Energiesparnetzwerk
des Berliner Handels

Gefördert durch:

BERLIN
Senatsverwaltung
für Umwelt, Mobilität,
Verbraucher- und Klimaschutz

BERLIN
Senatsverwaltung
für Wirtschaft, Energie
und Betriebe

ENERGIESPAR-
NETZWERK
DES BERLINER HANDELS

Handelsverband
Berlin-Brandenburg
HBB

Energiesparnetzwerk
des Berliner Handels

Impressum

Handelsverband Berlin-Brandenburg e. V. (HBB)
Energiesparnetzwerk des Berliner Handels
Mehringdamm 48
10961 Berlin
Telefon: (030) 881 77 38
Fax: (030) 881 18 65
E-Mail: info@hbb-ev.de

Redaktion
Phillip Haverkamp
Jelena Nikolic

Design
bernoh.de

Das Energiesparnetzwerk des Berliner Handels wird mit Mitteln des Berliner Energie- und Klimaschutzprogramms (BEK) gefördert.

Fotos
Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe (Portrait / S. 4)
Rolf Schulten (Spätkauf, BabyOne, Buchhandlung, Straßenszene / S. 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, .16, 17, 18, 19, 20, 21, 24, 27)
Thomas Rosenthal (WiDDA: S. 14, 15, 21)
Christine Fiedler (Portrait / S. 7)
Peter Adamik (Portrait / S. 24)
Klimaschutzoffensive des Handels (S. 22, 25, 26)
Handelsverband Berlin-Brandenburg e. V. (S. 5, 23)

INHALT

4 Grußworte

4 Stephan Schwarz, Senator für Wirtschaft, Energie und Betriebe

5 Björn Fromm, Präsident des Handelsverbands Berlin-Brandenburg e. V.

6 Das Energiesparnetzwerk des Berliner Handels

7 Interview mit Projektleiter Phillip Haverkamp

8 Unsere Effizienzchecks

10 Praxisbeispiele

10 Spätkauf by Baba

12 BabyOne Spandau

14 WiDDA berlin – Fair Fashion

16 Schmargendorfer Buchhandlung

18 Energiespartipps Kühlung

20 Energiespartipps Beleuchtung

22 Unsere Events

23 Projektpartner

23 Handelsverband Berlin-Brandenburg e. V.

25 Klimaschutzoffensive des Handels

26 co2online

GRUSSWORTE

Stephan Schwarz
Senator für Wirtschaft, Energie und Betriebe

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Berlin hat es sich zum Ziel gesetzt, zu einer klimaneutralen Stadt zu werden und reagiert damit wie andere Metropolen weltweit auf die Herausforderungen des globalen Klimawandels.

Ein wichtiger Baustein ist dabei, die Energieeffizienz zu steigern und insbesondere die kleinen und mittleren Betriebe der Berliner Wirtschaft für die Themen Energie und Klimaschutz zu sensibilisieren und ihre Effizienzpotenziale zu heben. Die Themen Energie und Klimaschutz sind mittlerweile für jedes Unternehmen von herausragender Bedeutung.

Daher freut es mich besonders, dass wir auf Initiative meines Hauses gemeinsam mit dem Handelsverband Berlin-Brandenburg und dem Handelsverband Deutschland das ‚Energiesparnetzwerk des Berliner Handels' ins Leben gerufen haben. Die Förderung des Projekts erfolgt im Rahmen des Berliner Energie- und Klimaschutzprogramms der Senatsverwaltung für Umwelt, Mobilität, Verbraucher- und Klimaschutz.

Mit dem Energiesparnetzwerk bieten wir gerade den kleinen und mittleren Händlerinnen und Händlern ein niedrigschwelliges Angebot, um sie für das Thema Energieeffizienz zu sensibilisieren. Gleichzeitig werden Kosten gespart und das Klima geschützt.

Die Erfahrungen zeigen, dass strategisches Energiemanagement gerade für den kleinen und mittleren inhabergeführten Einzelhandel aufgrund fehlender personeller und finanzieller Ressourcen oft eine Herausforderung darstellt.

Genau hier setzt das Energiesparnetzwerk an und unterstützt Sie mit einem passgenauen Informationsangebot sowie eigens für das Projekt entwickelten qualifizierten Effizienzchecks direkt vor Ort bei Ihnen im Geschäft!

Ihr

Stephan Schwarz

Björn Fromm
Präsident Handelsverband
Berlin-Brandenburg e. V.

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

der Klimawandel ist die größte gesamtgesellschaftliche Herausforderung der kommenden Jahre und Jahrzehnte. Auch der Einzelhandel steht als eine der großen Branchen in der Verantwortung. In einem Wirtschaftszweig, in dem Gewinnmargen traditionell gering und Subventionen weitgehend unbekannt sind, ist es unsere Aufgabe, Klimaschutz wirtschaftlich rentabel zu gestalten. Zukunftssicheres Wirtschaften ist nachhaltig und gewinnbringend.

Bereits jetzt hat der Einzelhandel seine CO_2-Emissionen im Vergleich zu 1990 um etwa 50 Prozent reduziert. Die großen Handelshäuser haben hier wertvolle Vorarbeit geleistet. Als Verband bilden wir die gesamte Struktur des Einzelhandels ab. Vom klassischen Berliner Späti über den inhabergeführten Mittelständler bis hin zu großen Kauf- und Warenhäusern sowie Supermarktketten. Mit dem Energiesparnetzwerk des Berliner Handels nutzen wir nun unser starkes Netzwerk, um das vorhandene Wissen und die Erfahrungen aus den Unternehmen einer breiten Basis zur Verfügung zu stellen.

Mit diesem bundesweit einzigartigen Projekt zeigen wir, wie auch der kleine und mittlere Einzelhandel bereits heute energieeffizient und klimaschonend wirtschaften kann. Uns ist dabei besonders wichtig aufzuzeigen, dass es oft kleinere Investitionen oder Verhaltensänderungen sind, die einen Unterschied machen.

Klimaschutz kann einfach sein. Klimaschutz kann wirtschaftlich sein. Diese Botschaften haben unsere Effizienzchecker im Gepäck. Wir zeigen praxisnah und klar auf, welche Investitionen sich lohnen, wie viel Energie eingespart werden kann. Das senkt die Kosten und schützt das Klima. Deshalb hat unser Projekt Vorbildcharakter. Wir freuen uns, unseren Teil beizutragen.

Ihr

Björn Fromm

DAS ENERGIESPARNETZWERK DES BERLINER HANDELS

Das Energiesparnetzwerk des Berliner Handels unterstützt kleine und mittelständische Einzelhändlerinnen und -händler bei Energieeinsparungen und Klimaschutzmaßnahmen. Das Projekt des Handelsverbandes Berlin-Brandenburg e. V., der Klimaschutzoffensive des Handels und co2online startete am 1. September 2020. Das Vorhaben wird mit Mitteln des Berliner Energie- und Klimaschutzprogramms 2030 (BEK) gefördert.

Klimaschutz auf vielen Ebenen

Mit einem Gebäudebestand von rund 520.000 genutzten Einheiten hat der Einzelhandel ein erhebliches Energieeffizienzpotenzial, wurden doch viele Gebäude errichtet, bevor gesetzlich vorgeschriebene Standards existierten. Viele Einzelhändler:innen haben die Energiesparmöglichkeiten erkannt und setzen vermehrt auf Photovoltaikanlagen auf ihren Filialdächern, dezentrale Energieversorgung durch Blockheizkraftwerke und Kraft-Wärme-Kopplung oder leisten durch Installation von E-Ladesäulen einen Beitrag zur Mobilitätswende. Und auch beim Neubau werden vermehrt ganzheitliche Green-Building-Konzepte umgesetzt, die den höchsten Nachhaltigkeitsstandards entsprechen.

Mehr Klimaschutz bei weniger Energiekosten

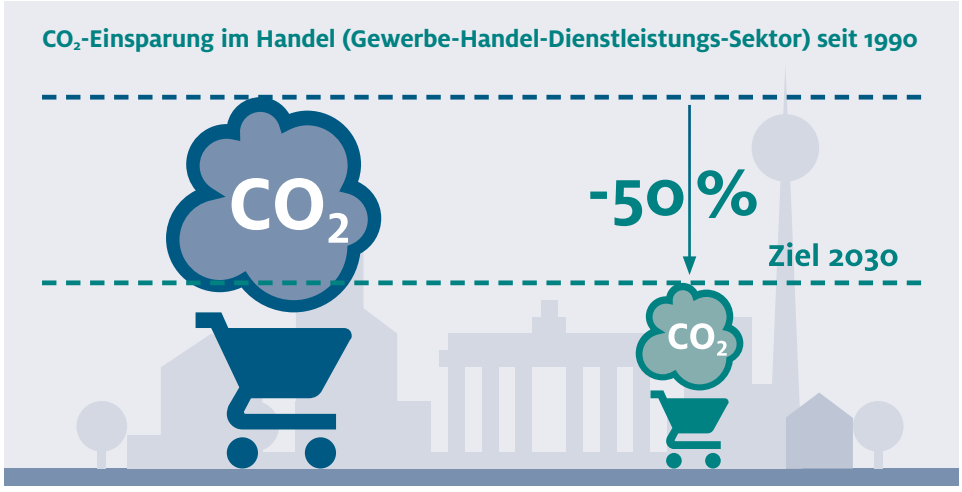
Schon jetzt hat der Einzelhandel in Deutschland so seinen **CO_2-Ausstoß im Vergleich zu 1990 halbiert**. Allerdings gibt es noch viele Einsparpotenziale, insbesondere bei den kleinen und mittleren Unternehmen. Doch im alltäglichen Geschäft haben viele Händlerinnen und Händler für die Beschäftigung mit den Themen Energieeffizienz und Klimaschutz kaum Zeit und Personal zur Verfügung.

Unser Effizienzchecker im Einsatz – optimal konfigurierte Kühlgeräte sparen bares Geld.

