



KLIMA-  
SCHUTZ-  
OFFENSIVE  
DES HANDELS

## KURZINFORMATION

### Die Klimaschutzoffensive des Einzelhandels

Der Einzelhandel hat in den vergangenen Jahren beim Klimaschutz viel erreicht. Das ist vor allem der Pionierarbeit der großen Filialisten zu verdanken, die ihre Energiekonzepte kontinuierlich optimiert und dadurch erhebliche Strom- und Energieeinsparungen erzielt haben. So hat sich der CO<sub>2</sub>-Ausstoß im Einzelhandel im Vergleich zu 1990 bereits um 54 Prozent verringert.

Ein Großteil der über 300.000 Einzelhändlerinnen und Einzelhändler zählt zu den kleinen und mittelständischen Unternehmen. Für sie gehört die Beschäftigung mit Klimaschutz, Energieeffizienz oder Treibhausgasen nicht zum üblichen Tagesgeschäft.

Genau hier setzt die Klimaschutzoffensive des Handels an: Sie will diese Handelsbetriebe darin unterstützen, Einsparpotenziale im eigenen Betrieb zu heben, Energiekosten zu senken und damit klimaschädliche Emissionen zu vermeiden.

#### **Das Webseitenangebot: Virtuell erkennen, was in der Realität machbar ist**

Konkrete Hilfestellung bietet die Webseite [www.HDE-Klimaschutzoffensive.de](http://www.HDE-Klimaschutzoffensive.de). Sie zeigt auf, wo genau Einsparmöglichkeiten im eigenen Ladengeschäft möglich sind. Ein Rundgang auf der virtuellen „Marktstraße“ – hinein in ein Modegeschäft, einen Supermarkt, vorbei an einer E-Ladesäule und Lieferfahrzeugen – illustriert die Vielfalt der Branche mit den spezifischen Anforderungen an den täglichen Handels- und Kundenbetrieb.

Mit einem Mausklick können verschiedene Situationen und Gegenstände erkundet werden. Kühlmöbel und Beleuchtung, Lüftungsrohre und Heizungen, Schaufenster und Photovoltaikanlagen, Lagerräume und Parkplätze – kurzum: alle Orte, die für Energieeinsparungen wichtig sind.

#### **„Energieberater für die kleinen Händler“**

Der Internetauftritt begreift sich mit seinen Anwendungen als „Energieberater für die kleinen Händler“: Die virtuelle Ladenstraße macht deutlich, wo Einsparpotenzial schlummert. Die Leitfäden und Checklisten zeigen, dass sich viele Klimaschutzmaßnahmen in Eigenregie und ohne große Kosten umsetzen lassen.

Ist das Interesse geweckt und kommen größere Investitionen in Frage, können die Einzelhändler auf der Webseite ermitteln, ob sie eine Förderung in Anspruch nehmen können. In der Förderdatenbank, die das FIZ Karlsruhe erarbeitet hat und die stetig aktualisiert wird, werden alle wichtigen Informationen angezeigt.

### **Best-Practice-Beispiele: Erfolgsgeschichten erzählen, die motivieren**

Wie gut Klimaschutz tatsächlich funktioniert, davon erzählen die Erfolgsgeschichten auf der Webseite. Ob kleines Reformhaus oder größeres Modegeschäft: Die Best-Practice-Beispiele zeigen, dass sich Klimaschutzmaßnahmen erfolgreich umsetzen lassen. Je nachdem welche Maßnahme umgesetzt wurde, verbessert sich in den Geschäften das Raumklima, die Präsentation der Waren und das Image bei den Kunden. Es ist eine Win-Win-Situation für Einzelhändler und Klima.

Die Erfolgsgeschichten grüner Handels-Pioniere aus ganz Deutschland werden fortlaufend aktualisiert und auch in den sozialen Netzwerken – wie dem Facebook- und Twitter-Kanal der Klimaschutzoffensive – vorgestellt.

### **Sensibilisieren und Bewusstsein entwickeln für mehr Klimaschutz**

Die Klimaschutzoffensive wird auch die positiven Effekte von Effizienzmaßnahmen stärker bekannt machen. Ein „Klimabarometer“ wird Klimaschutzinvestitionen sowie die genutzten Technologien darstellen. Gemeinsam mit dem EHI Retail Institut wird dieses Zahlenmaterial ausgewertet, um abzuschätzen, welche CO<sub>2</sub>-Minderung mit den Klimaschutzaktivitäten im Handel erzielt wurde. Die Klimaschutzoffensive arbeitet in einzelnen Regionen mit Partnern zusammen, um Einzelhändler direkt vor Ort zu erreichen und für Klimaschutzmaßnahmen zu begeistern.

### **Förderung und Laufzeit**

Die Klimaschutzoffensive ist auf drei Jahre angelegt. Der Handelsverband Deutschland (HDE) setzt diese in Zusammenarbeit mit adelphi um, einer unabhängigen Denkfabrik und führenden Beratungseinrichtung für Klima, Umwelt und Entwicklung. Die Kampagne wird mit Mitteln der Nationalen Klimaschutzinitiative (NKI) des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) gefördert.

Der Handelsverband Deutschland (HDE) ist die Spitzenorganisation des deutschen Einzelhandels. Insgesamt erwirtschaften in Deutschland 300.000 Einzelhandelsunternehmen mit drei Millionen Beschäftigten an 450.000 Standorten einen Umsatz von über 500 Milliarden Euro jährlich.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages