



Grünes Erlebnis

Wohlfühl-atmosphäre dank Holzdekor an den Epta-Kühlmöbeln bei Edeka Hauschildt in Flintbek.

Kunden sollen sich beim Einkaufen wohlfühlen und möglichst lang im Markt verweilen. Gleichzeitig wollen Lebensmittelhändler die Energieeffizienz optimieren. Der Einsatz von natürlichen Materialien und modernen Kühlsystemen kann helfen, beides zu verbinden. **Sonja Plachetta**



Tegut wirbt im Markt in Marburg Cappel mit Nachhaltigkeit, etwa mit der LED-Beleuchtung oder der Nutzung von 100 Prozent Ökostrom.

>> Wenn Händler ihre Läden planen, stehen sie oft vor einem Dilemma: Sie wollen die Kosten im Rahmen halten, gleichzeitig jedoch einen Erlebniseinkauf bieten. Das Problem schildert Benjamin Chini, Projektleiter Forschungsbereich Energiemanagement im EHI, so: „Um sich vom Onlinehandel abzuheben und das Einkaufen im stationären Handel attraktiver zu machen, werden beispielsweise aufwendigere Beleuchtungskonzepte oder Gastronomieangebote implementiert.“ Dadurch entstehe zusätzlicher Energieverbrauch. Im Lebensmittelhandel gibt es deshalb vielfältige Anstrengungen, die Energieeffizienz zu erhöhen. So hat

die Rewe bereits 2009 in Berlin-Rudow ein erstes Green Building ermöglicht, das damals – nach Angaben des Unternehmens – als weltweit erster Supermarkt von der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen mit dem Gütesiegel in Gold ausgezeichnet wurde. Heute gibt es bundesweit 160 Green Buildings, rund 120 weitere sind in Planung. „Aufgrund der ressourcenschonenden und energieeffizienten Bauweise spart solch ein Öko-Supermarkt bis zu 50 Prozent Energie im Vergleich zu einem Standardbau ein“, heißt es aus Köln. Die Märkte seien CO₂-neutral, und für die Tragkonstruktion werde „zu einem erheblichen Teil“ der nachwach-

Fotos Epta, Tegut, Umdasch, Aichinger, Hauser, Edeka Seidl

sende Rohstoff Holz, etwa Lärche und Fichte, genutzt. Bei Regalen und Kassenmöbel achte man auf Lieferanten, „die in Deutschland oder im näheren europäischen Ausland produzieren und damit möglichst niedrige Transportkosten generieren“. Einen ähnlichen Ansatz für energieeffiziente Optimierung ihrer Märkte, zu der auch die Nutzung von Ökostrom gehört, haben Tegut, dessen Markt in Marburg Cappel laut Unternehmen als erster Supermarkt in Deutschland mit dem Blauen Engel ausgezeichnet wurde, und die Bio Company. Letztere bezieht das Holz für ihre weiße Ladenbauelemente und Waren-Displays laut dem Nachhaltigkeitsbericht 2018 aus nachhaltiger, FSC-zertifizierter Holzwirtschaft und heimischem oder europäischem

Anbau. Die Holz-Warenträger werden meist in einer Werkstatt für Menschen mit Behinderungen gebaut. Alnatura achtet bei der Ladeneinrichtung darauf, „eine naturnahe und angenehme Atmosphäre zu schaffen“. Auch hier kommt Holz – genauer: Fichtenholz aus Deutschland – für die Regale zum Einsatz, das mit umweltverträglichen lösemittel- und mineralölfreien Farben auf Schellackbasis lackiert wird. Insgesamt bevorzugt das Unternehmen „natürliche und recycelte Materialien“, wie die naturbelassenen Bodenfliesen in Cotto-Optik. Holz spielt bei Edeka-Händler Marco Hauschildt ebenfalls eine Rolle. Er wollte bei der Modernisierung seines Marktes in Flintbek



Ein Hingucker mit kleinstmöglichem ökologischen Fußabdruck: das Green-Shelf von Umdasch.