Hier setzt das Energiesparnetzwerk des Berliner Handels an: Wir bringen den Klimaschutz direkt in die Einkaufsstraßen, die Shopping Center und in die Straßenarbeitsgemeinschaften. Mit Effizienzchecks durch geschulte und erfahrene Experten, Workshops vor Ort und speziell auf den Einzelhandel angepassten Informationsmaterialien helfen wir konkret und praxisnah bei der Umsetzung von Energiesparmaßnahmen.

Mithilfe der Expertenteams von co2online zeigen wir Ihnen, wo in Ihrem Laden Energiefresser stecken, wie sich kleine Investitionen und Verhaltensänderungen schnell auszahlen und Ihre Kosten senken. Zudem bekommen Sie auf Wunsch Hinweise, wie Sie Ihre Investitionen mittels Förderprogrammen finanzieren können.

So einfach kann der Einstieg ins Energiesparen sein!



Interview

Phillip Haverkamp
Projektleiter

Der Politikwissenschaftler ist bereits seit 2016 beim Handelsverband Berlin-Brandenburg (HBB). Dort verantwortet er unter anderem die Themen Energie & Umwelt. In seiner Arbeit spielte dabei der direkte Austausch mit den Händler:innen stets eine wichtige Rolle. Diese Erfahrungen bringt er jetzt in das Energiesparnetzwerk ein.

Herr Haverkamp, was gab den Anstoß zur Gründung des Energiesparnetzwerks des Berliner Handels?

Phillip Haverkamp: Der Handel hat bereits wertvolle Erfahrungen auf dem Weg zur höheren Energieeffizienz gesammelt. So konnte der CO_2-Ausstoß schon deutlich gesenkt werden. Die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland bringt bereits seit 2017 Know-how zu Energieeffizienz und Klimaschutz zu den Handelsunternehmen. Klimaschutz und Einzelhandel passen zusammen, das Wissen ist vorhanden! Mit dem Energiesparnetzwerk des Berliner Handels richten wir uns jetzt direkt an die kleineren und mittleren Unternehmen bei uns in Berlin. Denn dort gibt es durchaus noch Einsparpotenziale – und Energieeffizienz spart bares Geld, das ist in diesen Zeiten wichtiger denn je.

Wo liegt die Besonderheit des Energiesparnetzwerks?

PH: Wir machen es unseren Händlerinnen und Händlern wirklich einfach. Unsere kostenlosen Effizienzchecks müssen nicht aufwändig beantragt werden. Qualifizierte Expert:innen kommen direkt ins Unternehmen und geben klare, einfache Hinweise und leicht umsetzbare Tipps. Uns ist aber vor allem wichtig herauszufinden: Wie schnell rechnen sich mögliche Investitionen? Schließlich soll am Ende nicht nur CO_2 gespart werden, sondern auch die Kosten sollen sinken.

Was macht Ihnen im Projekt am meisten Freude?

PH: Der direkte Kontakt mit den Händlerinnen und Händlern, die unsere Stadt prägen. Unsere Arbeit im Energiesparnetzwerk funktioniert nur, wenn wir ganz nah dran sind. Deshalb ist das Projekt auch so gut beim Handelsverband aufgehoben. Wir kennen unsere Branche, wir haben täglich Kontakt mit den Unternehmen. Deshalb vertrauen die Händler:innen uns und nehmen unsere Tipps an.

Wichtige Partner für Klimaschutz: Späti e. V. Vorsitzender Alper Baba mit Projektleiter Phillip Haverkamp

Unabhängig. Neutral. Kostenlos.

Mit unseren Effizienzchecks unterstützen wir Händler:innen dabei, die Energiekosten in ihrem Ladengeschäft zu senken. Egal ob Späti, Boutique oder Lebensmittelhandel – unsere Expert:innen zeigen direkt vor Ort, wo sich Energiefresser verstecken, wie sich kleine Investitionen schnell auszahlen und wie schon minimale Verhaltensänderungen die Energiekosten dauerhaft reduzieren.

Unsere Effizienzchecks werden von Expertenteams der gemeinnützigen Klimaschutzberatung co2online durchgeführt und sind durch Bereitstellung eines Gutscheins kostenlos.*

* Der Check wird im Rahmen einer De-minimis-Beihilfe gewährt und hat einen Gegenwert von 180 Euro. Förderfähig ist u.a., wer inklusive dieses Gegenwerts nicht mehr als 200.000 Euro Fördermittel in den letzten drei Steuerjahren erhalten hat.

Grundlage ist die Verordnung (EU) Nr. 1407/2013 über die Anwendung der Artikel 107 und 108 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf De-minimis-Beihilfen veröffentlicht im Amtsblatt der EU Nr. L 352/1

Was genau ist ein Effizienzcheck?

Ziel des Checks ist es, dass Händler:innen für ihr Geschäft maßgeschneiderte Tipps erhalten, wie sie ihren Energieverbrauch und damit Kosten senken können. Dabei wird der Fokus auf solche Maßnahmen gelegt, die wenig oder gar nichts kosten und sich so sehr schnell auszahlen. So wird Klimaschutz wirtschaftlich rentabel.

Kernelement ist eine Vor-Ort-Begehung des Geschäfts durch Energieexpert:innen von co2online, unsere Effizienzchecker.

Bei dem ca. einstündigen Besuch werden zunächst Details des Betriebsalltags erfragt, zum Beispiel Öffnungszeiten, Verkaufsfläche und Beheizung der Räumlichkeiten. Selbstverständlich können die Händler:innen auch ihre Wünsche und Vorschläge einbringen. Dann werden die einzelnen Energieverbraucher analysiert.

Der Schwerpunkt des Effizienzchecks ist das Aufzeigen von geringintensiven Maßnahmen, die hohes Einsparpotenzial haben. Bei einem Rundgang erheben wir Daten und Verbräuche des Ladens und untersuchen die wesentlichen Energieverbraucher.

So können wir am Ende der Begehung bereits eine erste Einschätzung zu dem wichtigsten Energieverbrauchern sowie möglichen Einsparmaßnahmen geben. Genauer erfahren es die Unternehmen einige Tage später in einem übersichtlichen Kurzbericht. Dort bekommen die Händler:innen außerdem Tipps zu Fördermöglichkeiten, damit sie besser einschätzen können, wie sie Energiesparmaßnahmen finanzieren können.

Richtig gedämmt? Gute Isolierung spart Heizkosten.

Energie sparen heißt Kosten sparen

Der Vorteil von Modernisierungsmaßnahmen liegt nicht nur in der Energie- und Kostenersparnis, sondern auch in der Reduzierung von Wartungskosten. Gleichzeitig werden – beispielsweise durch energieeffiziente Lichtkonzepte oder ein angenehmeres Raumklima – die Verkaufsflächen attraktiver für die Kund:innen. Und nebenbei können die Unternehmer:innen mit ihrem Engagement für den Klimaschutz auch Sympathie bei ihrer Kundschaft gewinnen.

All das funktioniert so einfach wie nur möglich: Es muss kein Antrag für eine Kostenübernahme des Effizienzchecks gestellt werden: Nach Erhalt eines Gutscheins über das Energiesparnetzwerk können Händler:innen einen Termin vereinbaren und die Effizienzchecker:innen schauen vorbei.

WAS STEHT IM KURZBERICHT?

- Bewertung der Verbrauchsdaten
- Darstellung des energetischen Zustandes der einzelnen Verbraucher
- Konkrete Maßnahmenvorschläge
- Kosten der Maßnahmen
- Mögliche Förderprogramme zur Unterstützung
- Wirtschaftlichkeit der Maßnahmen anhand der Amortisationszeit
- Tipps zur Umsetzung der Maßnahmen

Spätkauf by Baba

Der Spätkauf von Alper Baba ist eine Institution im Kiez. Die Menschen kennen den Berliner und seinen Späti in der Neuköllner Silbersteinstraße. Baba ist aber nicht nur Späti-Geschäftsführer, mit dem Berliner Späti e. V. hat er auch den ersten Verein seiner Branche gegründet. Rund fünf Jahre gibt es den Verein nun, über 100 Mitgliedsunternehmen haben sich mittlerweile zusammengefunden: Tendenz steigend.

Der Vorsitzende Baba erzählt, dass die Pandemie seiner Branche schwer zugesetzt habe. Die Touristen seien weggeblieben, auch die Berlinerinnen und Berliner seien viel weniger unterwegs. „Trotzdem möchten wir Verantwortung für unsere Stadt übernehmen. Durch das Energiesparnetzwerk des Berliner Handels und die praktischen Effizienzchecks schützen unsere Mitglieder das Klima und senken gleichzeitig ihre monatlichen Energiekosten – ein tolles Paket“, ergänzt der Spätibesitzer.

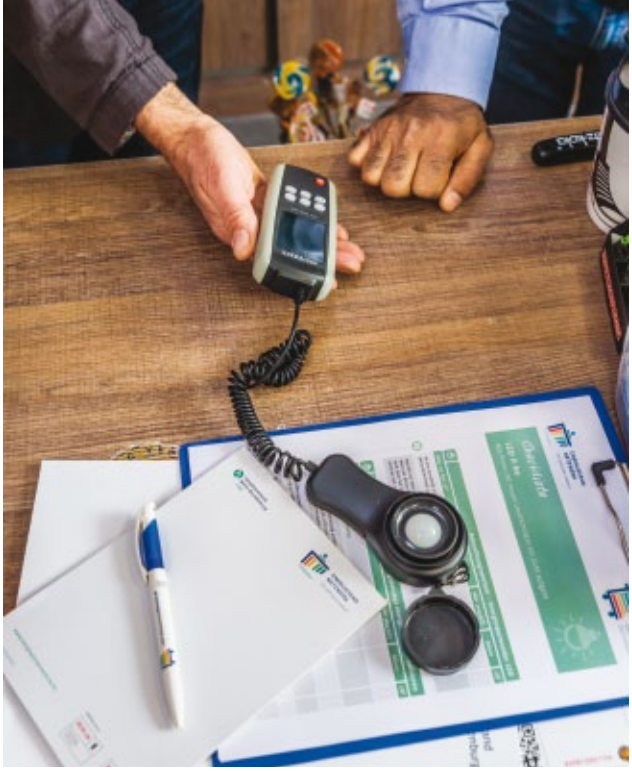
Späti e. V. – wichtiger Partner für das Energiesparnetzwerk

Phillip Haverkamp, Projektleiter des Energiesparnetzwerks Berlin, fügt hinzu: „Unser Projekt bringt den Klimaschutz direkt in die Einkaufsstraßen, zu den Händlerinnen und Händlern vor Ort. Deshalb ist der Berliner Späti e. V. mit seinem starken Netzwerk ein wichtiger Partner. Unsere Tipps und Tricks zum Energiesparen kommen so direkt dort an, wo sie benötigt werden.“

In seinem eigenen Späti ist Alper Baba mit gutem Beispiel vorangegangen. Durch den Einsatz moderner LED-Technik und effizienter Kühlgeräte spart der Händler nun einen wesentlichen Teil seiner Energiekosten und schützt gleichzeitig das Klima. Ganz zur Freude der Effizienzchecker vom Energiesparnetzwerk des Berliner Handels.

