

REWE Group

Klimabilanz





Alain Caparros, Vorstandsvorsitzender
der REWE Group, mit Sohn Sacha (Val d'Isère, 3.800 m)

**„Nachhaltigkeit leben
bedeutet für uns, aktiv
für die Umwelt einzutreten.**

**Daher reduzieren wir
unsere CO₂-Emissionen um
30 Prozent bis 2015.“**

Inhalt

Unternehmensporträt der REWE Group.....	6
Die Klimabilanz der REWE Group.....	7
Methode – Bilanzrahmen – Ergebnisse	8
Das Klimaziel der REWE Group.....	11
Klimaschutz bei der REWE Group – Schwerpunkte und Projekte	12
Energieeffizienz.....	14
Grünstrom.....	16
Logistik.....	18
Klimaschutzmaßnahmen auf einen Blick	20

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

in gesamtwirtschaftlich schwierigen Zeiten geraten vermeintlich „weiche“ Themen leicht aus dem Blickfeld. Dazu zählt auch der Umwelt- und Klimaschutz. Doch der globale Klimawandel erfordert rasches Handeln. Wir bei der REWE Group stehen unabhängig von konjunkturellen Entwicklungen zu unserer ökologischen Verantwortung. Mehr noch: Wir sind davon überzeugt, dass nachhaltiges Wirtschaften in Umbruchsituationen sogar an Bedeutung gewinnt. Denn ein solches Handeln stellt die Weichen für den langfristigen Geschäftserfolg.

Die REWE Group ist eines der führenden Handels- und Touristikunternehmen in Europa. Wir sind uns daher unserer großen Verantwortung für das Klima bewusst. Dem stellen wir uns, indem wir den Schutz von Klima und Umwelt fest in der Unternehmensphilosophie verankert haben. Mit unserer ersten Klimabilanz gehen wir einen Schritt weiter. Wir haben erstmals systematisch in Zusammenarbeit mit dem Öko-Institut Freiburg und dem

Umweltbundesamt in Österreich den Status quo unserer Treibhausgasemissionen ermittelt. Die Detailtiefe der erfassten Daten ist branchenweit einzigartig. Doch wir beschränken uns nicht auf die Bestandsaufnahme. Wir haben uns auch ein ehrgeiziges Ziel gesetzt: Bis 2015 reduzieren wir unseren Ausstoß von Treibhausgasen pro Quadratmeter Verkaufsfläche um 30 Prozent.

Bereits heute haben wir die wichtigsten Etappen auf dem Weg zu diesem Ziel abgesteckt. Im Folgenden werden Sie sehen, welche Maßnahmen bereits eingeleitet wurden und welche Einsparpotenziale damit verbunden sind. Damit Sie unsere Fortschritte verfolgen können, veröffentlichen wir künftig alle zwei Jahre eine aktualisierte Klimabilanz. Umfassende Einblicke in unser Nachhaltigkeitsengagement bietet außerdem der in diesem Sommer erstmals erscheinende Nachhaltigkeitsbericht der REWE Group. Auch diese Publikation werden wir von nun an regelmäßig vorlegen.



Alan Caparros

Vorstandsvorsitzender
der REWE Group



Manfred Esser

Vorstand der REWE Group
Strategischer Einkauf, Qualitätssicherung,
Produktion, Coopernic

Unternehmensporträt der REWE Group



Mit einem Umsatz von 50 Milliarden Euro im Jahr 2008, Aktivitäten in 16 Ländern, 320.000 Mitarbeitern und knapp 15.000 Märkten ist die REWE Group einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne Europas. Im Stammgeschäft, dem Lebensmittel-Einzelhandel, reicht das Spektrum von Supermärkten (REWE) über Discounter (PENNY) bis zu Selbstbedienungs-Warenhäusern (toom). Hinzu kommen Bau- und Elektronikmärkte (toom BauMarkt, B1 Baumarkt Discount, ProMarkt) sowie der Großhandel (REWE-Großverbraucher-Service, FEGRO/SELGROS).

Die Touristik ist das zweite Kerngeschäft der in Köln ansässigen Unternehmensgruppe. Die Reisebüros (ATLASREISEN, DER Reisebüro, DERPART) und Reiseveranstalter (ITS, JAHN REISEN, TJAEREBORG, DERTOUR, MEIER'S WELTREISEN, ADAC REISEN) leisten mit einem Umsatz von deutlich mehr als 4,5 Milliarden Euro einen wichtigen Beitrag zur Gesamtentwicklung der REWE Group.

