



EHI-Studie

Energie- management im Einzelhandel 2014

Daten, Fakten, Hintergründe aus
der empirischen Forschung



Vorwort



Liebe Leserinnen und Leser,

die Umstellung des Energiesystems auf eine nachhaltigere Energieversorgung, stellt für alle beteiligten Akteure eine erhebliche technische, politische und gesellschaftliche Herausforderung dar. Zusätzlich zu dieser ohnehin schon anspruchsvollen Aufgabe, wirken sich vermehrt die von der EU-Kommission vorgegebenen Energie- und klimapolitischen Rahmenbedingungen auf die nationalen Gesetzgebungen aus. Die Unternehmen sind in diesem Zusammenhang insbesondere von der europäischen Energieeffizienz-Richtlinie betroffen, die eine EU-weite Senkung des Primärenergieverbrauchs von 20 Prozent bis 2020 fordert. Aus diesem Grund muss auch der Einzelhandel zukünftig verstärkt mit gesetzlichen Auflagen und anderen energiepolitischen Instrumenten rechnen, die Anreize zur Energieeinsparung schaffen sollen.

Für jedes einzelne Handelsunternehmen ist es besonders wichtig, die eigenen Erfolge aus Energieeffizienzprojekten in Relation zu den Erfolgen der gesamten Handelsbranche setzen zu können, um eine möglichst realistische Einschätzung über den eigenen Status, sowie mögliche Einsparpotenziale zu bekommen. Für die Branche insgesamt, ist eine Vergleichsmöglichkeit zu anderen Branchen besonders relevant. Referenzwerte, die einen Vergleich mit anderen Branchen ermöglichen, können z.B. bei den oben genannten oder ähnlichen energie- und klimapolitischen Fragestellungen als Diskussionsgrundlage verwendet werden.

Bereits seit 2008 stellt das EHI mit seiner Energiestudie jährlich umfassende Hintergrundinformationen 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 einen tiefen Einblick in energierelevante Unternehmensprozesse und informiert über aktuelle Themen, Trends und Erwartungen zum Energiemanagement im Einzelhandel. Allen an dieser Studie beteiligten Unternehmen gilt unserer herzlicher Dank für die kooperative und offene Bereitstellung der Erhebungsdaten.

Köln, im November 2014



Claudia Horbert
Leiterin Fachbereich
Ladenplanung + Einrichtung
EHI Retail Institute



Benjamin Chini
Projektleiter
Forschungsbereich
Energiemanagement
EHI Retail Institute

Inhalt



Vorwort	4
Zusammenfassung	8
Ziele und Methodik der Untersuchung	10
Erhebungsmethode	11
Struktur der Studienteilnehmer	12
Energiekosten im Einzelhandel	14
Höhe der Energiekosten im Einzelhandel	15
Entwicklung der Energiekosten im Einzelhandel	18
Energieverbrauch im Einzelhandel	20
Aufteilung des Energieverbrauchs nach Verbrauchsträgern im Food-Handel	23
Aufteilung des Energieverbrauchs nach Verbrauchsträgern im Nonfood-Handel	23
Projekte zur Energieoptimierung	24
Haupttreiber für Energieeffizienzprojekte	25
Einordnung von Maßnahmen zur Energieoptimierung im Handel	25
Beleuchtung	28
Kühlung im Lebensmittelhandel	30
Eigenenergieversorgung	34
Investitionen in Energieeffizienzmaßnahmen	36
Fazit	42
Abbildungs- und Quellenverzeichnis	44
Impressum	46

Zusammen- fassung



Zusammenfassung

Steigende Energieeffizienz: Beleuchtung und Kältetechnik vorne

Die Energiekosten im Einzelhandel sind in 2014 im Vergleich zum Vorjahr um 6,4 Prozent gesunken. Als Hauptgrund für diese Entwicklung werden von den befragten Händlern präventive Maßnahmen wie der Einsatz von effizienterer Kältetechnik, verglasten Kühltheken oder auch die energiesparsame Beleuchtung LED angegeben.

