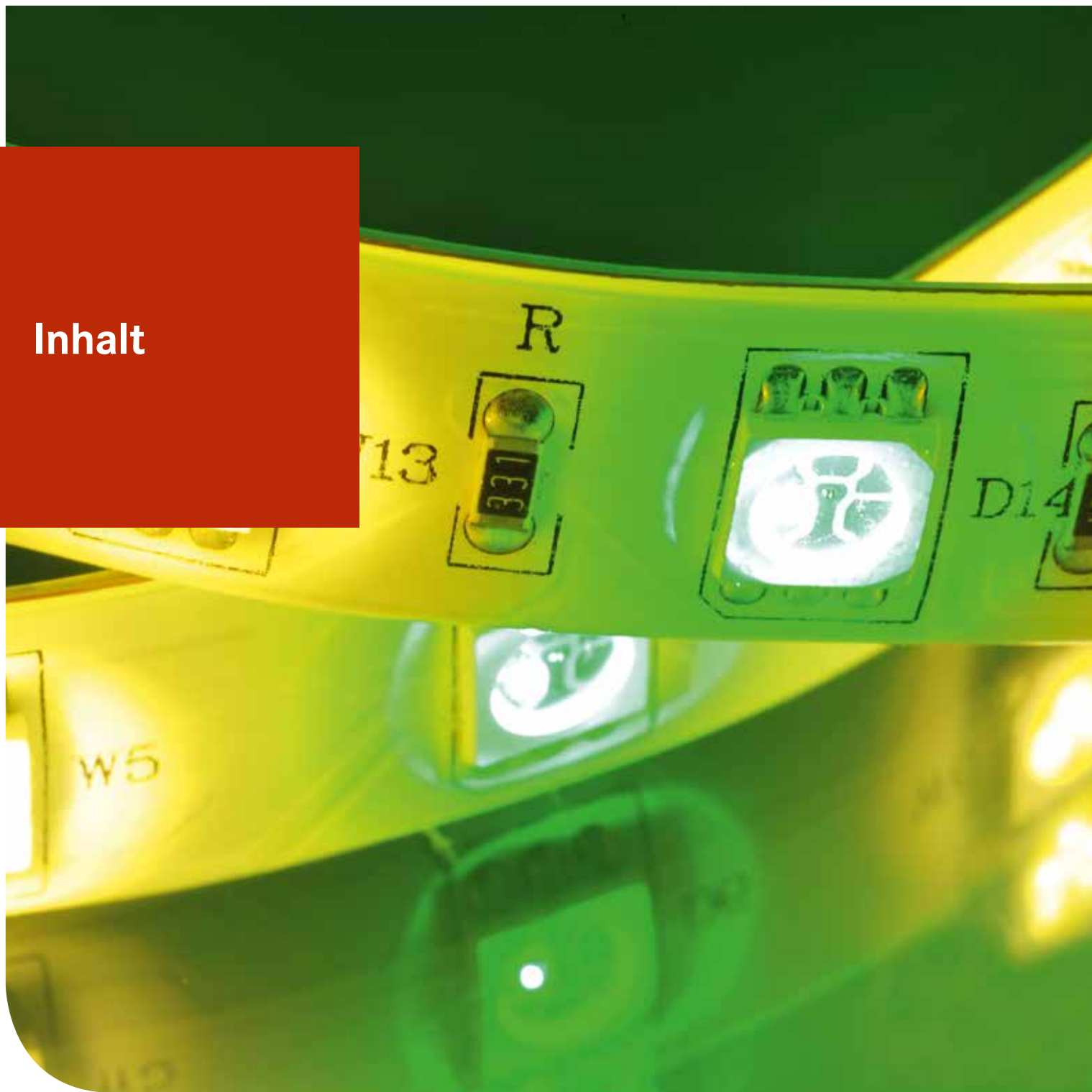


Michael Gerling
Geschäftsführer
EHI Retail Institute



Benjamin Chini
Projektleiter
Energiemanagement

Inhalt



Vorwort	4
Zusammenfassung	8
Struktur und Methodik der Untersuchung	10
Datenerhebung und Methodik	11
Struktur der Studienteilnehmer	12
Energieverbrauch im Einzelhandel	16
Methodik der Erfassung und Auswertung	17
Energieverbrauch in Food- und Nonfood-Handel – Übersicht	19
Aufteilung des Stromverbrauchs nach Verbrauchsträgern	20
Stromverbrauchsentwicklung im Vergleich zum Vorjahr	22
Energiepreise und -kosten im Einzelhandel	24
Energieeinkaufspreise im Einzelhandel	25
Energiekosten im Einzelhandel	27
Betriebstypenspezifische Auswertungen	30
Betriebstypenspezifische Verbräuche	31
Betriebstypenspezifische Kosten	31
Projekte zur Energieoptimierung	34
Bisherige Einsparerfolge und zukünftige Einsparmotivation	35
Beleuchtung	37
Kühlung im Lebensmittelhandel	40
Lüftung, Klima, Heizung	42
Bau- und Gebäudetechnik	43
Energie-Monitoring	43
Eigenenergieversorgung	46
Gastbeitrag	48
Investitionen in Energieeffizienzmaßnahmen	50
Automatisierung vs. Mitarbeitersensibilisierung	54
Handelsrelevante Energiepolitik	56
Fazit	60
Abbildungs-, Tabellen- und Quellenverzeichnis	62
Impressum	64

Zusammen-
fassung



Zusammenfassung

Zukünftig steigender Kostendruck trotz Effizienzgewinnen

Die Energiekosten im Einzelhandel sind im Vergleich zum Vorjahr um 6 Prozent gesunken. Grund für diese Entwicklung sind nach Angaben der befragten Händler – neben den im Vergleich zum Vorjahr gesunkenen Energiepreisen – vor allem die zunehmende Verbreitung verbrauchssparender Maßnahmen wie LED-Beleuchtung, effizientere Kältetechnik oder die optimierte Regelung von Klima-, Lüftungs- und Heizungsanlagen.