Wohlfühlatmosphäre und Nachhaltigkeit verbinden und nutzt unter anderem Kühl- und TK-Möbel mit Holzdekor. „Diese lassen einen Markt einladend wirken und vermitteln den Kunden das Thema Nachhaltigkeit auch über die Marktgestaltung“, sagt Joachim Dallinger, Leiter Marketing und Produktmanagement bei Epta Deutschland. Das Ambiente und die Nachhaltigkeit müssen also zusammenpassen. Bei Alnatura formuliert man es so: „Bei der Entscheidung, ob und welche Bodenbeläge und Deckensysteme wir einsetzen, spielen neben ökologischen Faktoren das Gesamterscheinungsbild des Marktes und die Wirkung auf Kunden sowie Mitarbeitende eine wesentliche Rolle.“ Eine Option dafür könnte das Green-Shelf von

www.aichinger.de

TopSpot MIO+
EIN SB-KÜHLMÖBEL FÜR ALLE TEMPERATURKLASSEN.

Mit unserer neuen SB-Kühlmöbel Serie TopSpot MIO+ können erstmals Produkte mit unterschiedlichsten Temperaturanforderungen gemeinsam in einem Kühlmöbel präsentiert werden.

Funktional, flexibel & energieeffizient

Umdasch sein. „Hier können bestimmte Bio-Materialien wie Jute, Lehm, Weide oder Holz für die Rückwände zum Einsatz kommen, die gewisse Biosortimente in der Zonierung hervorheben“, sagt Peter Prisching, Shop Consult Director bei Umdasch. Der Ladenbauer produziere seine Regalkomponenten für den LEH zu 100 Prozent in Österreich, ergänzt er.

MODULARE BAUWEISE

Aichinger hat zudem die Nutzungsdauer von Kühlmöbeln und Einrichtung im Blick und setzt deshalb auf ein zeitloses Design und eine modulare Bauweise. „Damit sind Theken und Kühlmöbel lange in Betrieb, erhalten bei Bedarf mit einer neuen Frontblende ein Fresh-up und können ohne großen finanziellen Aufwand an- und umgebaut werden“, erläutert Patrick Simon, Leiter Vertrieb LEH national/international bei Aichinger. Flexibel veränderbare Warenträger werden im LEH gern genutzt. Wiederverwendbare Displayboxen wie die von Umdasch ermöglichen dabei das Präsentieren von Ware, ohne dass, wie bei Wegwerfdisplays, Kunststoff- oder Papp-Abfall entsteht. Bei Umbauten kann aus Kosten- und Nachhaltigkeitsgründen das sogenannte „Refurbishment“ interessant sein, das Umdasch auch für filialisierte und multiplizierbare Märkte anbietet.



Edeka Ueltzhöfer in Ellhofen testet die multi-temperaturfähige, energiesparende SB-Kühlmöbel-Serie Top-Spot Mio+ von Aichinger.

Warenträger werden abgebaut, geprüft und alle brauchbaren Elemente gereinigt oder die Oberfläche erneut veredelt. „Diese Teile können dann in neuen Märkten wiederverwendet werden, und somit kann bis zu einem Drittel des Preises eingespart werden“, sagt Prisching. Während eine Beleuchtung mit LED-Technik inzwischen weitgehend zum Standard gehört, sehen Hersteller wie Hauser oder Epta im LEH bei verglasten Kühlmöbeln und energieeffizienten Kälteanlagen noch deutlichen Nachholbedarf, vor allem in Bestandsobjekten. Was die Verglasung bringen kann, zeigt das Beispiel der Zott Genusswelt in Asbach-Bäumenheim, in der Container-Kühlregale, in die Europaletten passen, mit Spezial-

Glastüren ausgestattet sind. „Dort wird eine viel kleinere Kälteanlage benötigt als wenn die Regale offen gewesen wären“, sagt Klaus Bartke, Director Business Development Deutschland und Benelux bei Hauser. Die Kälteleistungseinsparung liege bei rund 70 Kilowatt. Das Angebot an Modellen ist groß. Patrick Simon rät, „nur Kühlmöbel einzubauen, bei denen, wie bei Aichinger, unter zertifizierten Prüfbedingungen der Energiebedarf exakt und nachweisbar ermittelt wird“. Ein rechnerisch ermittelter Energiebedarf weiche wie beim Kraftstoffverbrauch eines Autos oft deutlich vom tatsächlichen ab. Die Aichinger-Modelle wie die multi-temperaturfähige SB-Kühlmöbelserie Top-Spot Mio+, die Steffen Ueltzhöfer als Pilotkunde in seinem Edeka-Markt in Ellhofen testet, seien besonders energieeffizient.

