

Die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

+++ Welche Förderung passt zu Ihrem Vorhaben? Hier geht's zu unserem Förderkompass! +++



Über die Initiative < >

DIE NATIONALE KLIMASCHUTZINITIATIVE

In ganz Deutschland fördert das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz klimafreundliche Projekte.

[Über die Initiative](#)

DER ANTRIEB ZUM UMSTIEG: DIE E-LASTENFAHRRAD-RICHTLINIE

Jetzt Förderung von E-Lastenfahrrädern und E-Lastenfahrradanhängern sichern!

KÄLTE-KLIMA-RICHTLINIE: JETZT FÖRDERUNG SICHERN!

Die NKI fördert energieeffiziente Kälte- und Klimaanlageanlagen mit nicht-halogenierten Kältemitteln.

IMPULSFÖRDERUNG FÜR KOMMUNALE WÄRMEPLANUNG

Einen kommunalen Wärmeplan zu erstellen, wird über die Kommunalrichtlinie mit besonders attraktiven Förderquoten unterstützt.

Förderprojekt des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz

Bestandteil der Nationalen Klimaschutzinitiative des Bundes

Die Webseite als zentrale Informationsplattform

KLIMA-SCHUTZ-OFFENSIVE DES HANDELS

ENERGIE SPAREN WORKSHOPS TOOLS INFOTHEK ÜBER UNS

Suche

Die Klimaschutzoffensive

50%
CO2 eingespart seit 1990

Wir helfen Einzelhändler:innen ihre Energiekosten zu senken und damit auch das Klima zu schützen. Es gibt viel zu sparen, legen wir los!

- Retail Sessions**
UNSER KLIMA-PODCAST IST ONLINE
- STROMVERBRAUCH**
314 kWh
verbraucht der LEH pro m² – das ist der niedrigste Stand seit 5 Jahren
- Neues ElektroG – was es für Händler:innen zu beachten gilt**
- Leitfaden: Ladestrom rechtssicher verschenken**
E-Ladesäulen können für
- Gastbeitrag zum Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz**

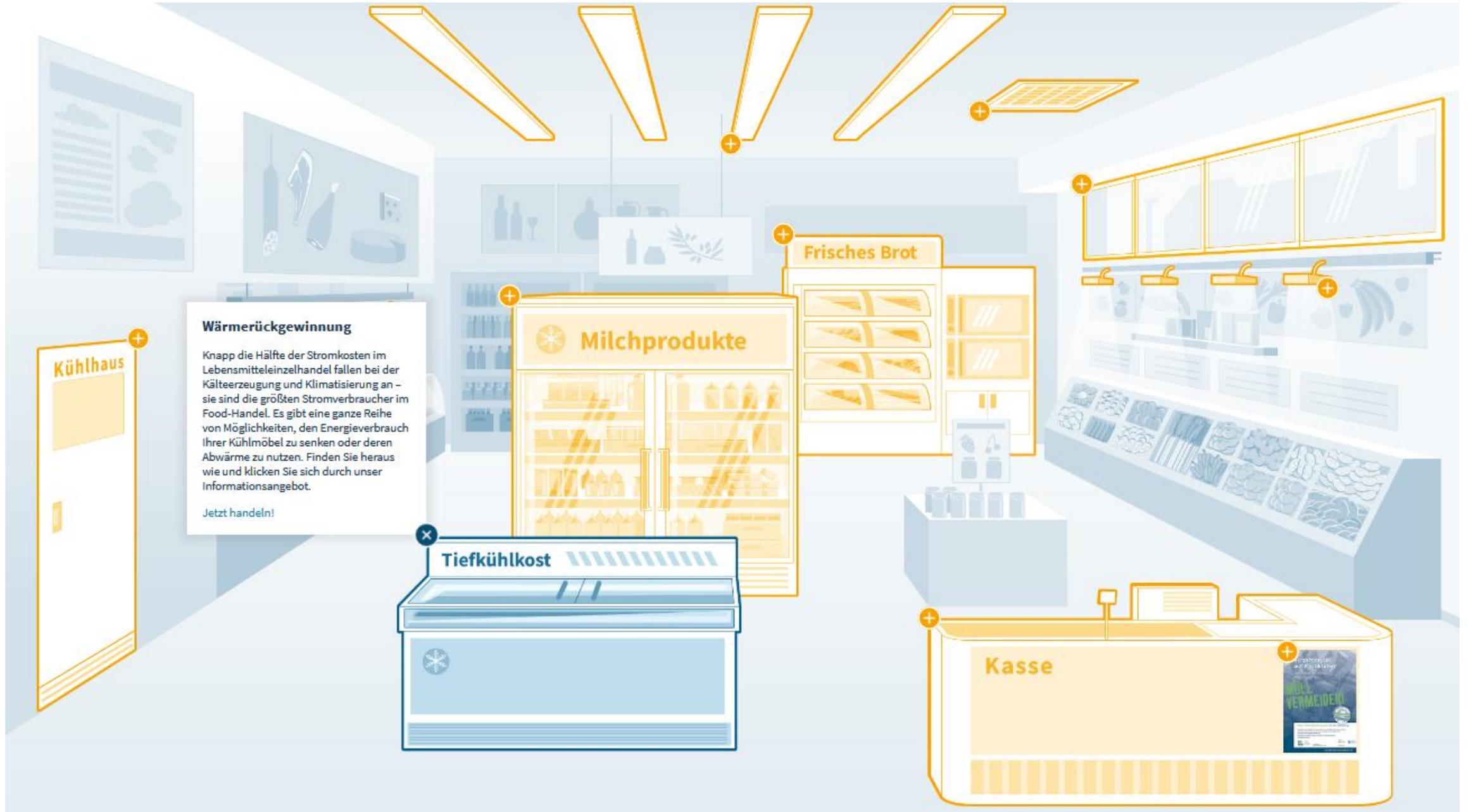
Virtuelle Marktstraße

Spazieren gehen auf der Marktstraße

und spielerisch Energiefresser entdecken



Virtuelle Marktstraße – Food



Unsere Tools

Energie-Check für den Einzelhandel

Mit unserem Energie-Check wissen Sie nach ein paar Klicks, ob Sie in Ihrem Laden zu viel Energie verbrauchen oder bereits richtig effizient wirtschaften. Wir ermitteln auch, wie Sie im Vergleich mit anderen Einzelhändlern aus Ihrer Branche stehen.

Ihre Daten werden anonym gespeichert. Das bedeutet, dass kein Rückschluss auf Ihre Person und Ihre Eingaben möglich ist.