Die Energiekosten pro Quadratmeter Verkaufsfläche im Food-Handel belaufen sich aktuell auf gut 58 Euro und im Bereich Nonfood auf gut 32 Euro. Gewichtet nach der Verkaufsfläche und unter Berücksichtigung der Öffnungszeiten ergibt sich so durchschnittlich für den Einzelhandel im Vergleich zum Vorjahr eine Kostensenkung von 6 Prozent. Im Bereich Food sind es 5 Prozent und im Bereich Nonfood 7 Prozent.

Für die kommenden Jahre rechnen die Händler allerdings wieder mit einem Anstieg der Kosten, da aufgrund höherer Abgaben die Energiepreise wieder steigen werden. Die Bereitschaft, in energieeffiziente Anlagen zu investieren, ist deshalb weiterhin sehr hoch.

68 Prozent der befragten Händler gaben an, dass ihre Energiekosten im Vergleich zum Vorjahr gesunken sind. Der Hauptgrund für diese Entwicklung liegt im sparsameren Verbrauch. Dazu beigetragen haben vor allem

die präventiven Maßnahmen in der Beleuchtung, insbesondere die Umstellung auf LED-Technik. Der Einsatz energieeffizienterer Kältetechnik, eine optimierte Regelung von Klima-, Lüftungs- und Heizungsanlagen sowie der Einsatz von Gebäudeleittechnik hatten ebenfalls Kostensenkungen zur Folge. Aber auch ein ausgebautes Monitoring, das Schwachstellen beim Verbrauch transparent macht, wurde als Grund für Energieeffizienzsteigerungen genannt.

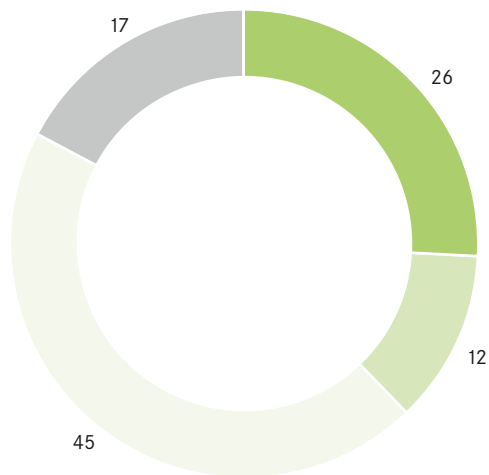
Immer mehr Händler verwenden natürliche Kältemittel mit geringem Treibhauspotenzial. So setzen beinahe alle befragten Lebensmittelhändler in Neubauten moderne Verbundkälteanlagen auf Basis natürlicher Kältemittel ein. Die Kälteanlagen in Bestandsfilialen werden ebenfalls sukzessive ausgetauscht.