POTENZIALE BEI KÜHLGERÄTEN

- Reduzieren Sie im Winter Ihren Bestand an Kaltgetränken und Ihre Stromrechnung wird schmelzen.
- Passen Sie die Kühlzeit mithilfe von Zeitschaltuhren an Ihre Öffnungszeiten an.
- Vermeiden Sie die Positionierung von Kühlgeräten neben einer Heizung dies kann bis zu 30 Prozent mehr Strom kosten.
- Jedes Minusgrad mehr kostet Sie weitere 4 Prozent Energie.
- Bei älteren Kühlgeräten kann sich eine Neuanschaffung bereits nach wenigen Jahren lohnen. Achten Sie beim Kauf besonders auf die Effizienzklassen.



Ist die Kassenzone hell genug? Neue Beleuchtung schont das Klima und ist gut für die Augen.

„Kosten für LED-Beleuchtung haben sich schnell amortisiert“

Das Geschäft von Alper Baba befindet sich im Erdgeschoß eines klassischen Berliner Altbaus. Wie die meisten Spätkaufbetreiber ist er Mieter. Um Energiekosten zu sparen, musste also auf der verhältnismäßig kleinen Ladenfläche optimiert werden. Kurzerhand beseitigte der Geschäftsführer daher die beiden größten Energiefresser: alte Kühlgeräte und teure Beleuchtung. Durch lange Öffnungszeiten in den Abend- und Nachtstunden ist der Verbrauch durch die Beleuchtung besonders hoch.

Auch die Kühlschränke tragen einen großen Teil zur monatlichen Stromrechnung bei. Speziell im Sommer, wenn es heiß ist und die Berlinerinnen und Berliner ihre Abende gern auf den Bänken vor Babas Laden verbringen, muss die Kühlung Höchstleistungen erbringen. Jetzt beleuchten moderne LED den Späti im Neuköllner Norden. Mit diesen Energiesparwundern hat Alper Baba nicht nur seine monatlichen Ausgaben deutlich verringert, auch die Beleuchtung selbst ist besser geworden. Das freut die Kundinnen und Kunden. Neue und hocheffiziente Kühlgeräte verbrauchen weit weniger Strom bei besserer Leistung als die veralteten Kühlschränke.

Die Ausgaben für die Erneuerungen hat der Späti-Inhaber längst durch die monatlichen Ersparnisse ausgeglichen.

BabyOne Spandau

Über 1.200 Quadratmeter erstrecken sich Kinderwägen, Strampler, Spielzeug und alles was das Babyherz begehrt. Die BabyOne-Filiale in Spandau ist eine von vier weiteren in Berlin und über 100 Fachmärkten in der DACH-Region.

Die Zentrale des inhabergeführten Familienunternehmens mit mittlerweile über 30-jähriger Tradition liegt in Münster, geführt wird BabyOne in zweiter Generation von den Geschwistern Dr. Anna Weber und Dr. Jan-Willem Weischer. Der Geschäftsführer der Filialen in Berlin und Brandenburg, Thomas Völker, ist beinahe genauso lange dabei. „Ich gehöre praktisch zum Inventar“, sagt der 50-jährige und lacht. Völker hat BabyOne in den letzten Jahrzehnten maßgeblich mitgestaltet, bevor er der Liebe wegen aus dem heimatlichen Münsterland nach Berlin zog und hier Verantwortung für die Region übernahm.

Als der Westfale seine erste Filiale auf der grünen Wiese nahe der Heimat übernahm, gab es noch keine Babyfachmärkte. „Die Leute fragten mich: Was ist das? Wofür brauchen wir das?“, erzählt Völker heute. Doch seitdem hat sich der Markt rasant verändert und vor allem vergrößert: Kinderwägen, Autositze – all das sei nicht mehr vergleichbar mit den Produkten von früher. Die Auswahl, die technischen Möglichkeiten und auch der Anspruch der Eltern sind seither stetig gewachsen. Und wofür man hier einen Babyfachmarkt braucht, fragt heute niemand mehr.

Die Spandauer Filiale ist Berlins ältester BabyOne-Standort. Die Decken sind hoch, der Verkaufsbereich ist offen. Für eine einladende Atmosphäre braucht es neben ansprechender Warenpräsentation ein passendes Beleuchtungskonzept und moderne Belüftung. Die Produkte müssen gut erkennbar sein, gleichzeitig sollen Kundinnen und Kunden sich auf der großen Fläche wohl fühlen. Kurzum – die Aufenthaltsqualität muss stimmen.

2021 entschied Völker sich für eine großflächige Modernisierung. Das bereits vorhandene Stromschienensystem sollte weiter genutzt werden. So kann bei zukünftigen Änderungen in der Produktpräsentation oder im Sortiment die Beleuchtung ohne größere Investitionen flexibel angepasst werden.

Die alten Leuchtmittel ersetzte Völker vollständig und stellte auf energiesparende LED um. Das Konzept umfasst dabei im Wesentlichen eine Grundbeleuchtung, die auf der Fläche ein angenehmes Licht bietet und akzentuierende Strahler zur Zonenbeleuchtung. Das Zusammenspiel ermöglicht eine passgenaue Produktpräsentation, ist vollständig flexibel anpassbar und stellt gleichzeitig eine warme angenehme Atmosphäre auf der gesamten Fläche her. Ein modernes Lüftungssystem sorgt zusätzlich für angenehme Temperaturen und allzeit frische Luft.

Entscheidend war für Völker dabei auch in Nachhaltigkeit zu investieren. „Unsere Lebensmittel kaufen wir längst regional, wir verwenden ökologisches Waschmittel – ich habe drei Patenkinder, wie kann man da nicht an die Zukunft denken?“, fragt Völker. Klimaschutz ist ein wichtiger Bestandteil, bei dem jeder Schritt in Richtung Nachhaltigkeit zählt „Unsere Kundinnen und Kunden sind ja die Gesellschaft von Morgen“, fügt er hinzu.

> „Modernisierungsmaßnahmen waren Win-Win-Situation“

Das Ergebnis nach dem Umbau kann sich sehen lassen: Die Ladenfläche erstrahlt angenehm hell, die Produkte werden ins richtige Licht gerückt. „Wir haben die Zahl der Leuchtmittel deutlich erhöht und gestalten das Geschäft so viel freundlicher und heller“, berichtet Völker zufrieden. Gleichzeitig verbraucht seine Filiale nun 36 Prozent Strom pro Quadratmeter weniger. „Eine Win-Win-Situation“, freut sich der Geschäftsführer.

BabyOne-Geschäftsführer Thomas Völker (rechts) mit seinen engagierten Mitarbeiter:innen.

WOHLFÜHLFAKTOR LICHT

Lichtmanagement ist Voraussetzung für eine Beleuchtung mit Wohlfühlfaktor. Am besten orientiert sie sich am Tageslicht, denn dies **unterstützt den Schlaf-Wach-Rhythmus, trägt zu mehr Vitalität bei, fördert Wohlbefinden und Gesundheit, sorgt für mehr Leistungskraft.**

Eine biologisch wirksame Beleuchtung orientiert sich an wechselnden Helligkeiten und Lichtfarben (in Kelvin):

> 5.300 K → aktivierend

< 3.000 K → entspannend

NORMEN UND RICHTLINIEN FÜR RAUMLUFT IM HANDEL

DIN 10505	Diese Norm regelt die Anforderungen an die lüftungstechnische Ausstattung von marktoffenen und verkaufsoffenen Verkaufsstätten, in denen vorwiegend unverpackte Lebensmittel angeboten werden.
ASR A3.6	Diese Arbeitsstättenrichtlinie konkretisiert die Anforderungen an die Lüftung in Nicht-Wohngebäuden bzw. in Arbeitsstätten.
VDI 2082 Richtlinie	Die Richtlinie des Vereins Deutscher Ingenieure beruht auf DIN EN 15251 und DIN EN 13779 und regelt die Lüftung und Raumlufttechnik in Verkaufsstätten unabhängig von deren Größe.
DIN EN 12792	DIN Norm zur Lüftung von Gebäuden

WiDDA berlin – Fair Fashion

Eine Modeboutique mit Nachhaltigkeitsbericht dürfte selbst in der Fair-Fashion Branche nur selten zu finden sein. Sabine Kelle, Diplom Designerin, Ur-Berlinerin und Gründerin von WiDDA berlin zeigt damit klar ihre Prioritäten auf. Der Effizienzcheck des Energiesparnetzwerks des Berliner Handels kam da wie gerufen.

Slow, fair und nachhaltig – daran muss sich alles in der Friedrichshainer Boutique messen lassen. Und transparent soll es zugehen. WiDDA berlin geht es um einen ganzheitlichen Ansatz.