Ich gehöre folgender Branche an: *



Die einzugebenden Daten beziehen sich auf ein Jahr.

Meine Verkaufsfläche *	<input type="text" value="1000"/>	m ²
Mein Stromverbrauch *	<input type="text" value="127000"/>	kWh pro Jahr ⓘ
Ich beziehe Ökostrom *	<input type="text" value="Nein"/>	ⓘ
Meine Stromkosten	<input type="text" value="optional"/>	Euro pro Jahr
Mein Wärmeverbrauch	<input type="text" value="optional"/>	kWh pro Jahr
Meine Wärmekosten	<input type="text" value="optional"/>	Euro pro Jahr

* Pflichtfeld

Zur Auswertung

Invest-Check für den Einzelhandel

Zu ersetzende Lampenart *	<input type="text" value="Halogenstr."/>	
Anzahl der zu ersetzenden Lichtpunkte *	<input type="text" value="250"/>	Stck.
Leistung je Lichtpunkt *	<input type="text" value="60"/>	W
Durchschnittliche Beleuchtungsdauer *	<input type="text" value="10"/>	Stunden/Tag
Ihr aktueller Strompreis *	<input type="text" value="30"/>	ct/kWh
Ich beziehe Ökostrom *	<input type="text" value="Nein"/>	ⓘ

* Pflichtfeld

Zur Auswertung



Invest-Check für den Einzelhandel

Durch den Invest-Check wissen Sie nach ein paar Klicks, wie sehr es sich lohnt, in energieeffiziente Technologien zu investieren. Wir zeigen auch, wie viel Energiekosten Sie sparen können und wie schnell sich Ihre Maßnahme rentiert.

Ihre Daten werden anonym gespeichert. Das bedeutet, dass kein Rückschluss auf Ihre Person und Ihre Eingaben möglich ist.

In welchem Bereich möchten Sie investieren?



Förderdatenbank für den Einzelhandel



- gezielte Suche nach Förderbereichen wie z.B. Beleuchtung, Heizung, Kühltechnik, Wärmerückgewinnung etc.
- Programme aus Bundes-, Landes-, sowie kommunaler Ebene

Was suchen Sie?

FÖRDERGEBIET	▼	FÖRDERBERECHTIGTE	▼	FÖRDERBEREICH	▼	FÖRDERART	▼	FREITEXT ...	Suchen
--------------	---	-------------------	---	---------------	---	-----------	---	--------------	--------

Förderbereiche



Unsere Publikationen

Energiethemen für Händler:innen – praxisnah und verständlich aufbereitet



Einfach Energiesparen

Einfach Energiesparen
Arbeitsbuch für Kaufleute

KLIMA-SCHUTZ-OFFENSIVE DES HANDELS
HDE Handelsverband Deutschland

Elektromobil durchstarten

Mit Ladesäulen neue Kunden gewinnen

Liebe Einzelhändlerin, lieber Einzelhändler,

die Elektromobilität nimmt auch in Deutschland immer mehr an Fahrt auf: 2017 waren bereits rund 71.000 Elektrofahrzeuge unterwegs. Da mehr als 80 Prozent der Deutschen das Auto zum Einkaufen nutzen, eröffnen sich für Händler neue Möglichkeiten, ihr Serviceangebot für Kunden zu erweitern. Was liegt näher, als die Ladezeit des Autos für einen Einkauf zu nutzen? Schließlich bietet der Einzelhandel mit seinen Parkplätzen hierfür optimale Voraussetzungen für den Aufbau einer Ladeinfrastruktur.

Dieser Leitfaden informiert über die Möglichkeiten von unternehmenseigenen Ladesäulen und erklärt, was es bei der Planung und Installation zu beachten gibt.

★ *Jeder Leitfaden wird von einer Checkliste begleitet, mit der Sie Ihren Betrieb überprüfen können. Damit sehen Sie auf einen Blick, welche Maßnahmen Sie bereits umgesetzt haben und an welchen Stellen Sie noch nachjustieren können.*

Two in One:
Das Auto aufladen und entspannt einkaufen

Mit der Installation von Ladesäulen auf Ihren Kundenparkplätzen schlagen Sie gleich mehrere Fliegen mit einer Klappe: Zum einen helfen Sie Ihren Kunden dabei, Einkaufszeit und Ladezeit effizient zu verbinden. Nebenbei machen Sie auch noch einen positiven Eindruck bei Ihren Stammkunden und erreichen eine neue Zielgruppe, die ebenso innovativ denkt wie Sie selbst. **Fahrer von Elektrofahrzeugen suchen nämlich gezielt Standorte aus, an denen sie ihre Ladezeit mit einem Einkaufsbummel verbinden können.**

Zum anderen ermuntern Sie Ihre Kunden mit einer Lademöglichkeit zu **längeren Einkaufsaufenthalten, was sich direkt in Umsatzsteigerungen bemerkbar macht**. Nutzer von Elektrofahrzeugen sind durch ihr tendenziell eher überdurchschnittliches Einkommen besonders kaufkräftige Kunden für den Einzelhandel. Und auch auf Nicht-Elektrofahrzeugfahrer hat Ihr Statement eine positive Wirkung: Sie strahlen Innovationswillen aus und zeigen, dass Ihnen Klimaschutz ein wichtiges Anliegen ist – und das wird von all Ihren Kunden wahrgenommen.

1 **Wussten Sie, dass ...** ★

74 % der Elektroautofahrer ihr Einkaufsziel wechseln, wenn anderswo ein kostenloser Ladeplatz während des Außenmitts möglich ist?

Ihre Heizanlage

So läuft sie effizient und verlässlich

Liebe Einzelhändlerin, lieber Einzelhändler,

in diesem Leitfaden der HDE-Klimaschutzoffensive zeigen wir Ihnen, wie Sie Ihre Heizanlage auf Vordermann bringen und bereits ohne große Investitionen Energie einsparen können.

Ein Fünftel des Energieverbrauchs fällt im Lebensmittelhandel auf die Wärmeenergie, im Non-Food-Handel ist es rund ein Drittel. Auch wenn im Vergleich zum Strombedarf der Wärmeanteil geringer ausfällt: Gerade die Raumtemperatur in Verkaufsräumen spielt für den Einzelhandel eine weitreichende Rolle.

So wie die Beleuchtung hat auch eine angenehme Temperierung des Geschäfts großen Einfluss auf das Wohlbefinden Ihrer Kunden und somit auch auf den Umsatz.