Die 1927 als Revisionsverband der Westkauf-Genossenschaften gegründete REWE Group ist ein genossenschaftliches Unternehmen. Mit dieser Rechtsform geht ein Auftrag zur Förderung der REWE-Kaufleute und zur langfristigen Sicherung des Ertrags einher.

Nachhaltigkeit bei der REWE Group

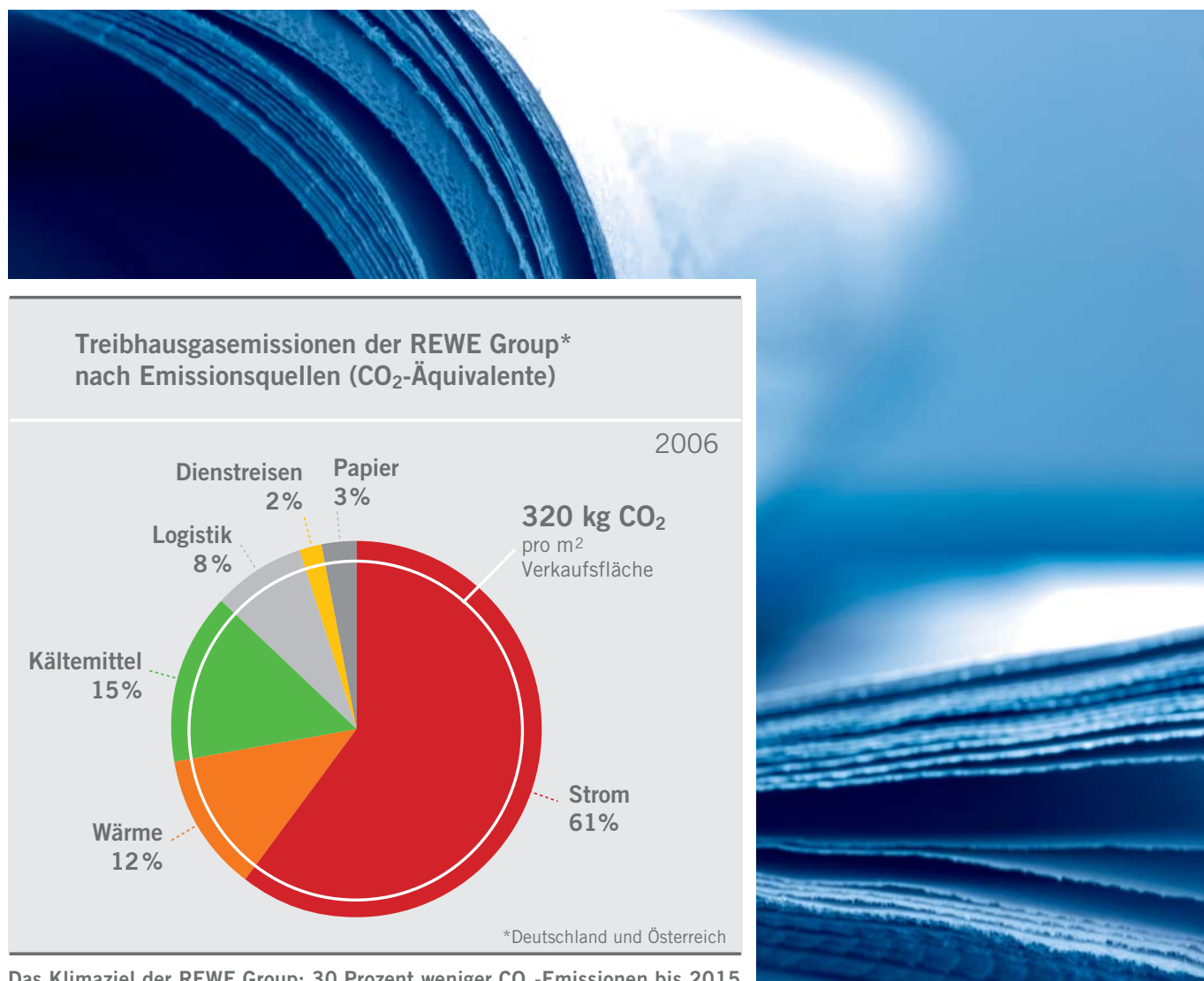
Verantwortliches Handeln im Sinne der Gemeinschaft ist für die REWE Group seit der Gründung Bestandteil der Unternehmenskultur. Nachhaltigkeit ist für die REWE Group kein Trend, sondern Tradition. Natürlich verfolgt die REWE Group klare wirtschaftliche Ziele. Zugleich fühlt sich das Unternehmen der Umwelt, der Gesellschaft und seinen Mitarbeitern in hohem Maße verpflichtet. Die REWE Group ist überzeugt: Langfristig kann sie nur weiter wachsen, wenn sie Ressourcen schont, mit Mitarbeitern ebenso wie mit Partnern fair und vertrauensvoll umgeht und einen Beitrag für die Gesellschaft leistet. Um der zentralen Bedeutung des Themas gerecht zu werden, hat die REWE Group 2008 ein konzernweites Nachhaltigkeitsmanagement etabliert und Nachhaltigkeit in ihrem neuen Leitbild verankert. Für die Umsetzung hat das Unternehmen den Nachhaltigkeitsstrategiekreis unter Vorsitz des für Nachhaltigkeit verantwortlichen Vorstandsmitglieds Manfred Esser ins Leben gerufen. Das Gremium steuert unternehmensweit das Engagement der REWE Group. Um die Strategie in konkrete Projekte zu übersetzen, wurden vier Säulen der Nachhaltigkeit etabliert: „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter“ und „Gesellschaftliches Engagement“. Der Klimaschutz ist somit fest in der Unternehmensstrategie und in den Unternehmensstrukturen der REWE Group verankert.