NATÜRLICHE KÄLTEMITTEL

„Der Einsatz von natürlichen Kältemitteln muss dabei Standard werden“, sagt Bartke von Hauser. Aichinger empfiehlt bei Anlagen mit einer großen Netzlänge wie im LEH dabei CO₂. „Es hat ein günstiges Druckverhältnis und eine fünf- bis achtmal höhere volumetrische Leistung als konventionelle Kältemittel“, erklärt Patrick Simon. Aufgrund der geringen Viskosität sei außerdem



In der Zott Genusswelt gibt es Container-Kühlregale mit Spezial-Glastürsystem von Hauser, in denen ganze Europaletten gelagert werden können.

in einem CO₂-System wenig Pumparbeit zu leisten. Kleinere Märkte ließen sich statt mit CO₂ mit steckerfertigen Kühlmöbeln ausrüsten, die mit dem umweltschonenden Kältemittel Propan betrieben werden, findet Joachim Dallinger von Epta. Kälteanlagen mit natürlichen Kältemitteln sollten als Teil des gesamten Gebäudesystems betrachtet werden. „Wird hier richtig geplant, können die Funktionen Heizen, Kühlen und Klimatisieren in einer Anlage vereint

und auf diese Weise Energie gespart werden“, sagt Dallinger. So können etwa Tegut und Bio Company durch die Wärmerückgewinnung bei den Kälteanlagen auf eine Heizung im Verkaufsraum komplett verzichten. In den Green Buildings der Rewe wird die Heizenergie zu 80 Prozent durch Abwärmenutzung aus der zentralen Gewerbekälte und zu 20 Prozent über den Einsatz von Wärmepumpen abgedeckt. Auch der Edekaner Marco Hauschildt spart. Er

nutzt in Flintbek eine Kälteanlage von Epta mit dem sogenannten Full-Transcritical-Efficiency-(FTE)-System. „Trotz der fast 50 Prozent größeren Fläche haben wir in den ersten Monaten unsere Energiekosten bereits um rund 10 Prozent senken können“, sagt Hauschildt.

NACHHALTIGE POS-LÖSUNGEN

Bei einer Energiebilanz eines Supermarkts fließen jedoch auch viele Faktoren ein, die weniger durch technische Lösungen als vielmehr durch das Verhalten der Kunden und Mitarbeiter verändert werden können. „Wir können das Kaufverhalten durch PoS-Lösungen, wie Präsentationssysteme für unverpackte Produkte, unterstützen“, sagt Patrick Simon von Aichinger. Solche Unverpackt-Abteilungen nehmen an Beliebtheit zu (siehe Kasten unten). Adeg Hubmann in der Steiermark in Österreich setzt zudem den „Liquid Dispenser“ von Umdasch ein, ein Auffüllsystem für Waschmittel, bei dem Verpackungsmaterial eingespart wird. Auch so kann ökologischer Ladenbau aussehen.



Handelsredakteurin Sonja Plachetta mag Echtholzmöbel und findet es entschleunigend, wenn Supermärkte mit Holz gestaltet sind.



Unverpackt wirkt

Edekaner Michael Seidl hofft, dank der unverpackten Ware Plastik- und Einwegverpackungen einsparen zu können.

Auch wenn die Schütten selbst oft aus Kunststoff sind, zahlt lose Ware auf das „Nachhaltigkeitskonto“ ein. Viele Kunden honorieren dieses im Trend liegende Angebot. Michael Seidl hat in seinem E-Center in Kulmbach gerade die nach eigenen Angaben bundesweit größte Unverpackt-Abteilung eröffnet. 240 Artikel können die Konsumenten dort lose kaufen – vom Müsli über Backzutaten bis zu Essig und Öl. Zum Abfüllen gibt es Verkaufsbekälter aus Glas (für 1,99 bis 8,99 Euro) oder kompostierbare Zellstoffbeutel (für 50 Cent). „Die Kunden nehmen das Angebot sehr gut an“, sagt Seidl. In den ersten fünf Tagen habe er 138 Kilogramm an loser Ware verkauft.



Mehr Platzersparnis und bessere ÜBERSICHT

mit dem neuen POS-7 PlusOne Kühlboden

- pro Achse ein Kühlboden mehr
- permanente Frontpräsentation mit dem POS-7 Warenvorschubsystem Compartment C90

www.postuning.de

POSTUNING
Udo Voßhenrich
...für mehr Erfolg am Point of Sale!