Im Hinblick auf zukünftige Investitionen haben sowohl im Food- als auch im Nonfood-Handel Maßnahmen für eine effizientere Beleuchtung die höchste Priorität. Hier liegt der Hauptinvestitionsschwerpunkt des Jahres 2015 auf der LED-Technik. Im Lebensmitteleinzelhandel sind zudem Investitionen in moderne Kältetechnik von zentraler Bedeutung. Die befragten Food- und Nonfood-Händler stufen außerdem Optimierungsmaßnahmen an Klima-, Lüftungs- und Heizungsanlagen als besonders relevant und vielversprechend ein.

Stromverbrauch nach Verbrauchsträgern (Food)

(Abb. 5)

in Prozent



■ Beleuchtung ■ Kältetechnik
 ■ Klimatisierung/Lüftung ■ Sonstiges*

Basis: 18 Handelsketten/rd. 12.500 Filialen/rd. 17 Mio. qm Vkf

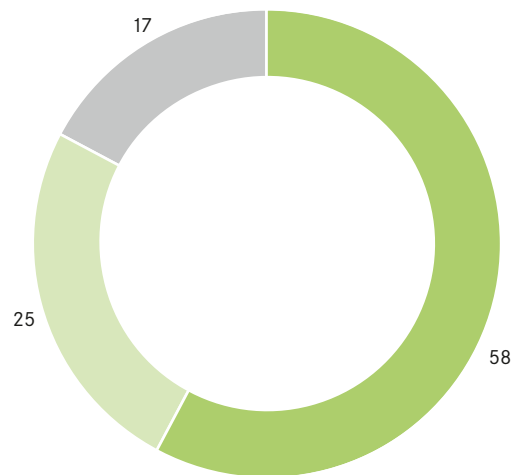
* Unter Sonstiges sind Türen, Kassensysteme, Waagen, Produktion, Informationstechnik, Fahrtreppen bzw. Fahrsteige und sonstige Kleinsteräte zusammengefasst

Quelle: EHI

Stromverbrauch nach Verbrauchsträgern (Nonfood)

(Abb. 6)

in Prozent



■ Beleuchtung ■ Sonstiges*
 ■ Klimatisierung/Lüftung

Basis: 27 Handelsketten/rd. 11.500 Filialen/rd. 18 Mio. qm Vkf

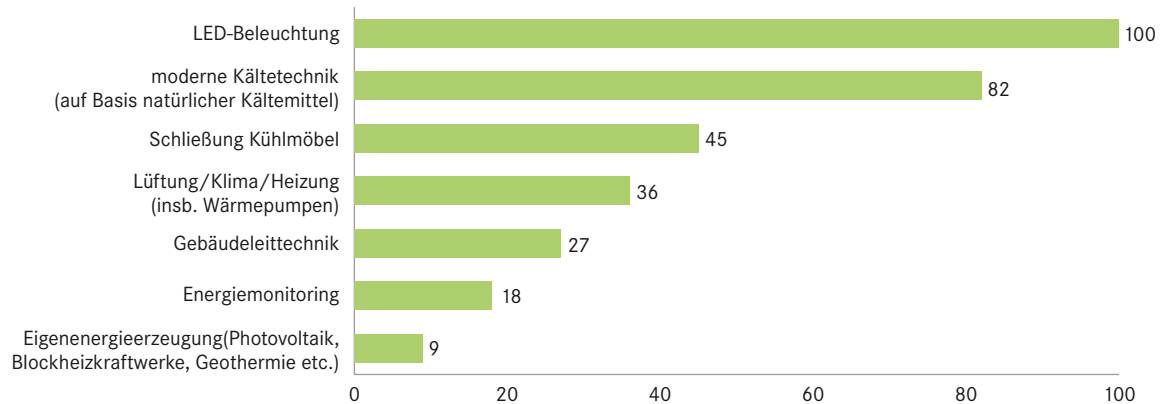
* Unter Sonstiges sind Türen, Kassensysteme, Waagen, Produktion, Informationstechnik, Fahrtreppen bzw. Fahrsteige und sonstige Kleinsteräte zusammengefasst