Die Designs des Labels entstehen bis heute im Atelier in Berlin-Friedrichshain. Für die Produktion verwendet das Team von WiDDA bewusst nachhaltige Materialien, die aus umweltschonenden Produktionen stammen und langfristig weder für die Natur noch im Wertstoffprozess der Kleidung schädlich sind. Hergestellt werden die Kollektionen in Berlin und in Polen. Dabei werden Kleinserien und Sonderanfertigungen in Berlin angefertigt und höhere Stückzahlen in Polen. Somit sichert WiDDA lokale Arbeitsplätze zu fairen Löhnen und Arbeitsbedingungen, die kontrolliert und überprüft werden. Außerdem werden lange Wege und damit CO_2-Emissionen vermieden. All das lässt sich auf der Webseite mit Onlineshop nachlesen – transparent eben.

Um den Energieverbrauch in ihrem Ladengeschäft und Atelier in Friedrichshain prüfen zu lassen, hat sich die Berlinerin für einen kostenlosen Effizienzcheck vom Energiesparnetzwerk des Berliner Handels entschieden.

„Wir machen regelmäßige Teamtrainings zum Thema Energieverbrauch und unsere Beleuchtung ist bereits auf sparsame LED umgestellt“, erklärt die selbständige Händlerin beim Effizienzcheck. Jetzt wolle sie wissen, wo möglicherweise noch Energiefresser versteckt seien.

Und tatsächlich wird der Effizienzchecker Salman Barakat fündig. Eines der verwendeten Bügeleisen braucht Starkstrom und ist die meiste Zeit im Standby-Modus. So verbraucht es etwa 500kWh im Jahr. Zum Vergleich: Ein handelsüblicher mittelgroßer A Kühlschrank verbraucht mit etwa 100kWh nur etwa 20 Prozent davon im Jahr.

„Hier lässt sich durch einfache Nutzungsänderung etwa die Hälfte im Jahr einsparen, ganz ohne Investitionskosten“, erklärt Barakat. Außerdem seien die Heizkosten vergleichsweise hoch. Auch hier seien laut Effizienzchecker Barakat Einsparungen von über 30 Prozent möglich, wenn effizient geheizt und gelüftet wird. Die Heizkörper selbst lassen sich als Mieter zwar nicht ohne weiteres modernisieren, aber Ladengestaltung und Verhalten spielen eine nicht zu unterschätzende Rolle. Außerdem kann sich etwa der Einbau zeitgesteuerter Thermostate lohnen.

In der Personalküche steht zudem ein über 10 Jahre alter Kühlschrank. Der Verbrauch eines Neugerätes liegt mehr als ein Drittel unter dem des etwas antiquierten Fundstücks.

Insgesamt ist der Energieexperte aber sehr zufrieden. Moderne LED-Technik beleuchtet den Laden, der Strom ist selbstverständlich grün. Außerdem zahlt sich aus, dass Sabine Kelle insgesamt auf nachhaltiges Bewusstsein setzt, auch bei ihrem Team. So achtet jede:r Mitarbeiter:in darauf, nicht zu viel Energie zu verbrauchen. Das rechnet sich. Und ein neuer Kühlschrank wurde auch angeschafft.

Hier wird selbst genäht! Bei nur zeitweise genutzten Geräten kann eine schaltbare Steckerleiste helfen.

Designerin und Inhaberin Sabine Kelle liegt der Klimaschutz am Herzen.

RICHTIGES HEIZEN UND LÜFTEN

- Rücken Sie Ihre Regale und Möbel nicht zu dicht an die Wände. Zwei bis drei Zentimeter Abstand sind optimal für einen guten Luftaustausch.
- Die optimale Temperatur auf Verkaufsflächen liegt zwischen 20 und 22°C.
- Gekippte Fenster sind wirkungslos, verschwenden Heizenergie und kühlen den Raum aus.
- Wenn Sie keine mechanische Belüftungsanlage besitzen und von Hand für Frischluft sorgen, öffnen Sie die Fenster weit und nur 5 bis 10 Minuten am Stück. Am effektivsten ist die Querlüftung.
- Besonders wirksam gegen Kälte, Hitze und dreckige Luft sind Türluftschleier. So können Türen im Sommer wie im Winter dauerhaft geöffnet bleiben und der Energieverbrauch von Heizung und Klimaanlage wird trotzdem reduziert.

Schmargendorfer Buchhandlung

Der offene und freundlich helle Raum der Schmargendorfer Buchhandlung lädt sofort zum Stöbern ein. Klar strukturiert und doch gemütlich. Die alten, massiven Holztische auf denen Inhaberin Sabine Kahl ihre Bücher präsentiert und die gemütlichen roten Lesesessel strahlen die für eine Buchhandlung so typische Ruhe und Gelassenheit aus.

Doch das war nicht immer so. Als die gelernte Buchhändlerin das Geschäft 2016 übernahm, war die Elektrik veraltet, die Fenster verbaut und der Grundriss verwinkelt. „Basis für den Umbau der Elektrik war ein alter Schaltplan von 1961“, erzählt Kahl, „da sind dem Elektriker fast die Tränen gekommen“. Also traf die gebürtige Essenerin eine Entscheidung. Kernsanierung, Grundrissänderung und mehr Energieeffizienz!

Investition in die Zukunft

Schnell summierten sich die zusätzlichen Investitionen auf 70.000 Euro. Im Zuge der Sanierungsmaßnahmen nutzte Kahl die Gelegenheit und vergrößerte die Verkaufsfläche von 150 auf immerhin 175 Quadratmeter. Die völlig veraltete Klimaanlage wurde in den Ruhestand versetzt. Die vorher völlig verbaute Fensterfront auf der Ladenrückseite dagegen ließ Kahl kurzerhand freiräumen. Durch zusätzliches Tagesslicht wirkt die Ladenfläche sofort offener und freundlicher. Doch damit nicht genug: Die einfache Möglichkeit Querzulüften und die Luftzirkulation deutlich zu erhöhen reichte aus, um auf eine neue Klimaanlage gänzlich zu verzichten. Ein echter Stromfresser weniger.

Gleichzeitig stellte Kahl die Beleuchtung fast komplett auf moderne LED Technik um. Im Vergleich zu veralteten Leuchtmitteln spart eine Modernisierung hier bis zu 90 Prozent des Verbrauchs und damit auch der Stromkosten. Trotz etwas höherer Anschaffungskosten lohnt sich ein Wechsel hier in der Regel schnell. Auch die deutlich verbesserte Lebensdauer dieser Technik spricht für einen Wechsel.

Für die Schmargendorfer Buchhandlung wirkten diese Maßnahmen wie eine Verjüngungskur. Viel Tageslicht, ergänzt durch schlauen Einsatz moderner LED Technik lassen den Verkaufsraum hell und freundlich wirken. Eine kühle Brise Frischluft ist auch für die Kundinnen und Kunden angenehmer, als künstlich klimatisierte Raumluft.

„Die Investition hat sich auf jeden Fall gelohnt“, bestätigt Kahl sofort. So konnte sie nach der Übernahme und Modernisierung das komplette Personal halten und plant auch zukünftig in ihren Laden zu investieren.

Die Investitionen der Inhaberin Sabine Kahl haben sich ausgezahlt.

Effizienzcheck zeigt weitere Einsparmöglichkeiten

Um auch bei der nächsten Investition die richtigen Entscheidungen zu treffen, nutzte die Unternehmerin einen Effizienzcheck vom Energiesparnetzwerk des Berliner Handels. Lohnt es sich, die verbliebenen Halogenstrahler zu ersetzen? Gibt es noch versteckte Stromfresser im Geschäft?

Und tatsächlich findet Effizienzchecker Salman Barakat noch ein paar Einsparmöglichkeiten. Der größte verbliebene Faktor sind wie von Kahl bereits vermutet einige Halogenstrahler. Der Effizienzcheck zeigt, dass eine Erneuerung sich hier in weniger als einem Jahr rechnet. Eine Modernisierung ist auf jeden Fall sinnvoll.

Darüber hinaus kann auch bei der bereits modernen Beleuchtung weiter gespart werden. Mit kluger Lichtsteuerung und Ausnutzung des vorhandenen Tageslichts lassen sich hier weitere 2.000 kWh sparen.

Langfristig empfiehlt Barakat noch beim Austausch von Servern, Druckern und anderen technischen Geräten auf modernste Technologie zu achten. Auch hier gibt es ordentliches Sparpotenzial, allerdings sollte der Austausch erst erfolgen, wenn die Geräte ausfallen.

Deutlich wird aber auch: In der Schmargendorfer Buchhandlung wird Nachhaltigkeit und Energieeffizienz mitgedacht, die Investitionen der Inhaberin haben sich ausgezahlt!

WENN KLIMAANLAGE, DANN RICHTIG

- Als Faustformel gilt: Für einen Quadratmeter Verkaufsfläche benötigt man rund 60 bis 100 Watt Kühlleistung – je nach Dämmung, Sonneneinstrahlung und inneren Wärmequellen.
- Bei der Regelung der Anlage sollten Sie z. B. zwischen Tag- und Nachtbetrieb unterscheiden.
- Ein zu hoher Volumenstrom verbessert Ihre Raumluftqualität nicht zusätzlich, sondern verbraucht nur mehr Energie.
- Durch Optimierungsmaßnahmen oder technische Verbesserungen lassen sich Kostenreduzierungen von bis zu 30 Prozent realisieren.

Clever Kühlen und das Klima schützen

Ob steckerfertig oder im komplexen Verbund – Kühlmöbel und Kältetechnik benötigen viel Energie. Fast die Hälfte der Stromkosten im Lebensmitteleinzelhandel gehen auf das Konto der Kältetechnik: für die Kühlung von Fleisch- und Milchprodukten oder Getränken, Tiefkühlkost sowie frischem Obst und Gemüse.

Die Motivation für die Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen ist daher in vielen Handelsunternehmen sehr groß. Insbesondere auch deshalb, weil Kundinnen und Kunden immer mehr gekühlte und tiefgefrorene Artikel sowie Convenience-Produkte nachfragen.

BEACHTEN SIE

In einem durchschnittlichen Lebensmittelgeschäft macht die gekühlte Fläche inzwischen 21 Prozent der Gesamtverkaufsfläche aus.

