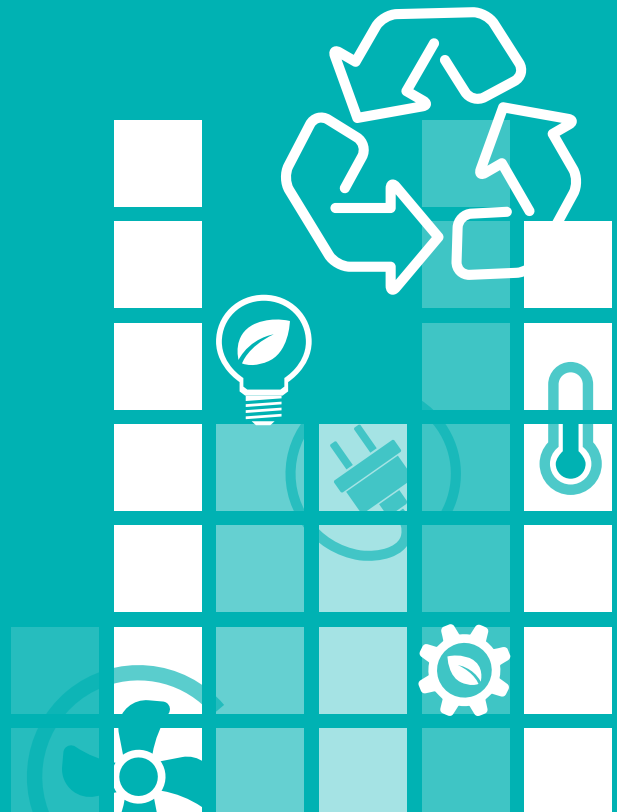


EHF-STUDIE

Energiemanagement im Einzelhandel 2022

Zentrale Energieverbrauchsdaten 2022

EHF





Liebe Leserinnen und Leser,

als das EHI vor mehr als zehn Jahren die erste Studie zum Energiemanagement im Einzelhandel veröffentlicht hat, waren steigende Kosten für Energie in den Unternehmen und Privathaushalten bereits ein ernst zu nehmendes Thema, und diese Entwicklung hat auch in den Folgejahren angehalten. Nun haben wir allerdings ein Niveau erreicht, das noch zum Ende des vergangenen Jahres niemand vorhergesehen hatte, und die Aussichten für die kommenden Monate sind nicht nur finster, sie sind tiefschwarz.

Zwar hat der Einzelhandel durch mächtige Investitionen in moderne Beleuchtungs- und Kühltchnik seinen Energieverbrauch pro Quadratmeter Verkaufsfläche in den letzten Jahren senken können, dadurch können aber die aktuellen Kostensteigerungen nicht annähernd kompensiert werden. Die Kosten für Strom und Wärmeenergie lassen die ohnehin geringen Renditen im Einzelhandel weiter sinken, Unternehmen werden durch steigende Energiekosten sogar in ihrer Existenz bedroht.

Basis dieser Studie ist die Befragung von Handelsunternehmen im Sommer 2022. Erhoben wurden der Energieverbrauch des vergangenen Jahres wie auch Einschätzungen zu den weiteren Kostenentwicklungen. Wegen der erheblichen Volatilität der Energiemärkte und der coronabedingten Schließungen im Einzelhandel im vergangenen Jahr können wir manche Analysen, insbesondere zum Nonfood-Handel, nicht in der üblichen Detailliertheit und in den gewohnten Zeitreihen

darstellen. Bei der Einschätzung zur weiteren Entwicklung können wir nur eine Momentaufnahme zur Zeit der Erhebung wiedergeben.

Die wesentlichen Basisdaten zum Energieverbrauch im Einzelhandel werden in dieser Studie detailliert dargestellt und können damit auch als Grundlage für unternehmerische und politische Entscheidungen genutzt werden.

Wir bedanken uns ganz herzlich bei den Vertreterinnen und Vertretern der Handelsunternehmen, die uns mit ihren individuellen Daten zum Energiemanagement unterstützt haben, damit wir ein Bild der Branche insgesamt zeichnen können.