Auch wenn viele eher die Stromkosten, als die Ausgaben für Wärme im Fokus haben: **Mit der Modernisierung ineffizienter Wärmeanlagen sind große Einsparungen möglich.**

Dieser Leitfaden gibt Ihnen einen Überblick über verschiedene Effizienzmaßnahmen, die sich in bestehenden Gebäuden wirtschaftlich gut umsetzen lassen, aber auch für die Planung von neuen Betriebsanlagen geeignet sind: Von der Optimierung der Heizanlage über eine bedarfsgerechte Nutzung bis hin zu alternativen Technologien der Wärmeherzeugung.

★ *Jeder Leitfaden wird von einer Checkliste begleitet, mit der Sie Ihren Betrieb überprüfen können. Damit sehen Sie auf einen Blick, welche Maßnahmen Sie bereits umgesetzt haben und an welchen Stellen Sie noch nachjustieren können.*

Der Weg zur effizienten Wärmeversorgung

1 **Allgemein gilt die Faustregel:** ★

Jedes Grad weniger bei der Innentemperatur spart 6 % Energie.

Haben Sie Leichen im (Heizungs-)Keller? Sie wissen es nicht? Dann wird es höchste Zeit, auf Spurensuche zu gehen. Der erste Schritt bei der Optimierung der Wärmeversorgung ist, **den Ist-Zustand Ihres Geschäftes hinsichtlich des aktuellen Energieverbrauchs der Anlagen und des Wärmebedarfs zu analysieren**. Verbrauchen Sie mehr als sonst? Und wenn ja, wieso? Ziehen Sie dafür auch ruhig eine Energieberaterin oder einen Energieberater zu Rate.

RECHNET
SICH
DAS?

Klimaschutz
in Zahlen



WÄRMERÜCKGEWINNUNG
AUS DER KÄLTEANLAGE

Der Standort Connewitz diente als Modell für zwei weitere Filialen. Inzwischen wird an allen Standorten der Warmwasserbedarf zu 100 % aus zurückgewonnener Wärme der Kälteanlage gedeckt. Dabei kann am Standort Connewitz nicht nur der Bedarf von Biomare gedeckt werden: Auch die anderen Mietparteien im Gebäude erhalten warmes Wasser durch die Wärmerückgewinnung.



Rechnet sich das? – Die Energieeinsparungen im Überblick

Die Einsparung durch den gesunkenen Stromverbrauch beträgt beachtliche 5.800 Euro pro Jahr. Darüber hinaus wird auch beim für die Heizung verwendeten Erdgas eingespart. Hier ist der Verbrauch um 20 % gesunken.



ICH
MACH
MIT!

Klima-Marketing im Einzelhandel



MEHR ALS EIN TREND

Nicht nur von Kundenseite wachsen die Anforderungen, auch der Gesetzgeber orientiert sich im Umwelt-, Energie- und Abfallrecht immer stärker an ökologischen und sozialen Kriterien.

Nachhaltigkeit wird für Unternehmen zunehmend ein wichtiger Baustein für ein erfolgreiches Geschäftsmodell.

NACHHALTIGE KÜHLUNG

KLIMASCHUTZTECHNOLOGIEN VORSTELLEN
LED-Beleuchtung, Kühlmöbel oder auch die Ladestation für Elektrofahrzeuge sind für alle Kunden*innen gut sichtbare Klimaschutztechnologien. Hier bietet es sich an, mit einem Aufkleber oder Hinweisschild einfach und schnell auf deren umwelt-schonenden Vorzüge hinzuweisen.

Nachhaltige Technologien sichtbar machen

Sie haben Ihren Shop mit LED-Lampen ausgestattet? Auf Ihrem Dach steht eine Photovoltaikanlage? Und vor der Tür eine Ladestation? Oder Sie kühlen Ihre Waren mit energiesparenden Kühlmöbeln? Wenn Sie in Klimaschutztechnologien investiert haben, dann lassen Sie das Ihre Kund*innen wissen. Zeigen Sie, dass Sie sich für den Klimaschutz stark machen. Klimaschutztechnologien sind für die Kund*innen oft nicht sichtbar, da ist also ein wenig Kreativität gefragt. **Ob einfach als Aufkleber oder aufwendig als elektronisches Display, es gibt viele Wege sein Engagement zu zeigen.**



ALDI SÜD und REWE zeigen ihren Kund*innen, dass in Ihren Läden Klimaschutztechnologien im Einsatz sind. Und REWE lädt seine Kund*innen freundlich dazu ein, beim Energiesparen mitzumachen.

VORTEILE VON KLIMASCHUTZTECHNOLOGIEN KOMMUNIZIEREN

Klimaschutztechnologien tragen dazu bei, dass Energie und damit CO₂-Einsparung wird. Informieren Sie sich bei den Herstellern über die Energie- und CO₂-Ersparnisse Ihrer Klimaschutztechnologien und geben Sie diese Informationen an Ihre Kund*innen weiter.

Beize: Einfach, sympathisch und ein Blickfang: Intersport Postle in Landau zeigt, wie man mit wenig Aufwand viel Wirkung erzielen kann, rechts: Wie man Werbung und Weiterbildung in Sachen Nachhaltigkeit endlich miteinander verbindet, zeigt das Einzelkaufhaus Märio in Mönchengladbach. Und für's Engagement gab es auch noch den Preis der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltigen Kaufmännik.



» Klimaschutz lohnt sich – auch finanziell. Das kommunizieren wir gerne, im Shop, im Netz und im Gespräch mit unseren Kunden «

PETER POSTLE, INTERSPORT LANDAU

UNSIHTBARES SICHTBAR MACHEN
Für die nicht sichtbaren Klimaschutztechnologien, wie zum Beispiel Photovoltaikanlagen oder energieeffiziente Heiz- und Raumluftsysteme, eignen sich Hinweise an Orten mit hoher Kontaktfrequenz, wie im Eingangsbereich oder Kassensystem.



JETZT AUF GRÜN SCHALTEN
Sparen Sie Energie mit es sicher geht:
- Umklekabine
- Aufkleber für die Kabine
- Aufkleber für die Kabine
- Aufkleber für die Kabine



Beize: Der Saturn Markt in Freiburg ist der erste Elektromarkt in Deutschland der klimaneutral – also ohne schädliche CO₂-Emissionen – wirtschaftet und eine entsprechende Auszeichnung bekommen hat. Der Markt besteht Ökostrom, konzentriert seine umweltschonenden Produkte und nimmt alle Geräte zurück. Gründe genug, dass auch Saturn Kund*innen davon erfahren. Oben: Mit einem schönen Vergleich Klimaschutz verständlich machen: METRO Regenbogen statt roter CO₂, wie ein garer Wald!