Die Energiekosten pro Quadratmeter Verkaufsfläche im Food-Handel in 2014 belaufen sich auf knapp 59 Euro, während sie im Vorjahr noch bei knapp 63 Euro lagen. Im Nonfood-Handel liegen sie pro Quadratmeter Verkaufsfläche bei knapp 34 Euro im Vergleich zu 36 Euro in 2013.

Trotz dieser Kostensenkung in 2014, ist unter Berücksichtigung der Vorjahre bei den Ausgaben für Energie ein insgesamt ansteigender Kostenverlauf zu erkennen. Zudem rechnet der überwiegende Teil der Händler in den kommenden 3 Jahren mit einem weiteren Anstieg der Energiepreise. Die Bereitschaft in energieeffiziente Anlagen zu investieren ist daher weiterhin sehr hoch. 56 Prozent der befragten Händler gaben an, dass ihre spezifischen Energiekosten in 2014 im Vergleich zum Vorjahr trotz insgesamt gestiegener Energiepreise gleich geblieben oder sogar gesunken sind. Als Gründe für diese Entwicklung nannten sie vor allem die energiesparenden Auswirkungen, die in den Vorjahren umgesetzten Energieeffizienzmaßnahmen.

Mit 44 Prozent gab weniger als die Hälfte der befragten Händler an, dass ihre Energiekosten im Vergleich zum Vorjahr gestiegen seien. Für den Anstieg wurden insbesondere die hohen staatlichen Abgaben, allen voran die EEG-Umlage, verantwortlich gemacht.

Sowohl im Food- als auch im Nonfood-Handel gibt es eine sehr hohe Investitionsbereitschaft in Energieeffizienzmaßnahmen. Bei der Beleuchtung besteht mit mehr als 90 Prozent der Befragten über beide Branchen hinweg die höchste Investitionsbereitschaft.

Der Bereich Kältetechnik stellt mit 45 Prozent den größten Energieverbraucher dar. Im Lebensmitteleinzelhandel planen daher knapp 88 Prozent in Tiefkühlung und 75 Prozent in Normalkühlung zu investieren. Über 56 Prozent Nonfood-Händler stufen Investitionen in Klimatisierung und Lüftung als besonders relevant ein.

Ein für die Zukunft äußerst wichtiges Thema, ist vor dem Hintergrund der neuen F-Gas-Verordnung, die eine stufenweise Reduzierung von Kältemitteln mit erhöhtem Treibhauspotenzial bis 2030 vorschreibt, der Einsatz von natürlichen Kältemitteln. Hierbei wird der CO₂-Technik eine besondere Relevanz zugeschrieben. Alle befragten Food-Händler sind sich einig, dass sich die CO₂-Technik langfristig gegenüber anderen Kältemitteln durchsetzen wird.

Betrachtet man die Belastung des Strompreises mit Steuern und Abgaben im Zeitablauf von 1998 bis 2014, so fällt auf, dass die staatlichen Abgaben in 2014 auf das 15-fache des Wertes von 1998 angestiegen sind. Der größte Anteil dieses Anstiegs wird durch die Entwicklung der EEG-Umlage begründet. Allein die Kosten zur Finanzierung der EEG-Umlage betragen in 2014 23,59 Mrd. Euro. Der Sektor Gewerbe, Handel Dienstleistungen hat hierzu mit rund 4,5 Mrd. Euro etwa 20 Prozent beigetragen¹ (s. Abb. 3).

Trotz dieser weiter steigenden Belastungen, zeigt das Ergebnis der vorliegenden Studie eine bemerkenswerte Entwicklung.