Köln, November 2022

Benjamin Chini

Projektleiter Forschungsbereich
Klima + Energie
EHI Retail Institute



Cathrin Klitzsch

Projektleiterin E-Mobilität
EHI Retail Institute





Inhalt

2	VORWORT	14	ENERGIEKOSTEN UND ENERGIEEFFIZIENZ-INVESTITIONEN IM EINZEL-HANDEL
4	MANAGEMENT SUMMARY		
5	METHODIK UND STRUKTUR	14	Energiekosten und Einsparpotenzial
5	Methodik der Untersuchung	16	Steigerung der Energiebezugspreise und Handlungsspielraum
5	Struktur der Studienteilnehmenden	18	Energieeffizienzinvestitionen
8	ENERGIEVERBRAUCH IM EINZELHANDEL	19	Ausblick
10	Aufteilung des Stromverbrauchs nach Verbrauchsträgern	21	FAZIT
11	Stromverbrauchsentwicklung Food	22	ANHANG
12	Stromverbrauch ausgewählter Betriebstypen	23	Abbildungsverzeichnis
13	Wärmeenergieverbrauch nach Beheizungsarten	24	Impressum



Ein Großteil der in der vorliegenden Studie abgebildeten Grafiken ist in unserer Online-Statistik-Datenbank www.handelsdaten.de verfügbar und kann als xls-, pdf- und jpg-Datei heruntergeladen werden. Die Grafiken zum Thema „Energiemanagement“ finden Sie auf unserer Handelsthemenseite „Energiemanagement“ unter: <https://www.handelsdaten.de/handelsthemen/energiemanagement>





Management Summary

Die zentralen Energieverbrauchszahlen im Einzelhandel sind in dieser Studie erfasst. Betrachtet werden hier vor allem die Filialen des Einzelhandels aus den Bereichen Food und Nonfood und deren Verbräuche auf die Verkaufsfläche bezogen. Im Food-Handel liegt der durchschnittliche Stromverbrauch bei 308 kWh/qm Vkf. Im Nonfood-Handel liegt er mit durchschnittlich 91 kWh/qm Vkf aufgrund der weniger energieintensiven Anlagentechnik deutlich darunter. Der Wärmeenergieverbrauch liegt im Food-Handel bei durchschnittlich 84 kWh/qm Vkf und im Nonfood-Handel bei 48 kWh/qm Vkf. Die Verbrauchskennzahlen beziehen sich auf das Jahr 2021, in dem ein Großteil der Nonfood-Einzelhandelsformate sich monatelang in einem Lockdown befand, der insbesondere während der Heizperiode im Frühjahr coronabedingt erfolgen musste.

„Beim durchschnittlichen Stromverbrauch im Food-Handel pro Quadratmeter Verkaufsfläche ist ein kontinuierlich sinkender Trend zu beobachten.“

Benjamin Chini
EHI Retail Institute

Beim durchschnittlichen Stromverbrauch im Food-Handel pro Quadratmeter Verkaufsfläche ist ein kontinuierlich sinkender Trend zu beobachten. Im Erhebungsjahr 2017 lag der Stromverbrauch im Food-Handel noch bei 323 kWh pro Quadratmeter Verkaufsfläche. Die Einsparungen seitdem bewegen sich um etwa 1 Prozent durchschnittlich auf das Filialnetz bezogen. Einzelne Standorte können deutlich größere Einsparungen erzielen. Eine Schwierigkeit besteht zum Teil darin, angemieteten Altbestand, der in der Verantwortung der Vermieter liegt, zu sanieren und dabei die Amortisierung der Investitionen in einem Zeitraum bis zu 5 Jahren zu erlangen. Der gesteigerten Energieeffizienz stehen außerdem verbrauchsteigernde Trends, wie Handelsgastronomie oder wachsende gekühlte Sortimente, entgegen.