Quelle: EHI

Investitionsschwerpunkte 2015 (Food)

(Abb. 20)

in Prozent



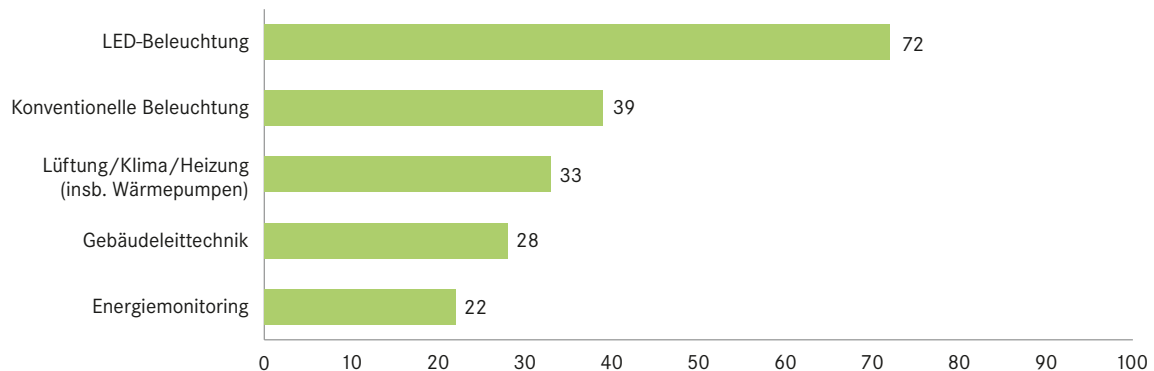
Basis: 18 Handelsketten/rd. 12.500 Filialen/rd. 17 Mio. qm Vkf; Mehrfachnennungen möglich

Quelle: EHI

Investitionsschwerpunkte 2015 (Nonfood)

(Abb. 21)

in Prozent



Basis: 27 Handelsketten/rd. 11.500 Filialen/rd. 18 Mio. qm Vkf; Mehrfachnennungen möglich

Quelle: EHI



Verlag:

EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55
50672 Köln
Tel. +49 221 57993-0
Fax +49 221 57993-45
info@ehi.org
www.ehi.org

Herausgeber:

EHI Retail Institute e.V.

Geschäftsführung EHI Retail Institute:

Michael Gerling

Autor:

Benjamin Chini, chini@ehi.org

Layout:

Annette Vellay, vellay@ehi.org

Druck:

cede Druck GmbH
Herseler Straße 7-9
50389 Wesseling

Copyright© 2016

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Haftungsausschluss

Das EHI Retail Institute versucht mit größtmöglicher Sorgfalt, in der vorliegenden Studie richtige, vollständige und aktualisierte Informationen zur Verfügung zu stellen. Fehler können jedoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Das EHI Retail Institute übernimmt daher keinerlei Haftung oder Garantie für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Qualität und/oder Aktualität der veröffentlichten Informationen, es sei denn, die Fehler wurden vorsätzlich oder grob fahrlässig aufgenommen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

Bestellmöglichkeiten:

Tel. +49 221 57993-64
vertrieb@ehi.org
www.ehi-shop.de

ISBN: 978-3-87257-455-8

Preis: 930,00 € zzgl. gesetzlicher MwSt.

Bildrechte:

Cover: EHI Collage, istockphoto (4: eli_asanova);
fotolia (6: demarco), 8: Edeka Berlin, Epta

Ihr Fundament für sichere Entscheidungen

Die Datenbank zur Handelsbranche mit
über 150.000 Daten, Kennzahlen und
Benchmarks in über 9.000 Diagrammen
und Statistiken: www.handelsdaten.de



Jetzt
ab 0,- €
testen*



* Im Tarif Basic können Sie die komplette Datenbank durchsuchen und haben jeden Monat Zugriff auf 3 Statistiken. Weitere Informationen und Tarife unter www.handelsdaten.de/preise

Ihr Kontakt:

Jürgen Poschmann • Tel. +49 221 57993-698

kundenservice@handelsdaten.de

EHI Retail Institute • Spichernstraße 55 • 50672 Köln

EHI handelsdaten.de

EHI Retail Institute
Spichernstraße 55
50672 Köln
www.ehi.org