Die Klimabilanz der REWE Group

Unabhängige Experten haben im Auftrag der REWE Group die Treibhausgasemissionen des Unternehmens detailliert erfasst

Im Jahr 2006 hat die REWE Group Treibhausgasemissionen im Umfang von 2,5 Millionen Tonnen CO₂-Äquivalenten verursacht. Pro Quadratmeter Verkaufsfläche entspricht das rund 320 Kilogramm. Den weitaus größten Anteil an den Emissionen hatte die Stromversorgung, gefolgt von Kältemitteln, Wärme, Logistik, Papier und Dienstreisen. Das sind die zentralen Ergebnisse der ersten Klimabilanz, welche die REWE Group mit fachlicher Unterstützung des Öko-Instituts in Deutschland und der Umweltbundesamt GmbH in Österreich erstellt hat (siehe Diagramm). Die Analyse

zeigt außerdem, dass der Handels- und Touristikkonzern seine Emissionsbilanz seit 2006 bereits erheblich verbessert hat. Dieser Erfolg ist vor allem auf das frühzeitige Engagement für mehr Energieeffizienz und die Umstellung auf zertifizierten Grünstrom zurückzuführen. Außerdem lassen die Ergebnisse Schlüsse darauf zu, an welchen Punkten, in welchem Umfang und zu welchen Kosten weitere Einsparungen möglich sind. Damit ist eine solide Basis geschaffen, auf der sich Maßnahmen entwickeln und konkrete Ziele formulieren lassen.



Methode – Bilanzrahmen – Ergebnisse

Internationale Standards machen die Klimabilanz der REWE Group transparent und vergleichbar

Damit die Öffentlichkeit die Klimabilanz der REWE Group objektiv bewerten und vergleichen kann, haben die Wissenschaftler des Öko-Instituts (siehe Kasten) in Deutschland und des Umweltbundesamtes in Österreich sich bei der Erstellung an international bewährten Richtlinien orientiert. Als Grundlage diente zum einen das so genannte Greenhouse Gas Protocol (GHG-Protocol) – der am weitesten verbreitete Standard für die Erhebung von Treibhausgasemissionen in Unternehmen. Die Bilanz entspricht außerdem den formalen Kriterien der Norm ISO 14064-1. Beide Standards helfen Unternehmen, ihre Emissionsdaten in international einheitlicher Form aufzubereiten. Auf diese Weise lässt sich auch der Beitrag der Wirtschaft zu politischen Klimazielen leichter beziffern.

Das GHG-Protocol unterscheidet drei „Scopes“ oder Geltungsbereiche, die allesamt bei der REWE Group berücksichtigt wurden:

1. direkt im Unternehmen anfallende Emissionen, beispielsweise durch die Erzeugung von Wärme mit Gas oder Heizöl
2. indirekte Emissionen, die etwa bei der Bereitstellung von Strom oder Fernwärme entstehen
3. Faktoren, die mit der Geschäftstätigkeit mittelbar zusammenhängen – zum Beispiel Emissionen durch Dienstreisen oder den Papierverbrauch

Was macht das Öko-Institut?