Nutzen Sie das Einsparpotenzial!

Energiekosten sparen mit moderner Kältetechnik

Kostengünstige Einsparungen lassen sich bereits durch richtiges Aufstellen und Beladen der Kühlmöbel sowie eine regelmäßige Wartung erzielen. Weitaus mehr Einsparpotenziale ergeben sich durch den Austausch veralteter Kühlmöbel durch moderne Modelle, die mit Glastüren, Rollos oder Regeltechnik ausgestattet sind und mit denen Verbrauchsdaten minutengenau erfasst werden können. Mit diesen Maßnahmen sind Stromkostensenkungen von 35 bis 50 Prozent möglich.

Einen viel größeren Hebel für den Klimaschutz im Lebensmitteleinzelhandel stellen jedoch Investitionen in eine moderne Systemtechnik sowie der Einsatz moderner Verbundkälteanlagen mit natürlichen Kältemitteln dar. Immer noch werden Anlagen mit synthetischen Kältemitteln betrieben, die ein sehr hohes Treibhausgaspotenzial aufweisen.

F-Gase-Verordnung und EU-Richtlinien treiben Klimaschutz voran

2014 trat die Verordnung über fluorierte Treibhausgase (F-Gase) in Kraft. Diese sieht vor, dass der Einsatz klimaschädlicher teilhalogenierter Fluorkohlenwasserstoffe (HFKW) bis 2030 stark begrenzt wird. 2022 werden im Rahmen der F-Gas-Verordnung weitere Verwendungsverbote wirksam, die insbesondere Kälteanlagen sowie Kühl- und Gefriergeräte betreffen.

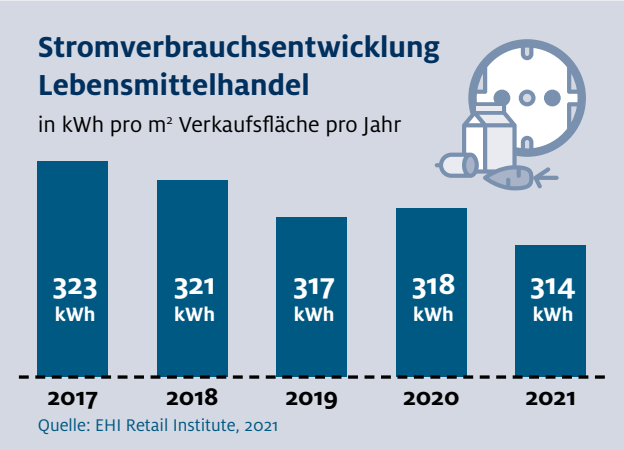
Den Klimaschutz im Kühlbereich treiben auch die EU-Richtlinien zu Ökodesign und Energiekennzeichnung voran. in Kraft, die auch gewerbliche Kühlmöbel betreffen. Letztere sieht vor, dass ab 2021 nur noch gewerbliche Kühlmöbel mit einem Energieeffizienzindex unter 100 und ab September 2023 unter 80 neu in Verkehr gebracht werden dürfen.

Natürliche Kältemittel im Einsatz

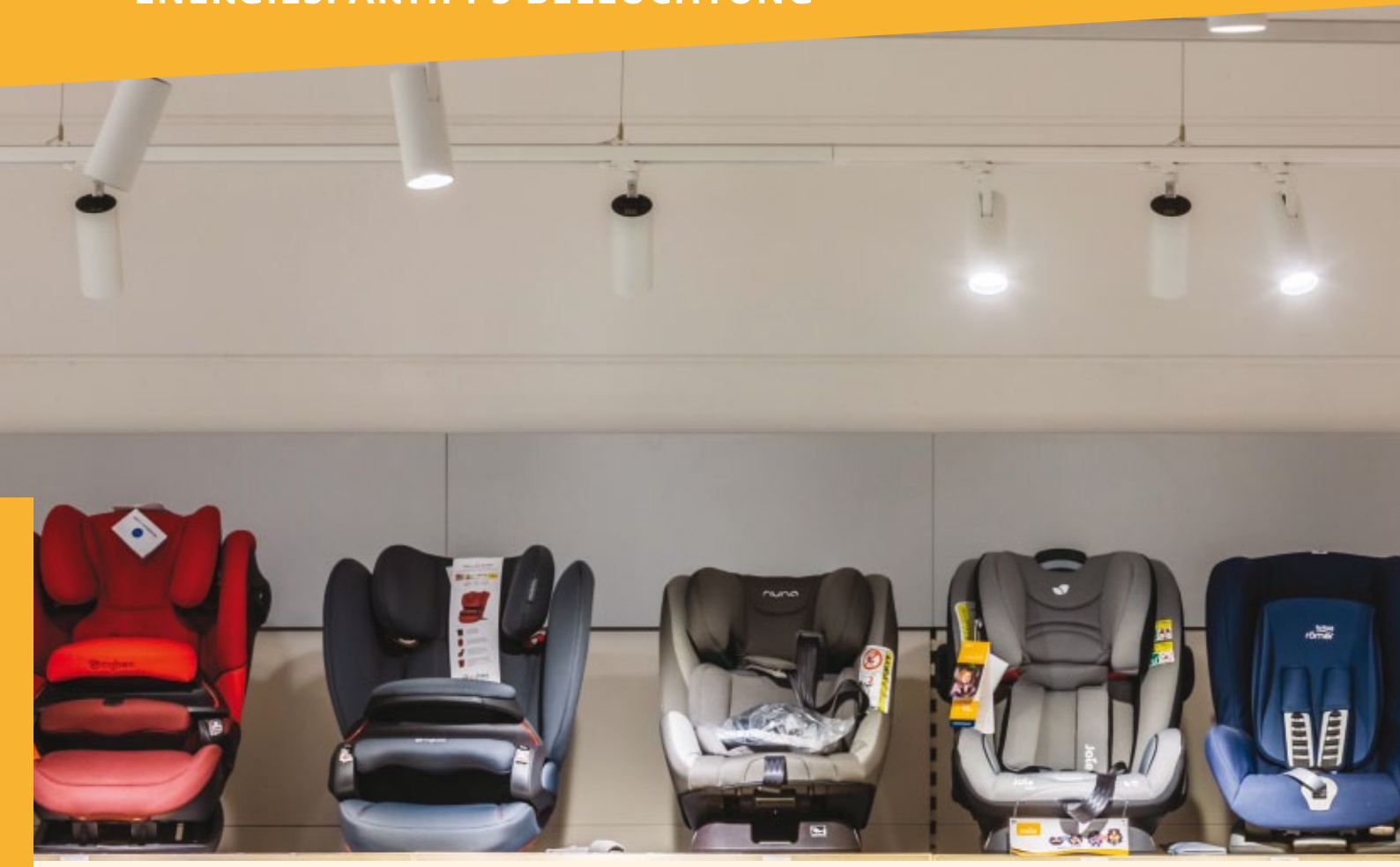
Ein Großteil der Lebensmittelhändler setzen bereits ausschließlich Kohlendioxid (CO_2 bzw. R744) als Kältemittel in neuen Verbundanlagen ein. Diese Kälteanlagen verfügen über ein weitaus geringeres Treibhausgaspotenzial und sind in Neubauten bereits Standard. Und: CO_2 als Kühlmittel hat den Vorteil, dass es praktisch unbegrenzt und günstig verfügbar ist.

Die kapitalintensive Umstellung der Kältetechnik in den Bestandsanlagen belastet den Einzelhandel angesichts allgemein steigender Energiekosten zusätzlich. Umso wichtiger ist es, die Kälteanlagen auf den neuesten Stand zu bringen, um langfristig Einsparpotenziale zu heben. Diese Investitionen können durch landes- und bundesweite Förderprogramme gestützt werden.

Mehr zum Thema Kühlung finden Sie auf der Webseite **http://energiesparnetzwerk.berlin**.



Alte Klimaanlagen sind energieintensiv. Hier können sich Investitionen auszahlen!



Alleskönner Licht

Ob kleiner Supermarkt oder Modegeschäft, Baumarkt oder Blumenshop: Licht trägt im Einzelhandel maßgeblich zum Verkaufserfolg bei. Licht ist Verkaufs- und Marketinginstrument zugleich, es transportiert Botschaften, Stimmungen und Gefühle, vermittelt Sicherheit und Orientierung.

Leider ist der Betrieb der vielen Lampen und Spots auch für einen Großteil des Stromverbrauchs verantwortlich. Daher ist der Austausch der Beleuchtung und insbesondere die Umstellung auf LED-Technik immer noch die wichtigste und effektivste Energieeffizienzmaßnahme in der Branche. Durch eine Umrüstung von konventionellen zu LED-Leuchten können – je nach bisher eingesetzter Technologie – bis zu 50 Prozent Energie eingespart werden bei Amortisationszeiten von rund 2 bis 3 Jahren. Bei sehr alten Glühlampen ist die Einsparung sogar noch höher.

LED spart bis zu 50 Prozent Energie

Doch nicht nur die energetischen Vorteile gegenüber herkömmlicher Beleuchtungstechnik sind enorm. Auch aus ästhetischer Sicht hat die LED-Technik im Verkauf und bei der Inszenierung von Produkten großes Potenzial. Dabei geht es nicht nur um die Beleuchtung des Verkaufsraums, der (Kühl-)Regale und Schaufenster, sondern auch um die Optimierung der Beleuchtung von Parkplätzen, Werbeschildern sowie Büro-, Lager- und Aufenthaltsräumen.

Ein innovatives Beleuchtungskonzept kann unmittelbar das Wohlbefinden und damit letztlich auch das Einkaufserlebnis für Kundinnen und Kunden beeinflussen. Immer mehr Händlerinnen und Händler erkennen die vielen Vorteile eines innovativen Beleuchtungskonzepts.