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 des eigenen Status und möglicher Einsparpotenziale zu bekommen. Für die Branche insgesamt ist die Möglichkeit eines Vergleichs mit anderen Branchen besonders relevant. Referenzwerte, die einen Vergleich mit anderen Branchen ermöglichen, können z. B. bei energie- und klimapolitischen Fragestellungen als Diskussionsgrundlage verwendet werden.



„Vor dem Hintergrund der internationalen Klimaziele erhält der nachhaltige Umgang mit Energie auch eine zunehmende gesellschaftliche Relevanz.“

Energieverbrauch im Einzelhandel

Der Energieverbrauch ist zentraler Bestandteil des Energiemanagements im Einzelhandel und wirkt sich über die Kosten pro verbrauchte Kilowattstunde nicht unerheblich auf den Unternehmenserfolg aus. Die hohe Bedeutung von Energieverbräuchen und -kosten im Einzelhandel ist vor allem auf die für die Branche typischen geringen Margen zurückzuführen. Durch den Angriffskrieg in der Ukraine, die resultierende Verknappung und enorme

Preissteigerung von Gas, Öl und Strombezug hat sich hier eine Dynamik entwickelt, die eine neue Dringlichkeit zur Substitution von nicht-erneuerbaren Energiequellen zur Folge hat. Vor dem Hintergrund der internationalen Klimaziele erhält der nachhaltige Umgang mit Energie auch eine zunehmende gesellschaftliche Relevanz. Dies betrifft nicht nur den Point of Sale, sondern schließt die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion über den Warentransport bis hin zum Verkauf der Ware mit ein. Im Rahmen dieser Studie ist der „Gesamtenergieverbrauch“ jedoch definiert als die Summe aus elektrischer Energie und Wärmeenergie, die zur Bewirtschaftung der Verkaufsflächen in den Filialen (inkl. Lagerflächen und Nebenräumen) anfällt. Sowohl die Energie, die außerhalb der Filiale verbraucht wird, als auch der Wasserverbrauch werden aus der Betrachtung ausgeklammert. Der Wasserverbrauch findet deshalb keine Berücksichtigung, weil die meisten Händler hierzu kaum Daten erfassen und somit i.d.R. keine sinnvoll auswertbaren Angaben machen können. Dies ist auf die untergeordnete Rolle des Wasserverbrauchs im Vergleich zu Strom und Wärme-



Definition des Gesamtenergieverbrauchs

Definition des Gesamtenergieverbrauchs: Summe aus elektrischer Energie und Wärmeenergie, die zur Bewirtschaftung der Verkaufsflächen in den Filialen anfällt.

Die gängige Kennzahl wird in Kilowattstunden (kWh) pro Quadratmeter (qm) Verkaufsfläche (Vkf) pro Jahr (a) angegeben:

$$\text{kWh}/(\text{qm Vkf} \cdot \text{a})$$

„Eine ganzheitlichere Betrachtungsweise gewinnt an strategischer Relevanz.“

Cathrin Klitzsch
EHI Retail Institute

energie zurückzuführen. Die Studie soll einen Einblick in die Verbrauchsstrukturen der filialisierten Handelswelt geben und in diesem Bereich mehr Transparenz schaffen.

Daten zur Gesamtenergiebilanz bzw. CO₂-Bilanz der Unternehmen sind derzeit noch schwer zu erheben. Eine ganzheitlichere Betrachtungsweise gewinnt jedoch an strategischer Relevanz und ist auch Gegenstand geplanter weiterer EHI-Studien.

Die Kennzahlen zum Stromverbrauch konnten in der gewünschten Form von allen befragten Unternehmen angegeben werden. Der Wärmeenergieverbrauch beruht teilweise auf Schätzungen der Studienteilnehmenden.