Klimaneutralität

Wie Handelsunternehmen klimaneutral werden in 5 Schritten.
Mit kritischer Beleuchtung des Begriffs Klimaneutralität und des Kompensationsmarktes.



Gutes Klima in 5 Stufen

Um den unternehmenseigenen Klimaschutz wirksam zu managen, empfehlen wir Einzelhandelsunternehmen fünf aufeinander aufbauende Phasen anzuwenden, welche wir im folgenden erläutern. In **Stufe 1** geht es um die Definition von Unternehmensgrenzen und die Erfassung der Aktivitätsdaten (THG-Quellen) nach sogenannten Scopes. Scopes teilen THG-Emissionen in Geltungsbereiche ein (siehe S. 8 und 9). In **Stufe 2** werden diese Aktivitätsdaten mithilfe von Emissionsfaktoren in CO₂-Äquivalente umgerechnet. Ergänzend zur THG-Bilanz kann ein THG-Bericht erstellt werden. In **Stufe 3** erfolgen die Definition von Klimazielen und die Ausarbeitung von Maßnahmen zur Vermeidung und Reduktion von THG-Emissionen. Die Kompensation von unvermeidbaren Emissionen ergänzt die Entwicklung und Umsetzung der Reduktionsmaßnahmen. Die strategische und

langfristige Integration eines Klimaschutzmanagements in die Unternehmensprozesse erfolgt in **Stufe 4**.

In **Stufe 5** prüfen unabhängige Zertifizierungsstellen (so vom Unternehmen gewünscht) die THG-Bilanz des Unternehmens, um eine (freiwillige) externe Kommunikation von Bilanz, Klimazielen, Maßnahmen und dem aktuellen Zielerreichungsgrad zu ermöglichen.

Besonders am Anfang des Prozesses kann es für Einzelhändler:innen schwer sein, Orientierung zu finden. Vor allem kleine und mittelständische Betriebe haben oft nicht die Ressourcen, um sich mit der Vielzahl neuer Fragestellungen zu beschäftigen. Zahlreiche Dienstleister bieten deshalb ihre fachkundige Unterstützung in einzelnen Stufen oder auch als „Rundum-Sorglos-Paket“ an.

ABBILDUNG 1
Stufen des Klimaschutzmanagements



3

Stufe 3: Klimastrategie – Vermeiden, reduzieren, kompensieren

Mit der THG-Bilanz wird der Ist-Zustand der THG-Emissionen erfasst. Bei der darauffolgenden Formulierung von Klimazielen können prinzipiell zwei Ansätze verfolgt werden, die durch folgende Fragen charakterisiert werden:

Was können wir reduzieren? vs. Was müssen wir reduzieren?

Der Ansatz „Was müssen wir reduzieren?“ orientiert sich an den wissenschaftlichen Berechnungen der notwendigen THG-Reduktionen (bzw. des globalen CO₂-Restbudgets), um die Erderwärmung auf deutlich unter 2 Grad bzw. 1,5 Grad zu begrenzen. Die Science Based Targets Initiative hat in diesem Zusammenhang in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen.

Einzelhandelsunternehmen können ein absolutes Klimaziel festlegen, welches sich auf eine absolute THG-Emissionsreduktion bezieht. Ein relatives Klimaziel führt hingegen nicht zwingend zu einer Reduktion von THG-Emissionen, da es sich lediglich auf die THG-Intensität bezieht. Ein absolutes Klimaziel wird deshalb als ambitionierter eingestuft. Ziele sollten spezifisch, messbar, ambitioniert, realistisch und terminiert („S.M.A.R.T.“) sein.

Wurden die Klimaziele definiert, gilt es nun, THG-Emissionen entsprechend zu vermeiden, zu reduzieren und die unvermeidbaren Emissionen zu kompensieren.

Während die Vermeidung oder Reduktion von Emissionsmengen einen direkten Einfluss auf das Klima hat, liegt die Kompensation außerhalb der Wertschöpfungskette des Unternehmens.

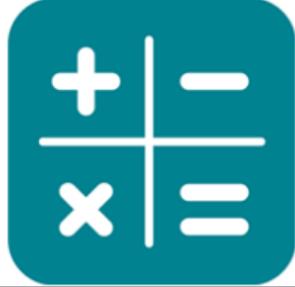
ABBILDUNG 5
Das grundlegende Prinzip zum Erreichen der Klimaneutralität



Pilotprojekt Klimaneutralstellung mit Modehändler

- THG Bilanz durch unabhängige Prüfer für glaubwürdige Kommunikation nach außen
- Kommunikation von THG-Bilanz, Klimaziel und Maßnahmen zu Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern
- Methoden (betrachtete Scopes, Datenquellen etc.) offenlegen, um Interpretation zu ermöglichen
- Anknüpfungspunkte bieten und Vorbildfunktion nutzen, um Nachahmung anzuregen.





Schnelle Tipps zum Energiesparen

Lüftungs- und Klimaanlage

- Bei Nutzung der Klimaanlage Fenster und Türen schließen. Die Luftströme erhöhen sonst den Energieverbrauch.
- Regelmäßig Filter, Wärmetauscher und Lüftungsgitter reinigen!
- Bei Klimaanlage sollten jeden Monat die Kondensatoren gereinigt werden, um Verstopfungen zu verhindern. Verunreinigungen senken die Effizienz erheblich.
- Reinigen Sie jährlich die Verdampferelemente der Klimaanlage. Laut Energieeinsparverordnung (EnEV 2014) müssen Klimaanlage regelmäßig von zugelassenem Fachpersonal gewartet werden.
- Nutzen Sie Zeitschaltuhren für Lüftungs- und Klimatisierungsanlagen. Damit können Sie die Luftverhältnisse in Räumen messen und automatisch reagieren. Überprüfen Sie regelmäßig, ob das eingestellte Programm noch Ihren Anforderungen entspricht und passen Sie es ggf. an.

Beleuchtung

- Licht aus in Bereichen, in denen sich keine Personen aufhalten. Gerade nach Ladenschluss sollten Sie die Beleuchtung abschalten. Erinnern Sie auch Ihre Mitarbeiter:innen daran.
- Nach Ladenschluss PCs, Drucker, Kassen, Ausstellungsstücke, Screens, Kaffeemaschinen etc. ausschalten.
- Installieren Sie Zeitsteuerungen, Dämmerungsschalter, Bewegungsmelder und tageslichtgesteuerte Lampen – damit lassen sich viele Kilowattstunden einsparen.