Spot an für die Stars in Ihren Regalen

Ob am Kleiderständer im Modehaus oder an der Obsttheke im Supermarkt: Waren und Produkte müssen attraktiv inszeniert werden. Dafür kommt der Trend von der Allgemeinbeleuchtung hin zu einer akzentuierenden Produktpräsentation genau richtig: Bei der Spotbeleuchtung beispielsweise ist die Bestrahlung immer speziell auf ein einzelnes Produkt oder eine Warengruppe fokussiert.

Für eine perfekte Showbeleuchtung der Stars im Regal kommen oft auch Lichtbänder zum Einsatz. So werden Waren hell erleuchtet, die Gänge und Verkehrszonen treten dezent in den Hintergrund. Im Vergleich zu flächigen Lichtlösungen werden hierbei deutlich weniger Leuchten benötigt.

Stromkosten sparen mit geschickter Lichtsteuerung

Nicht nur die Wahl der Leuchtmittel, auch eine intelligente Steuerung aller Lichtquellen ermöglicht merkliche Energieeinsparungen. Denn wie intensiv und wie lange künstliches Licht eingesetzt wird, kann durch Tageslichtsensoren, Bewegungsmelder und Zeitschaltuhren kontrolliert werden: Gespart wird Strom schließlich am meisten, wenn das Licht nur dann eingeschaltet wird, wenn es auch gebraucht wird.

Gerade beleuchtete Räume oder Gänge, in denen sich nicht rund um die Uhr jemand aufhält, sind große Energieverbraucher. Im Vergleich zu einer ungeregelten Beleuchtung kann mit einer zentralen Lichtsteuerung fast die Hälfte der Stromkosten (45 %) eingespart werden – je nach Standort, Gebäude und Nutzung. Sowohl im Food- als auch im Non-Food-Handel lassen sich Maßnahmen für bedarfsgerechte Beleuchtungskonzepte sehr gut umsetzen.

Mehr zum Thema Beleuchtung finden Sie auf der Webseite **http://energiesparnetzwerk.berlin**.

Schlicht, aber wirkungsvoll. Mit moderner Beleuchtung spart man schnell die Hälfte der Kosten.

DIE VORTEILE VON LED AUF EINEN BLICK

- Energieeinsparung von rund 50 %
- vielfältige Einsatzmöglichkeiten durch großen Spektralbereich
- tolle Akzentuierung der Waren durch Modulation der Lichtfarben
- Stoß-, Schock- und Vibrationsunempfindlichkeit
- geringe Wärmeentwicklung
- sofort volle Helligkeit
- hohe Lebensdauer von bis zu 50.000 Stunden
- sehr geringe Wartungskosten
- nahezu unbegrenzte Schalthäufigkeit
- kein Flackern der Lichtquelle

Richtig in Szene gesetzt – moderne Leuchtmittel unterstützen Ihre Warenpräsentation.

UNSERE EVENTS

Der direkte Austausch mit den Unternehmen liegt uns besonders am Herzen, denn für unsere Arbeit ist die Nähe zu den Händlerinnen und Händlern ein entscheidender Baustein. Dafür bieten wir eine Vielzahl an Veranstaltungsangeboten, um das Energiesparnetzwerk des Berliner Handels im kleinen Rahmen kennenzulernen. Seien es Händlerfrühstücke, Workshops oder After-Work-Treffen in Ihrer Einkaufsstraße oder bei Ihrem Geschäftsstraßenmanagement – wir organisieren für Sie das passende Event. Natürlich ist auch für das leibliche Wohl gesorgt. Interessierte Händlerinnen und Händler haben so die Möglichkeit, das Projekt in einer ungezwungenen Atmosphäre kennenzulernen und sich zugleich mit den Expert:innen und anderen Berliner Unternehmen zu vernetzen.

In unseren Workshops geben wir vor Ort einen detaillierten Einblick in unser Projekt und stellen unsere Projektpartner, die Klimaschutzberatung co2online und die Klimaschutzoffensive des Handels, vor. Gemeinsam mit den Expert:innen erklären wir den Ablauf der kostenlosen Effizienzchecks.

Selbstverständlich stehen wir auch für Ihre individuellen Fragen zur Verfügung und freuen uns über Vorschläge zu möglichen Themen. Bei konkreten Fragen oder Wünschen vorab, können wir die Themen unserer Workshops flexibel erweitern und auch weitere Expert:innen zu anderen Fachgebieten einladen, etwa zu Lichtkonzepten oder Klimatisierung.

Bedingt durch die Corona-Pandemie haben wir zusätzlich Onlineangebote entwickelt, sodass wir auch bei möglichen Einschränkungen für unsere Händlerinnen und Händler da sein können. Unser Ziel bleibt dennoch der persönliche Kontakt. Im direkten Gespräch vor Ort können wir praxisnah zeigen, wie Klimaschutz und Energieeffizienz im Handel funktionieren.

Wir richten Workshops daher auch in kleinerer Runde aus – individuell auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten. Dabei achten wir auf die Einhaltung der Hygienevorschriften, damit Sie sich bedenkenlos mit anderen Unternehmerinnen und Unternehmern austauschen können.

Haben Sie Interesse an einer gemeinsamen Veranstaltung? Dann sprechen Sie uns gerne an: **haverkamp@hbb-ev.de**

Klimaschutz ist vielfältig – wir informieren Sie gern.

Zu Gast beim Geschäftsstraßenforum der IHK Berlin.

Handelsverband Berlin-Brandenburg e. V.

Handelsverband Berlin-Brandenburg HBB

Der Handelsverband Berlin-Brandenburg e. V. ist der Wirtschafts- und Arbeitgeberverband des Einzelhandels in Berlin und Brandenburg.

Im Handelsverband Berlin-Brandenburg (HBB) haben sich über 1.000 Handelsunternehmen der Region auf freiwilliger Basis zusammengeschlossen. Sie repräsentieren damit über 85 Prozent der Marktanteile im Einzelhandel beider Bundesländer. Zu den Mitgliedsunternehmen des HBB zählen nicht nur klassische Berliner Spätis, inhabergeführte Mittelständler, Supermärkte und Discounter sowie Kauf- und Warenhäuser, sondern auch Unternehmen aus dem Bereich der handelsnahen Dienstleister.

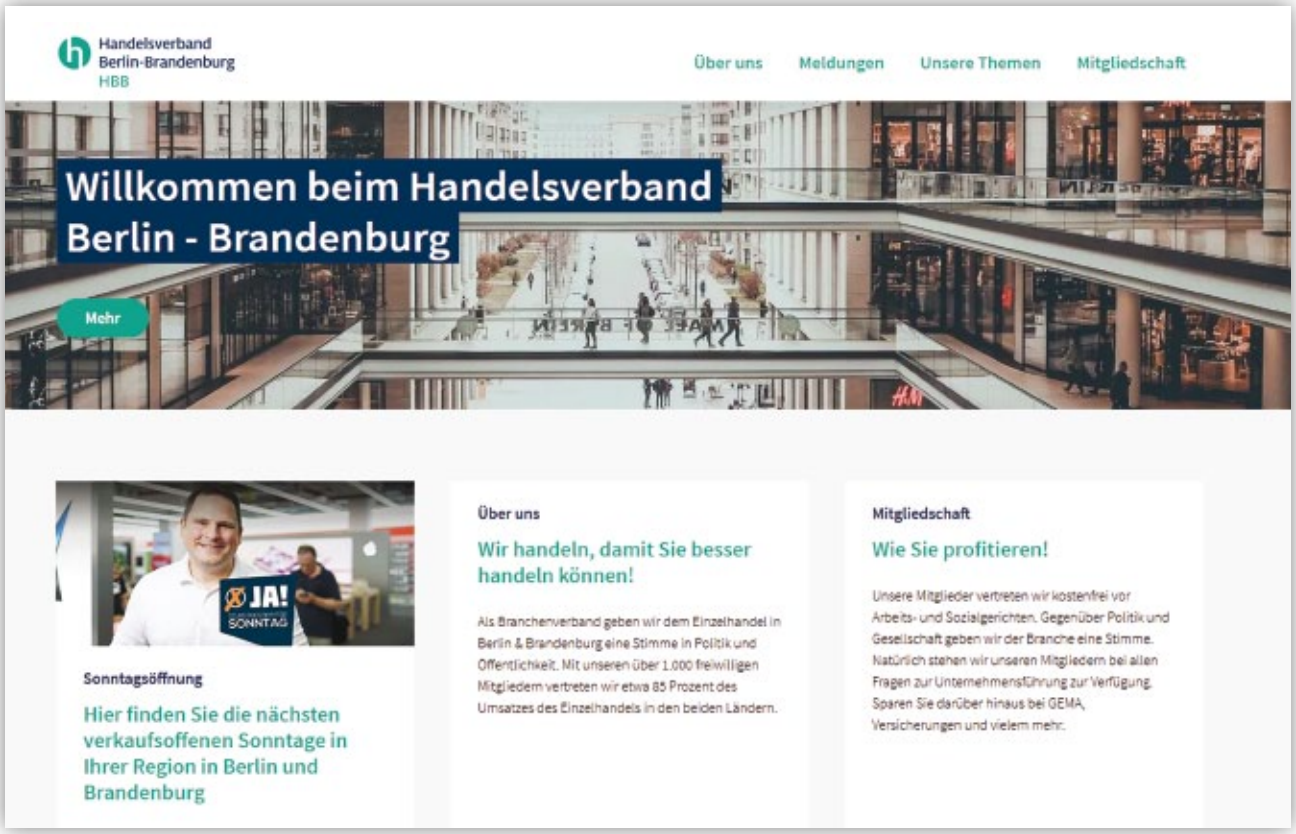
Der HBB bietet seinen Mitgliedern ein breites Dienstleistungsspektrum, das unter anderem eine kostenlose arbeitsrechtliche Betreuung und erstinstanzliche Vertretung vor den Arbeitsgerichten in Berlin und Brandenburg umfasst. Die fachkundige Beratung und persönliche Betreuung in den Regionalbereichen gehört ebenfalls zum Leistungsangebot des Handelsverbandes.