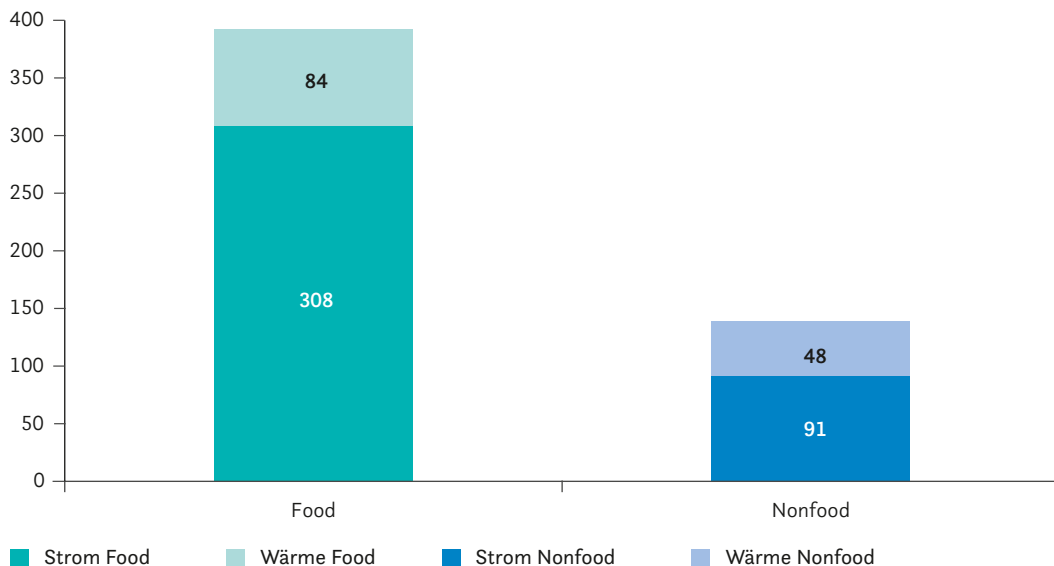
Der durchschnittliche Stromverbrauch im Food-Sektor beträgt 308 kWh/(qm Vkf · a), der durchschnittliche Wärmeenergieverbrauch liegt bei 84 kWh/(qm Vkf · a) (s. Abb. 3). Diese Durchschnittswerte schließen auch die verbrauchsärmeren Formate wie Discounter und Cash+Carry-Märkte mit ein. Der Stellenwert von Warenpräsentation und Einkaufserlebnis steigt in allen Formaten, insbesondere auch bei den Discountern.

Im Nonfood-Handel liegt der entsprechende Durchschnittswert für den Stromverbrauch bei 91 kWh/(qm Vkf · a) und für den Heizenergieverbrauch bei 48 kWh/(qm Vkf · a) (s. Abb. 3). Der Vergleich zu den Vorjahreswerten findet sich im Abschnitt „Stromverbrauchsentwicklung“.

Energieverbrauch Food und Nonfood

(Abb. 3)

in kWh pro qm Vkf pro Jahr



Basis Food: 28 Handelsketten/über 21.000 Filialen/über 29 Mio. qm Vkf

Basis Nonfood: 23 Handelsketten/über 10.000 Filialen/über 17 Mio. qm Vkf

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:INNEN

Cathrin Klitzsch, klitzsch@ehi.org
 Benjamin Chini, chini@ehi.org

LAYOUT

EHI Retail Institute GmbH

COPYRIGHT© 2022

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 begangen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

BESTELLMÖGLICHKEITEN

Tel. +49 221 57993-43
 vertrieb@ehi.org
 www.ehi.org/wissen/publikationen/

ISBN: 978-3-87257-576-0

PREIS: 195,00 € zzgl. gesetzlicher MwSt.

BILDRECHTE:

Cover: Composing EHI
 Seite 2: Alexander Rath/stock.adobe.com
 Seite 3: AA+W/stock.adobe.com
 Seite 4: lado2016/stock.adobe.com

IHRE ANSPRECHPARTNER:INNEN ZUM THEMA ENERGIE UND KLIMA



Benjamin Chini
 Projektleiter Forschungsbereich
 Klima + Energie
 EHI Retail Institute
 Tel. +49 221 57993-700
 chini@ehi.org



Cathrin Klitzsch
 Projektleiterin E-Mobilität
 EHI Retail Institute
 Tel. +49 221 57993-880
 klitzsch@ehi.org