Heizung

- Jedes Grad Raumlufttemperatur weniger spart ca. 6 % Heizkosten.
- Reinigen Sie Ihren Heizkessel vor Beginn der Heizperiode. Ein stark verschmutzter Kessel verbraucht bis zu 20 % mehr Energie.
- Machen Sie einen hydraulischen Abgleich – dieser spart bis zu 20 % Energie und wird gefördert!
- Heizung und Klimaanlage sollten nicht gegeneinander arbeiten. Stellen Sie die Kontrolltemperatur für die Klimaanlage 5 °C oberhalb der gewünschten Raumtemperatur für die Heizung ein.
- Dämmen Sie Ihre Heizungsrohre. Sind 20 Meter Ihrer Leitungen nicht gedämmt, verbrauchen Sie im Jahr rund 2.000 kWh mehr. Das entspricht ca. 520 Euro.
- Checken Sie die Vorlauftemperatur Ihres Heizkessels. Ist sie dem tatsächlichen Bedarf angepasst? Was zeigen die Thermometer auf den Verkaufsflächen an?
- Nach Ladenschluss hilft eine einfache Regelungstechnik, die Temperatur zu senken.

Leitfäden und Fact Sheets



Nachhaltiger Onlinehandel
Wie Sie Klimaschutz und Kosteneffizienz mit in den Versand bringen




Teller statt Tonne
Wie Sie Lebensmittelabfälle vermeiden und damit Gutes tun




Mit Mehrwegbehältern die Umwelt schützen und Geld sparen

Wie Sie mit Mehrweg-Pfandsystemen in die Zukunft investieren

Liebe Einzelhändlerin, lieber Einzelhändler,

die Mehrwegpflicht kommt. Wenn Sie in Ihrem Betrieb Getränke und Essen zum i Sie Ihren Kundinnen und Kunden ab 2023 die Wahl lassen zwischen Einwegverp behältern. Dafür brauchen Sie keine eigene Lösung zu erfinden: Es gibt mehrere Lösungen für den Einzelhandel anbieten.

In diesem Faktenblatt stellen wir Ihnen das Pfand-Mehrwegsystem des Unternehm wegbechern (RECUPS) und Mehrwegschüsseln (REBOWL) vor.

Viele gute Gründe, auf Pfand-Mehrweg umzusteigen*



SIE SPAREN GELD
Die Pfand-Mehrwegschüssel lohnt sich ab etwa sechs ausgegebenen Take-Away-Essen am Tag. Mit dem Mehrwegrechner von RECUP können Sie ausrechnen, wie viel Geld Sie im Jahr sparen können.



SIE VERRINGERN ABFALL
Ein Kaffeebecher spart bis zu 1.000 Einwegbecher. Eine Schüssel ersetzt bis zu 500 Einwegschalen.



SIE INVESTIEREN IN DIE ZUKUNFT
Wenn 2023 die Mehrwegpflicht kommt, sind Sie vorbereitet.



* Zahlen und Berechnungen nach Angaben des Herstellers.
** Zu diesem Ergebnis kommt das Umweltbundesamt in seiner Studie zu Mehrwegbechern.

Gefördert durch:




MIT MEHRWEGBEHÄLTERN DIE UMWELT SCHÜTZEN UND GELD SPAREN

Warum Händlerinnen und Händler das Pfand-Mehrwegsystem nutzen

Der Umstieg von Einweg auf Mehrweg lohnt sich: ökologisch und wirtschaftlich. Zwei Einzelhändler, aus dem Norden und aus dem Süden Deutschlands, berichten von ihren Erfahrungen mit dem Pfand-Mehrwegsystem von RECUP/REBOWL.



Koch Tim Bramstedt betreibt die Gastronomie in der Edeka-Filiale in der Lüneburger Innenstadt. Er hat die Mehrwegschalen im Frühjahr 2021 in die „Schlemmer-Ecke“ geholt.



Manuel Dirnberger ist Kaffeehändler im Edeka-eigenen Bäckereibetrieb. Er hat das Mehrweg-Pfandsystem Anfang 2021 für die Bäckereien eingeführt.

Tim Bramstedt, Edeka Bergmann (Lüneburg)
Edeka Bergmann hat eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie und ein großer Bestandteil ist natürlich die aktive Müllvermeidung. Bevor wir REBOWL als Alternative hatten, haben wir für die Take-Away-Essen bestimmt 600 bis 700 Einwegverpackungen im Monat durchgeschleust. Das ist eine Riesemenge! Durch die Mehrwegschüsseln haben wir im Jahr etwa 7.000 Einwegverpackungen eingespart. Natürlich muss sich das Mehrwegsystem auch wirtschaftlich rechnen. RECUP/REBOWL hat uns erklärt, dass sich die Schalen ab sechs Befüllungen am Tag lohnen. Wir geben pro Tag 30 bis 40 Essen in der REBOWL aus. Für uns rechnet sich das System also wirklich.

Auch das Handling ist total einfach: Ich reinige die Schüsseln, desinfiziere sie, poliere sie und bringe sie wieder ins System. In der Küche habe ich zwei Stapel stehen: einen mit schmutzigen und einen mit sauberen Schalen. Es lassen sich problemlos 20 Schalen übereinander stapeln.

Für uns ist es das optimale System, ich bin echt überzeugt. Deshalb habe ich auch gesagt: Wenn 2023 die Mehrwegpflicht kommt, will ich die Einwegverpackungen komplett abschaffen. Dann biete ich nur noch Mehrwegschalen an.

Edeka Bergmann:
<https://www.edeka-bergmann.de>
<https://www.facebook.com/edekabergmann.lueenburg>
<https://www.instagram.com/edekabergmann>

Manuel Dirnberger, Edeka Dirnberger (Regensburg)
Ich habe mich aus Umweltschutzgründen für die Mehrweg-Pfandbecher entschieden. Außerdem sind die einfach eine Kostenersparnis für uns. Weil uns Nachhaltigkeit wichtig ist, hatten wir zuvor Einwegbecher aus Grasspapier angeboten. Die sind teuer. Wir haben ausgerechnet: Sobald wir 150 dieser Einwegbecher durch die Mehrwegbecher eingespart haben, machen wir Gewinn. Das Mehrweg-Pfandsystem ist total unkompliziert. Einziger Nachteil: Ich muss alle Bechergößen zurücknehmen, auch wenn ich nicht alle Größen ausbebe. Aber inzwischen bin ich gut mit anderen Cafés und Bäckereien in Regensburg vernetzt. Wir tauschen die Becher einfach aus.