Die Mitgliedsunternehmen profitieren von exklusiven Versicherungskonditionen und weiteren Vergünstigungen, beispielsweise bei den GEMA-Gebühren. Darüber hinaus informiert der HBB seine Mitglieder regelmäßig und tagesaktuell über Handelsthemen und aktuelle Entwicklungen in der Branche.

Weitere Informationen zum HBB: **www.hbb-ev.de**

JETZT MITGLIED WERDEN!

Die Mitglieder des HBB profitieren von einem großen Branchennetzwerk des HBB und können als Mitglied des Landesverbandes unter anderem auch die Vergünstigungen des **Bundesverbandes Handelsverband Deutschland (HDE)** nutzen.



Handelsverband Berlin-Brandenburg HBB

Nils Busch-Petersen vertritt seit über 30 Jahren als Hauptgeschäftsführer die Interessen des Berliner Einzelhandels in der Öffentlichkeit, seit 2005 leitet er die Geschicke des Landesverbandes Berlin-Brandenburg, der aus der Fusion der beiden Verbände Berlin und Brandenburg hervorgegangen ist.

Herr Nils Busch-Petersen, Sie arbeiten seit mehr als drei Jahrzehnten für den Einzelhandel in Berlin und Brandenburg. Welchen Stellenwert hat der Handel in der Region?

NBP: Mit über 150.000 Beschäftigten ist der Einzelhandel einer der wichtigsten Wirtschaftszweige in Berlin und Brandenburg. Als Wirtschaftsmotor sorgt er somit nicht nur für lebendige Innenstädte, sondern auch für ein buntes Stadtbild. Doch auch der Handel steht vor großen Herausforderungen, wie die Bewältigung der wirtschaftlichen Folgen durch die Corona-Pandemie. Damit der Handel eine Zukunft hat, müssen Lösungen gefunden und neue Strategien entwickelt werden.

Welche Rolle spielt dabei der Handelsverband Berlin-Brandenburg?

NBP: Unser Credo lautet: „Wir handeln, damit Sie besser handeln können“. Ein wichtiger Teil unserer Arbeit ist beispielsweise die arbeitsrechtliche Betreuung. Jährlich bearbeiten wir weit über 500 Rechtsstreitigkeiten und stehen unseren Mitgliedern auch beratend zur Seite. Unser Ziel ist es darüber hinaus, uns in der Öffentlichkeit und in der Politik bestmöglich für die Interessen unserer Branche einzusetzen und dem Handel eine gewichtige Stimme zu geben. Gemeinsam mit unseren Partnern arbeiten wir für einen starken und zukunftsfähigen Handel in der Region. Dafür geben wir Impulse und engagieren uns in Projekten, wie dem Energiesparnetzwerk des Berliner Handels.

Was wollen Sie mit dem Energiesparnetzwerk erreichen?

NBP: Der Klimawandel macht vor niemandem Halt. Auch der Einzelhandel steht in der Verantwortung, nachhaltig und energieeffizient zu wirtschaften. Doch das unternehmerische Handeln unterliegt auch immer der Frage der Wirtschaftlichkeit. Wir wollen mit dem Projekt zeigen, dass Klimaschutz einen echten Mehrwert bietet und dazu beitragen kann langfristig Kosten zu senken – eine Win-win-Situation für alle.

Nils Busch-Petersen
Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes Berlin-Brandenburg e. V.

> „Das Energiesparnetzwerk ist im Einzelhandel bundesweit einzigartig und hat Vorbildcharakter.“

Klimaschutzoffensive des Handels

KLIMA-
SCHUTZ-
OFFENSIVE
DES HANDELS

Der Einzelhandel hat seit 1990 bereits 50% seiner CO_2-Emissionen eingespart. Das ist vor allem der Pionierarbeit der großen Handelsunternehmen zu verdanken, die ihre Energiekonzepte kontinuierlich optimiert und dadurch erhebliche Strom- und Energieeinsparungen erzielt haben.

Der Großteil der über 300.000 Einzelhändler:innen in Deutschland zählt zu den kleinen und mittelständischen Unternehmen. Für sie gehört die Beschäftigung mit Klimaschutz und Energieeffizienz nicht zum üblichen Tagesgeschäft. Genau hier setzt die Klimaschutzoffensive an: „Ziel unserer Kampagne ist es, dass wir gerade den KMU-Handelsbetrieben durch unser breites Informationsangebot praxisnahes Wissen über Energieeinsparmöglichkeiten und Klimaschutzmaßnahmen vermitteln“, erklärt Jelena Nikolic, Projektleiterin der Klimaschutzoffensive. Gleichzeitig unterstützt die Kampagne des Handelsverbands Deutschland (HDE) Handelsbetriebe dabei, Energieeffizienzmaßnahmen umzusetzen.

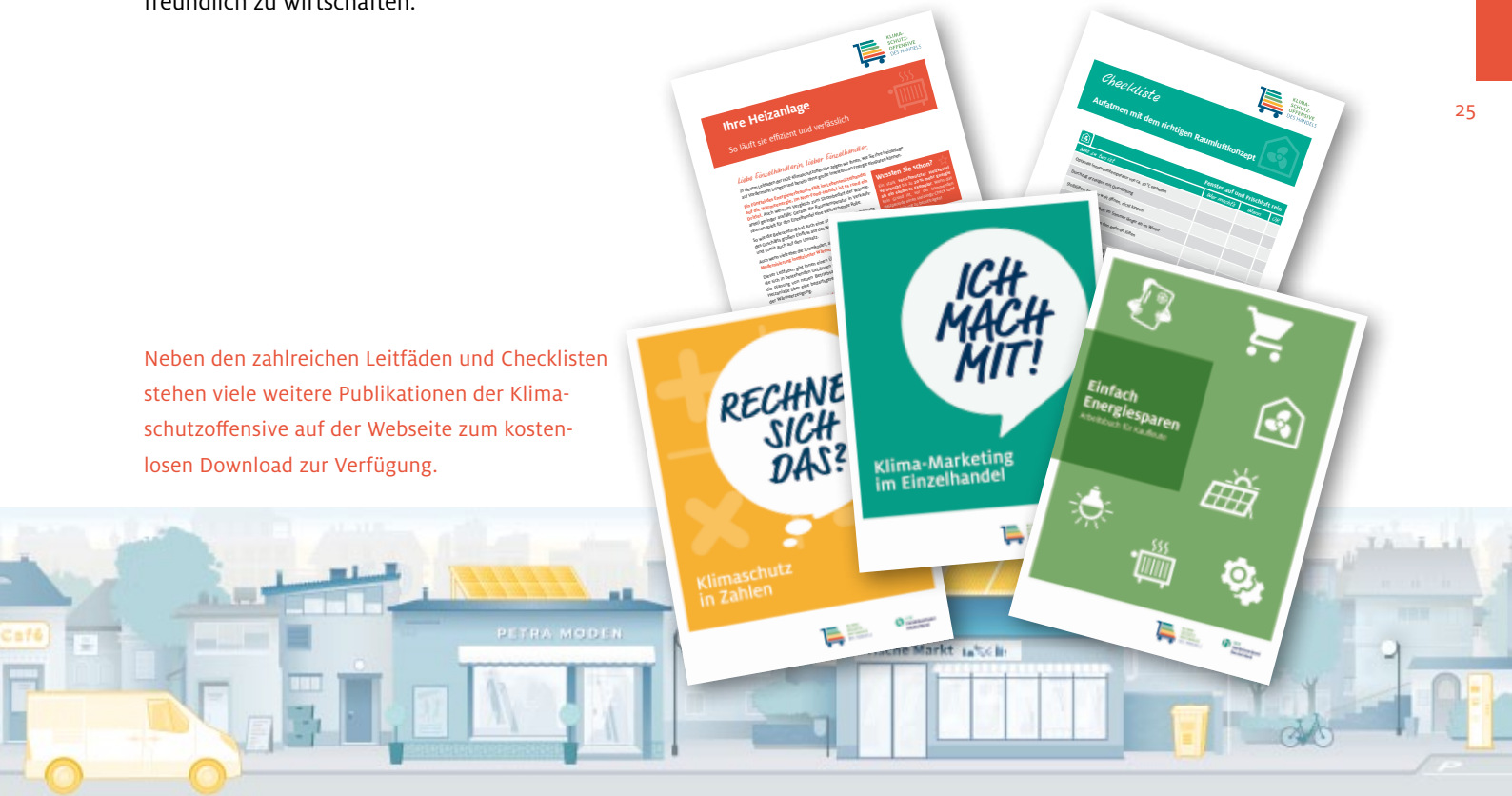
„Wir sind als bundesweites Projekt gestartet, möchten im Sinne des Klimaschutzes aber auch die Landesverbände bei der Umsetzung ihrer Klimaschutzprojekte unterstützen. Das dies erfolgreich funktioniert, zeigt das Energiesparnetzwerk des HBB“, so Jelena Nikolic. „Wir möchten die Erfahrungen aus Berlin mitnehmen und auch in anderen Bundesländern und Städten eigene Klimaschutzprojekte für den Einzelhandel initiieren. Ziel muss es sein, möglichst viele Einzelhändler:innen dabei zu unterstützen, klimafreundlich zu wirtschaften.“

Die Webseite der Klimaschutzoffensive als Herzstück der Kampagne

Der Internetauftritt www.HDE-Klimaschutz.de begreift sich mit seinen Anwendungen als „Energieberater für die kleinen Händler:innen“: Die virtuelle Marktstraße zeigt, wo sich Energie einsparen lässt.

Bei einem Rundgang – hinein in ein Modegeschäft, einen Supermarkt, vorbei an einer E-Ladesäule und Lieferfahrzeugen – erfahren die Nutzer:innen ganz einfach per Mausklick, wo Energieeinsparpotenziale schlummern und wie sich diese heben lassen. Weiterhin können Händler:innen mit dem Benchmark-Rechner „Energie-Check“ feststellen, ob sie im Branchenvergleich zu viel Energie verbrauchen.

Kommen größere Investitionen infrage, können Einzelhändler:innen auf der Webseite ermitteln, ob sie eine Förderung in Anspruch nehmen können. Wie hoch Investitionen ausfallen – etwa für eine neue LED-Beleuchtung – lässt sich mit dem „Invest-Check“ (einem Investitionsrechner) bequem kalkulieren. Eine Förderdatenbank mit Programmen speziell für Einzelhandelsunternehmen sowie eine Übersicht mit Energieberater:innen, die auf den Einzelhandel spezialisiert sind, finden sich ebenfalls auf der Webseite. →



Neben den zahlreichen Leitfäden und Checklisten stehen viele weitere Publikationen der Klimaschutzoffensive auf der Webseite zum kostenlosen Download zur Verfügung.

KLIMA-
SCHUTZ-
OFFENSIVE
DES HANDELS

Sensibilisieren und Bewusstsein entwickeln für mehr Klimaschutz

Neben dem umfangreichen Informationsangebot der Webseite sind vor allem die zahlreichen Veranstaltungen eine gute Plattform für die Wissensvermittlung. Ob Klimafrühstück vor Ort oder Online-Workshop, ob Photovoltaik-Pflicht im Einzelhandel oder energieeffiziente Kühlung – sowohl die Formate als auch die Themen der Veranstaltungen sind breit gefächert.

Neue Wege für mehr Klimaschutz im Einzelhandel

Die Arbeit der 2017 gestarteten Klimaschutzoffensive geht aber weit über das reine Informationsangebot hinaus. In aktuell drei Pilotprojekten widmet sich die Branchenkampagne den Themen Klimaneutralität von Handelsunternehmen, Ladesäuleninfrastruktur im Einzelhandel sowie klimafreundliche Logistik auf der letzten Meile.

Förderung vom Bundesumweltministerium

Die Klimaschutzoffensive wird durch die Nationale Klimaschutzinitiative (NKI) des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) bis 2024 gefördert. Projektpartner ist der Berliner Thinktank adelphi gGmbH.

Die Webseite der Klimaschutzoffensive hält viele Online-Tools bereit, die beim Energiesparen helfen und Händler:innen motivieren, aktiv Klimaschutzmaßnahmen umzusetzen.

co2online

Klimaschutz ist die größte Herausforderung unserer Zeit. Die Bereitschaft zum Handeln ist hoch. Die individuell passenden Maßnahmen zu identifizieren, ist jedoch oft eine Herausforderung.

Darum unterstützt die gemeinnützige co2online GmbH seit annähernd 20 Jahren beim Klimaschutz. Unsere Schwerpunktthemen sind Strom- und Heizenergiesparen, Modernisieren und Bauen und die dazu passenden Fördermittel. Denn im Gebäudesektor schlummern besonders große CO_2-Sparpotenziale.

Wir begleiten Sie vom Entschluss, etwas zu tun, über die Auswahl der für Sie passenden Maßnahme bis zur Umsetzung und der abschließenden Erfolgskontrolle. Zum Beispiel mit unseren Online-Rechnern rund ums Energiesparen und Modernisieren.

Mit ihnen ermitteln Sie schnell und unkompliziert, wo Sie Energie und Geld sparen können. Vom Verbrauch an Strom oder Heizenergie bis hin zu größeren Investitionen am Gebäude.

Auch bei kleinen und mittleren Unternehmen können noch viele Einsparpotenziale gehoben werden. Deshalb unterstützt co2online sehr gerne mit seiner Expertise die Effizienzchecks des Energiesparnetzwerks des Berliner Handels.

Mehr unter: **www.co2online.de**

Peter Henning
Energieberater und Effizienzchecker

> Es reicht manchmal schon, wenn man kleinere Veränderungen vornimmt.

Peter Hennig Ist bereits seit 25 Jahren als Energieberater tätig. Sein geballtes Expertenwissen und seine jahrelange Erfahrung bringt er jetzt als Effizienzchecker ein und gibt Berliner Händler:innen maßgeschneiderte Tipps zum Energiesparen.

Energieeffizienz und deren Steigerung ist Ihr berufliches Spezialgebiet. Wie bringen Sie diese Expertise in die Effizienzchecks ein?

PH: Ich bin schon mein gesamtes Arbeitsleben als Energieberater tätig und noch immer mit Spaß bei der Arbeit. In den letzten Jahren habe ich mich überwiegend mit dem Thema Raumwärme beschäftigt. Beim jetzigen Projekt steht der Stromverbrauch im Mittelpunkt, da dieser von den Ladeninhaber:innen selbst beeinflusst werden kann. Obwohl ich von Haus aus Elektroingenieur bin, bringt auch dieses Projekt Herausforderungen mit sich: Der Verbrauchsanteil einzelner Geräte ist möglichst korrekt abzuschätzen, um zuverlässige Aussagen zu Einsparpotenzialen machen zu können. Das kann im Einzelfall auch mal knifflig sein, aber das macht den Reiz aus. Generell ist es natürlich schön, mit seiner Arbeit einen kleinen Betrag zum Klimaschutz leisten zu können.

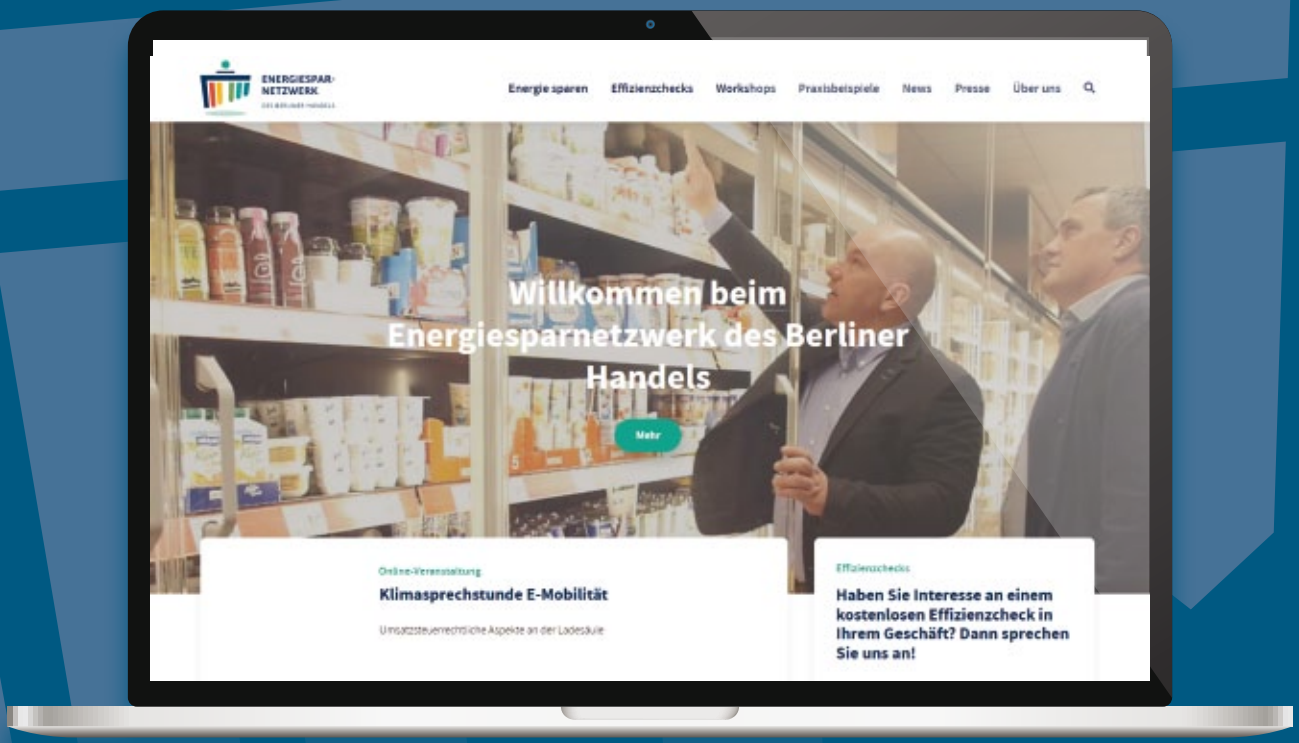
Was genau macht einen solchen Check aus?

PH: Uns ist es wichtig, gemeinsam mit den Händlerinnen und Händlern zu schauen, welches die großen Stromverbraucher im Geschäft sind. Das kann unterschiedlich sein. Bei einem kleineren Geschäft, wie z. B. einem Juwelier, ist dies oftmals die Beleuchtung. In einem Spätkauf oder einem kleinen Supermarkt spielt die Kühlung eine besondere Rolle. Wichtigste Komponente ist also die Vor-Ort-Begehung. Wir schauen uns die Hauptverbraucher an, führen Verbrauchsmessungen durch, checken den Stromzähler und können oftmals gleich vor Ort wichtige Tipps geben, mit welchen Maßnahmen sich schnell und einfach Energie einsparen lässt.

Welche Rückmeldungen bekommen Sie von den Händlerinnen und Händlern?

PH: Durchweg positiv! Ich habe die Erfahrung gemacht, dass die Unternehmer:innen da sehr dankbar für sind und sich über die Möglichkeit dieses kostenlosen Checks sehr freuen. Viele haben sich mit ihren Verbräuchen bisher noch gar nicht oder nur sehr selten auseinandergesetzt. Es fehlt oftmals das Wissen, was man tun kann, um den eigenen Energieverbrauch zu senken. Genau das zeigen wir Ihnen. Es reicht manchmal schon, wenn man kleinere Veränderungen vornimmt, z. B. den Austausch der Leuchtmittel. Für andere Händler war der Effizienzcheck aber auch ein Anstoß, größere Maßnahmen umzusetzen und beispielweise in neue Geräte zu investieren.

www.energiesparnetzwerk.berlin



Gefördert durch:

BERLIN
Senatsverwaltung
für Umwelt, Mobilität,
Verbraucher- und Klimaschutz

BERLIN
Senatsverwaltung
für Wirtschaft, Energie
und Betriebe

ENERGIESPAR-
NETZWERK
DES BERLINER HANDELS

Handelsverband
Berlin-Brandenburg
HBB