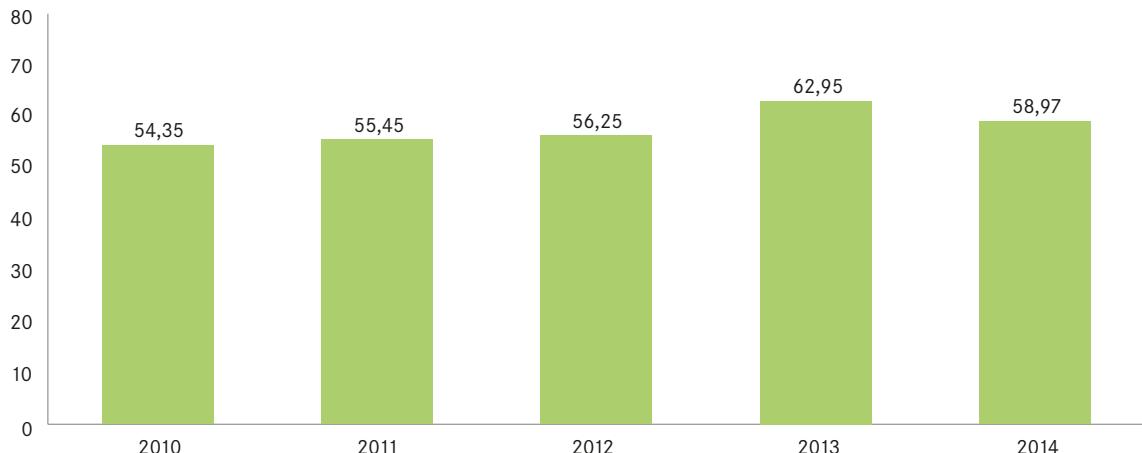
Die Energiekosten sind im Einzelhandel in 2014 im Vergleich zu 2013 um 6,4 Prozent gesunken.

Die Energiekosten pro Quadratmeter Verkaufsfläche im Food-Handel in 2014 belaufen sich auf 58,97 Euro, während sie im Vorjahr noch bei 62,95 Euro lagen (s. Abb. 4).

Höhe der Energiekosten (Strom, Gas, Heizöl etc.) im Food-Handel (2010–2014)

(Abb. 4)

in Euro je qm VKF



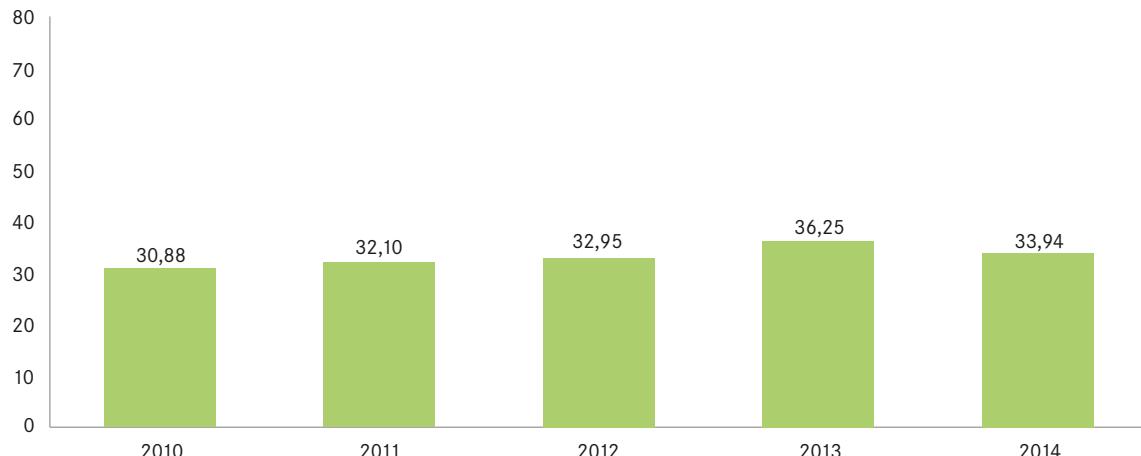
Quelle: EHI

¹ Vgl. BDEW Strompreisanalyse, Juni 2014, S.30

Höhe der Energiekosten (Strom, Gas, Heizöl etc.) im Nonfood-Handel (2010–2014)

(Abb. 5)

in Euro je qm VKF



Quelle: EHI

Im Nonfood-Handel liegen sie pro Quadratmeter Verkaufsfläche bei 33,94 Euro im Vergleich zu 36,25 Euro in 2013 (s. Abb. 5).