Edeka Dirnberger:
<https://www.edeka-dirnberger.de>
<https://www.facebook.com/EDEKA.Dirnberger>
<https://www.instagram.com/edekadirnberger/>

IMPRESSUM
Herausgeberin:
Klimaschutzoffensive des Handels
E-Mail: klimaschutz@hde.de
Fotos: ©reCup GmbH

Plakatkampagne

Geschlossene Türen, reduzierte Beleuchtungszeiten



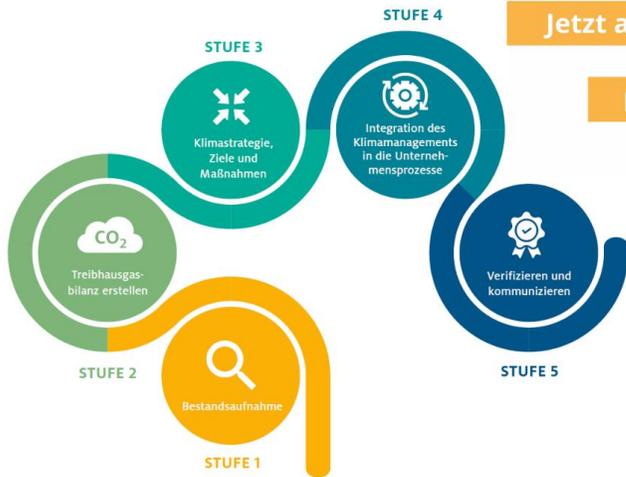
Unsere Webinare

Wie Handelsunternehmen klimaneutral werden

Webinar am 28.06.2022

Jetzt anmelden!

Link in Bio



www.HDE-Klimaschutz.de



1754 KLINGEMANN
ANZIENEND IN HORTER SEIT 1754

Online-Event

Gasversorgungslage – ein rechtlicher Überblick für Handelsunternehmen

mit RA Jens Panknin

03.06.2022 | 09.30 Uhr - 10.15 Uhr



www.hde-klimaschutz.de

The poster shows a person on a yellow cargo bicycle carrying boxes, riding past a city skyline. A green bin with a 'RE use' symbol is being held up. The text 'Webinar' is in a yellow box at the top left. The main title 'Wie Ihr Onlinehandel klimafreundlicher wird' is at the bottom.

Handelsverband Nordrhein-Westfalen digitalcoach
Gottfried-Juchacz
Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen
KLIMA-SCHUTZ-OFFENSIVE DES HANDELS
Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen
Logo of HDE Klimaschutz

The poster features a woman in an orange vest holding a white RePack bag. To the right are blue and red IFCO crates. The text 'Online-Seminar Nachhaltige Pooling-Lösungen im Einzelhandel' is prominent. The date '20.10.2021 | 09.00 Uhr - 10.00 Uhr' is at the bottom left. Logos for RePack, GS1 Germany, and IFCO are included.

Online-Seminar
Nachhaltige Pooling-Lösungen im Einzelhandel
20.10.2021 | 09.00 Uhr - 10.00 Uhr
HDE-Klimaschutz.de
KLIMA-SCHUTZ-OFFENSIVE DES HANDELS

Unsere Präsenzevents



Bochum, 29.08.2022



Bremen, 31.08.2022



Dortmund, 30.08.2022



Düsseldorf, 13.09.2022

Ergebnisse der Studie „Energieverbrauch im deutschen Einzelhandel“ Fraunhofer ISI; November 2022



CO₂-Emissionen im deutschen Einzelhandel 2021 (Food und Nonfood)



10,5 Mt
(= 10.500.000 t)

Quelle: Studie für die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland „Energieverbrauch und CO₂-Emissionen im deutschen Einzelhandel“ des Fraunhofer ISI, November 2022



KLIMA-
SCHUTZ-
OFFENSIVE
DES HANDELS

Gesamtenergiebedarf im deutschen Einzelhandel 2021 (Food und Nonfood)



33,3 TWh

Quelle: Studie für die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland „Energieverbrauch und CO₂-Emissionen im deutschen Einzelhandel“ des Fraunhofer ISI, November 2022



KLIMA-
SCHUTZ-
OFFENSIVE
DES HANDELS

Verteilung der Energieträger im Einzelhandel 2021 (Food und Nonfood)



Quelle: Studie für die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland „Energieverbrauch und CO₂-Emissionen im deutschen Einzelhandel“ des Fraunhofer ISI, November 2022

Energieverbrauch im Einzelhandel nach Energieträgern 2021

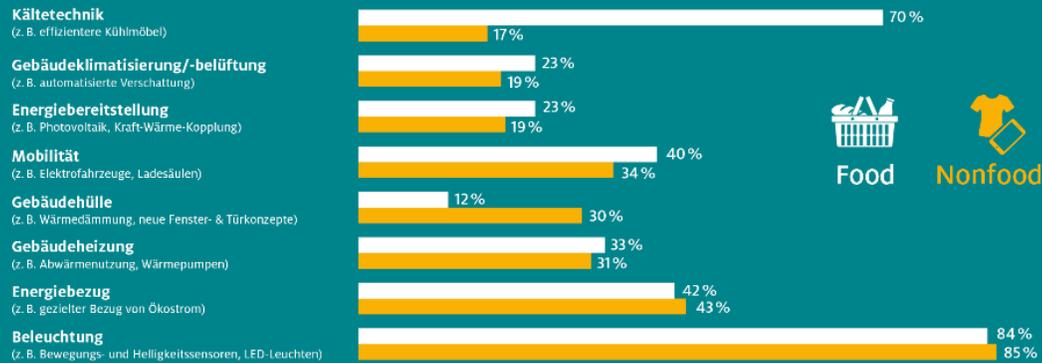
in kWh pro m² Verkaufsfläche, p. a.



Quelle: Einzelhandelsbefragung des HDE; Studie für die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland „Energieverbrauch und CO₂-Emissionen im deutschen Einzelhandel“ des Fraunhofer ISI, November 2022

Maßnahmen zur Minderung der Energieverbräuche

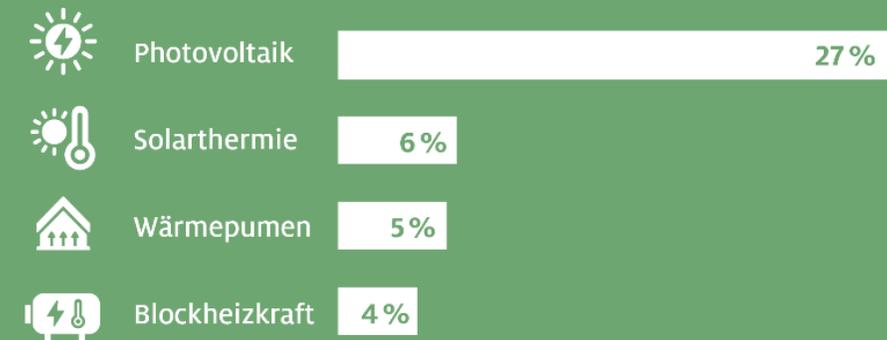
In welchen Bereichen wurden in Ihrer Betriebsstätte in den letzten 5 Jahren gezielt Maßnahmen zur Minderung der Energieverbräuche und/oder der CO₂-Emissionen umgesetzt?



Quelle: Einzelhandelsbefragung des HDE; Studie für die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland „Energieverbrauch und CO₂-Emissionen im deutschen Einzelhandel“ des Fraunhofer ISI, November 2022

Nutzung erneuerbarer Energien

Setzen Sie zurzeit in der Betriebsstätte für die Energiebereitstellung folgende Technologien ein?



Quelle: Einzelhandelsbefragung des HDE; Studie für die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland „Energieverbrauch und CO₂-Emissionen im deutschen Einzelhandel“ des Fraunhofer ISI, November 2022

Hilfestellungen zur Verbesserung des Klimaschutzes

Welche Hilfestellungen würden Sie sich für die Umsetzung von Maßnahmen zur Verbesserung des Klimaschutzes in Ihrer Betriebsstätte wünschen?



Quelle: Einzelhandelsbefragung des HDE; Studie für die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland „Energieverbrauch und CO₂-Emissionen im deutschen Einzelhandel“ des Fraunhofer ISI, November 2022



KLIMA-SCHUTZ-OFFENSIVE DES HANDELS

Hemmnisse für mehr Klimaschutz und Energieeffizienz

Welches sind die wichtigsten Hemmnisse für mehr Klimaschutz und Energieeffizienz, die außerhalb Ihrer Organisation liegen?



Quelle: Einzelhandelsbefragung des HDE; Studie für die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland „Energieverbrauch und CO₂-Emissionen im deutschen Einzelhandel“ des Fraunhofer ISI, November 2022



KLIMA-SCHUTZ-OFFENSIVE DES HANDELS

Hemmnisse für mehr Klimaschutz und Energieeffizienz

Welches sind die aus Ihrer Sicht wichtigsten Hemmnisse für mehr Klimaschutz und Energieeffizienz innerhalb Ihrer Organisation?



Quelle: Einzelhandelsbefragung des HDE; Studie für die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland „Energieverbrauch und CO₂-Emissionen im deutschen Einzelhandel“ des Fraunhofer ISI, November 2022



KLIMA-SCHUTZ-OFFENSIVE DES HANDELS

Ansprechpartner:in Klimaschutzoffensive



Jelena Nikolic
Projektleitung

Email: nikolic@hde.de
Telefon: 030 - 72 62 50 68
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin



Patrick Schütz
Public Relations Manager

Email: schuetz@HDE.de
Telefon: 030 - 72 62 50 67
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin

RECHNET SICH DAS?

Klimaschutz in Zahlen



WÄRMERÜCKGEWINNUNG AUS DER KÄLTEANLAGE

Der Standort Connewitz diente als Modell für zwei weitere Filialen. Inzwischen wird an allen Standorten der Warmwasserbedarf zu 100 % aus zurückgewonnener Wärme der Kälteanlage gedeckt. Dabei kann am Standort Connewitz nicht nur der Bedarf von Biomare gedeckt werden: Auch die anderen Mietparteien im Gebäude erhalten warmes Wasser durch die Wärmerückgewinnung.



Energieeinsparung als Baustein einer umfassenden Klimastrategie

Rechnet sich das? – Die Energieeinsparungen im Überblick

Die Einsparung durch den gesunkenen Stromverbrauch beträgt beachtliche 5.800 Euro pro Jahr. Darüber hinaus wird auch beim für die Heizung verwendeten Erdgas eingespart. Hier ist der Verbrauch um 20 % gesunken.



Nahkauf Schramm in Potsdam

- Erweiterung der Verkaufsfläche von 600 auf 900 Quadratmeter
- alte Kühlregale ohne Türen und mit Leuchtstoffröhren ersetzt durch Regale mit Türen, Lüftern, LED-Beleuchtung und Nutzung von Abwärme
- Auf Verkaufsfläche Beleuchtung komplett auf LED umgestellt
- Neue Gefriertruhen mit LED-Beleuchtung und Selbstabtauungsautomatik

Ergebnis: Verbrauch von 80% weniger Wärme, 50% weniger Strom, trotz Vergrößerung der Verkaufsfläche um 1/3

Rechnet sich das? – Das Investitionsmodell von Nahkauf Schramm

Michael Schramm hat kräftig in energiesparende Technologien investiert. Insgesamt 314.000 Euro hat das Maßnahmenkonzept veranschlagt. Aber: Über ein Drittel der Investitionen konnten durch Förderungen des Bundes und des Landes Brandenburg abgedeckt werden!

MASSNAHMEN	KOSTEN	ABZGL. FÖRDERUNG	EIGENANTEIL
Beratung	10.000 €	Bundesförderung für Energieberatung im Mittelstand 80% – 8.000 €	2.000 €
Umbau Kälte- und Klimatechnik	270.000 €	Förderung ILB REN-PLUS – 121.000 €	149.000 €
Umbau Licht/LED	34.000 €	Keine Förderung --	34.000 €
		Energieeffizienzpreis 2018 Land Brandenburg – 5.000 €	–5.000 €
	314.000 €	– 134.000 €	180.000 €

Rechnet sich das? – Die Energieeinsparungen im Überblick

Beeindruckend: Umgerechnet auf die vergrößerte Verkaufsfläche verbraucht Michael Schramms neues Anlagenkonzept 80 % weniger Wärme und 50 % weniger Strom. Und das rechnet sich! Die Energiekosten sind um 14.500 Euro jährlich gesunken und das obwohl sich die Verkaufsfläche vergrößert hat. Das ist gut fürs Geschäft und gut für das Klima.