Legt man eine Gewichtung nach Quadratmetern zu grunde, so fällt die Kostensenkung im Food-Handel etwas geringer und im Nonfood-Handel deutlich stärker aus. Dies zeigt, dass die Filialisten im Food-Handel im Vergleich zu den kleineren Händlern das Ergebnis ge-

ringfügig verschlechtern. Im Nonfood-Handel ist dieses Verhältnis umgekehrt. Hier liegen die Unternehmen, die den größten Anteil an der Gesamtverkaufsfläche ausmachen mit ihren Energiekosten weit unter dem hier ermittelten Durchschnittswert nach Anzahl der Unternehmen. Nimmt man die Gewichtung nach der Verkaufsfläche vor, so betragen die Energiekosten pro Quadratmeter im Food-Handel 62,01 Euro und im Nonfood-Handel 30,31 Euro.

Abbildung	1	Aufteilung der Studienteilnehmer in Food- und Nonfood-Händler	12
Abbildung	2	Branchenzugehörigkeit der befragten Handelsunternehmen	13
Abbildung	3	Strompreisbelastung durch Steuern und Abgaben von 1998 bis 2014	14-15
Abbildung	4	Höhe der Energiekosten (Strom, Gas, Heizöl etc.) im Food-Handel (2010–2014)	16
Abbildung	5	Höhe der Energiekosten (Strom, Gas, Heizöl etc.) im Nonfood-Handel (2010–2014)	17
Abbildung	6	Gründe für das Ausbleiben eines Anstiegs der Energiekosten in 2014	18
Abbildung	7	Prognose der Entwicklung der Energiepreise innerhalb der kommenden 3 Jahre	19
Abbildung	8	Anteil des Energieverbrauchs nach Unternehmensbereichen (Food)	21
Abbildung	9	Anteil des Energieverbrauchs nach Unternehmensbereichen (Nonfood)	21
Abbildung	10	Stromverbrauch in kWh pro qm/VKF im Jahr	22
Abbildung	11	Heizenergieverbrauch in kWh pro qm/VKF im Jahr	22
Abbildung	12	Aufteilung des Energieverbrauchs nach Verbrauchsträgern (Food)	23
Abbildung	13	Aufteilung des Energieverbrauchs nach Verbrauchsträgern (Nonfood)	23
Abbildung	14	Anteil der LED-Beleuchtung an der Gesamtbeleuchtung nach Einsatzgebieten (Food- und Nonfood-Handel)	29
Abbildung	15	Anteil der Glasabdeckungen bei Tiefkühlung (TK) und Normalkühlung (NK)	31
Abbildung	16	Zukünftiger Einsatz von natürlichen Kältemitteln	32
Abbildung	17	Kältemittelleinsatz in der Tiefkühlung (Kühlregale, Truhen und Kühlhäuser)	33
Abbildung	18	Kältemittelleinsatz in der Normalkühlung (Kühlregale, Truhen und Kühlhäuser)	33
Abbildung	19	Ausbau der Eigenenergieversorgung	35

Abbildung	20	Investitionsbereitschaft in effizientere Systeme und Anlagen (Food)	37
Abbildung	21	Erwarteter Anstieg der Investitionen in Kältetechnik bis 2030 aufgrund der neuen F-Gas-Verordnung	38
Abbildung	22	Investitionsbereitschaft in effizientere Systeme und Anlagen (Nonfood)	39
Abbildung	23	Höhe der Investitionen in Energieeffizienzmaßnahmen innerhalb der letzten 5 Jahre	40
Tabelle	1	Priorisierung von zukünftigen Energieeffizienzmaßnahmen im Food-Handel (mit geschätzter Einsparwirkung)	26
Tabelle	2	Priorisierung von zukünftigen Energieeffizienzmaßnahmen im Nonfood-Handel (mit geschätzter Einsparwirkung)	27

Grafik auf Seite 11 wurde in Anlehnung an:

BDEW, 2014, BDEW-Strompreisanalyse Juni 2014 – Haushalte und Industrie, URL: <https://www.bdew.de/internet.nsf/id/20140702-pi-steuern-und-abgaben-am-strompreis-steigen-weiter-de> Abrufdatum: 26.11.2014 erstellt.



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
Gladbacher Straße 45
50672 Köln

Copyright© 2014

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: 978-3-87257-433-6

Preis: 465,00 € zzgl. gesetzlicher MwSt.

Bildrechte:

Cover: Composing EHI, Fotolia (4: fiphoto, 6: Alexander Raths, 8: DerPaparazzo)