Modehaus Bruns in Neuruppin

- 600 Quadratmeter Ladenfläche
- Im Sommer hohe Temperatur im Laden durch direkte Sonneneinstrahlung durch Schaufenster und Lichthof sowie herkömmliche Beleuchtung
- Installation von Markisen mit automatischer Steuerung -> optimale Nutzung von Tageslicht und Reduzierung der Innentemperatur
- Umstellen auf LED-Beleuchtung
- Installation von 130 Quadratmetern PV-Anlage auf dem Dach deckt 1/3 des Strombedarfs

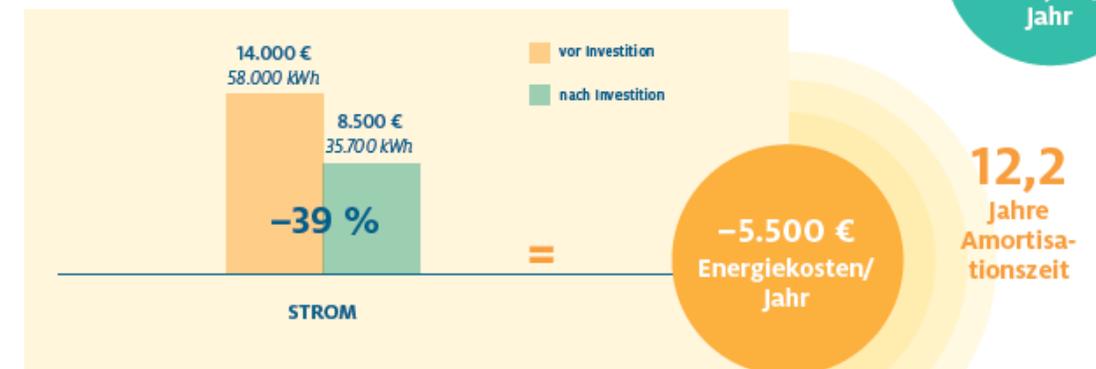
Rechnet sich das? – Das Investitionsmodell des Modehauses Bruns

Die Zahlen sprechen für sich: Die Investitionen in die moderne Beleuchtungsanlage waren der größte Posten. Am kostenintensivsten war dabei jedoch nicht die LED-Technologie, sondern das gesamte System aus modernem Lichtdesign und Innenmarkisen. Carlo Focke hat keine Förderungen in Anspruch genommen, sondern nur einen handelsüblichen Kredit, dessen Raten zu großen Teilen durch die Energieeinsparungen gedeckt werden. Energieeffizienz rechnet sich, auch ohne Fördergelder.

MASSNAHMEN	FÖRDERUNG	KOSTEN
Photovoltaikanlage	<i>„Für die Finanzierung unserer Solaranlage, habe ich einen handelsüblichen Kredit mit 0,5% Verzinsung genutzt. Bei dem was wir nun an Strom produzieren und einsparen, finanziert sich die Anlage quasi von selbst.“</i> Carlo Focke, Inhaber Modehaus Bruns	15.000 €
LED-Beleuchtung		42.000 €
Beschattung		10.000 €
	 -- 	67.000 €

Rechnet sich das? – Die Energieeinsparungen im Überblick

Das hat sich gelohnt: Satte 39 % weniger Energieverbrauch und eine Einsparung von 5.500 Euro im Jahr. Und nicht nur das. Mit dem Umbau hat das Modehaus auch noch ein modernes und sehenswertes Lichtsystem erworben, das nicht nur die Kleidung, sondern das ganze Unternehmen im rechten Licht erscheinen lässt.





Unternehmen:
Biomare GmbH,
Filiale Leipzig-Connewitz

Branche:
Bio-Lebensmittelhandel

Klimatechnologien:
Kälteanlage, LED



Verkaufsfläche: 556 m²

Mitarbeitende: 21



„Wenn, dann richtig!“,

... dachte sich Geschäftsführer und Gründer der drei Biomare-Supermärkte in Leipzig Malte Reupert und investierte umfangreich in energiesparende Technologien.

Die drei Biomare-Supermärkte in Leipzig stehen mit ihrem Angebot aus regionalen Bioprodukten für gelebte Nachhaltigkeit. Dazu gehört neben dem Sortiment auch die ressourcensparende Bewirtschaftung der Verkaufsflächen mit einem reduzierten Energieverbrauch sowie die Umsetzung umfangreicher Klimaschutzmaßnahmen. Dass sich energetische Sanierungen schnell auch wirtschaftlich lohnen, stellte Reupert bei einem ersten Umbau in seiner Filiale in Connewitz fest. Die erheblichen Einsparungen durch Umrüstung auf LED-Beleuchtung und Wärmerückgewinnung aus der Kälteanlage motivierten den Kaufmann, an weiteren Standorten engagiert weiterzumachen.

Energieeinsparung als Baustein einer umfassenden Klimastrategie

WÄRMERÜCKGEWINNUNG AUS DER KÄLTEANLAGE

Der Standort Connewitz diente als Modell für zwei weitere Filialen. Inzwischen wird an allen Standorten der Warmwasserbedarf zu 100 % aus zurückgewonnener Wärme der Kälteanlage gedeckt. Dabei kann am Standort Connewitz nicht nur der Bedarf von Biomare gedeckt werden: Auch die anderen Mietparteien im Gebäude erhalten warmes Wasser durch die Wärmerückgewinnung.



Die alten Leuchtmittel auf Basis von Metall- und Quecksilberdampf („Leuchtstoffröhren“) wurden auf LED umgerüstet. Dabei konnte nicht nur Energie gespart, sondern zusätzlich auch die Lichtleistung erhöht werden.

UMRÜSTUNG DER LADENBELEUCHTUNG AUF LED



Rechnet sich das? – Das Investitionsmodell von Biomare Connewitz

Die Gesamtinvestition in Energiesparmaßnahmen im Markt Connewitz beläuft sich auf 30.386 Euro. Hierbei wurde keine Förderung in Anspruch genommen. Trotzdem rechnen sich die Maßnahmen, da der Energieverbrauch – und damit die Energiekosten – deutlich gesenkt werden konnten. Insgesamt fallen pro Jahr 6.400 Euro weniger Energieausgaben an.

MASSNAHMEN	KOSTEN	ABZGL. FÖRDERUNG	EIGENANTEIL
Umrüstung der Beleuchtung auf LED	24.186 €	Zur Finanzierung der Maßnahme wurde keine Förderung in Anspruch genommen.	24.186 €
Wärmerückgewinnung aus der Kälteanlage	6.200 €		6.200 €
	30.386 €	 --	 30.386 €

Rechnet sich das? – Die Energieeinsparungen im Überblick

Die Einsparung durch den gesunkenen Stromverbrauch beträgt beachtliche 5.800 Euro pro Jahr. Darüber hinaus wird auch beim für die Heizung verwendeten Erdgas eingespart. Hier ist der Verbrauch um 20 % gesunken.