Das Öko-Institut e. V. ist ein gemeinnütziger Verein mit Sitz in Freiburg, Darmstadt und Berlin. Es bietet unabhängige Forschung und Beratung zu Umweltthemen und gehört zu den führenden Einrichtungen dieser Art in Europa. Die Wissenschaftler des Instituts erstellen im Auftrag von Behörden, Nichtregierungsorganisationen sowie Unternehmen unter anderem Klimabilanzen und Ökoeffizienz-Analysen. Gemeinsam mit Unternehmen wie der REWE Group arbeiten sie auch daran, nachhaltige Produkte und Technologien zu entwickeln, zum Beispiel so genannte Product Carbon Footprints (siehe Seite 13).

Erfasst wurde der Ausstoß jener Gase, die das Klima potenziell schädigen. Dazu zählen außer Kohlendioxid (CO₂) unter anderem auch Methan und die als Kältemittel eingesetzten Fluorkohlenwasserstoffe. Um sie in einer vergleichbaren Größe abzubilden, nutzen Experten so genannte CO₂-Äquivalente (siehe Kasten).

Was ist ein CO₂-Äquivalent?

Um zu beziffern, wie stark die Emissionen verschiedener Gase zum Treibhauseffekt beitragen, werden international so genannte CO₂-Äquivalente genutzt. Als Vergleich dient dabei Kohlendioxid, dem der Wert 1 zugeordnet ist. Beispiel: Eine Tonne des Kältemittels R404A beeinflusst das Klima über einen Zeitraum von 100 Jahren gesehen etwa 3.922-mal so stark wie die gleiche Menge Kohlendioxid. Das CO₂-Äquivalent einer Tonne R404A beträgt somit 3.922 Tonnen. (Quelle: IPCC-Bericht 2007)

Was die Bilanz abbildet – und was nicht

Die Bilanzdaten der REWE Group beziehen sich zunächst auf Deutschland und Österreich. Sie decken damit rund 85 Prozent der Geschäftstätigkeit aller Märkte der REWE Group ab. Weitere Länder werden im nächsten Schritt berücksichtigt.

Dem Bilanzrahmen liegt der so genannte kontrollbasierte Ansatz zu Grunde: Er umfasst also jenen Teil der Wertschöpfungskette, den die Unternehmensgruppe unmittelbar überprüfen kann. Konkret heißt das: Herstellung und Transporte der Lieferanten sind nicht berücksichtigt, ebenso wenig Produktnutzung und Recycling durch die Kunden. Die Emissionsdaten beziehen sich somit auf die Prozesskette von den Zentrallagern bis zu den Märkten der REWE Group sowie auf die Reisebüros und die Verwaltung. Eine Ausnahme vom kontrollbasierten Ansatz bilden die selbstständigen REWE Märkte in Deutschland: Sie sind trotz ihrer Eigenständigkeit vollständig in den Status quo der Bilanz eingerechnet. In diesem Punkt reicht die Datenerfassung der REWE Group sogar noch über die Grenzen des GHG-Protocols hinaus.

Die Datenerfassung im Einzelnen

Die Klimabilanz der REWE Group hebt sich durch die präzise und transparente Datenerhebung von vielen ähnlichen Untersuchungen ab. Hier einige nähere Informationen dazu, wie die Emissionen für die einzelnen Bereiche berechnet wurden:

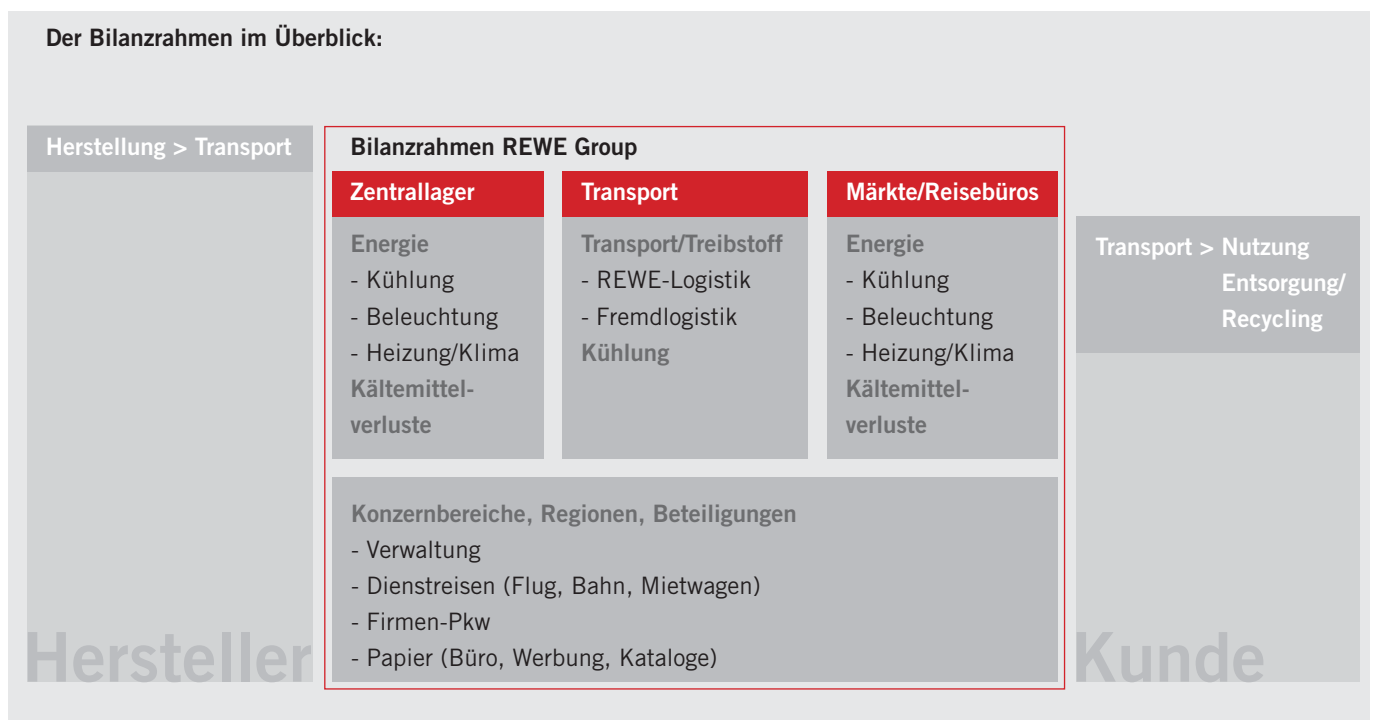
1. Energie

Dieser Bereich umfasst den gesamten Strom- und Wärmeverbrauch der REWE Group. Eine Kernfrage bei der Erstellung von Klimabilanzen betrifft die Berücksichtigung des Grünstroms: In welchem Umfang sind hierfür noch Kohlendioxid-Emissionen anzurechnen? Denn auch wenn ein Unternehmen ausschließlich Grünstrom bezieht, reduzieren sich dadurch nicht automatisch die CO₂-Emissionen. Der Ausbau neuer regenerativer Erzeugungsanlagen trägt hingegen effektiv zur Minderung von Treibhausgasemissionen bei. Aus diesem Grund lässt die REWE Group für das Stromprodukt der EHA Hamburg sicherstellen, dass 25 Prozent der Anlagen jünger als drei Jahre sind. Außerdem hat sie eine Zubauverpflichtung in den Verträgen verankert (siehe Seite 16).

Für die Berechnung der Klimabilanz folgte das Unternehmen den Empfehlungen von unabhängigen Einrichtungen wie dem Öko-Institut und dem Institut für Energie- und Umweltforschung (ifeu). Sie wählten einen konservativen Ansatz: Lediglich die 25 Prozent des Grünstroms aus den neuen Anlagen wurden in Deutschland mindernd in die Emissionsbilanz eingerechnet. Die übrigen 75 Prozent wurden mit dem bundesdeutschen Strommix von rund 640 Gramm CO₂-Äquivalenten pro Kilowattstunde (inklusive Vorkette) bewertet.

Ein ähnlicher Ansatz wurde für Österreich gewählt: Hier wurde nur für den Anteil des Grünstroms ein reduzierter CO₂-Wert in den Berechnungen angesetzt, der aus Solar-, Windkraft - oder Biomasseanlagen stammt. Für den Rest wurde der österreichische Wert von 264 Gramm CO₂-Äquivalenten pro Kilowattstunde angesetzt. Eine weitere Besonderheit: Die Energie aus regenerativen Quellen, welche die REWE Group selbst produziert, wurde nicht der REWE Group mindernd angerechnet. Das betrifft beispielsweise den Strom von Solaranlagen auf Lagerdächern (siehe Seite 17).

Der Bilanzrahmen im Überblick:



2. Logistik

Bilanziert wurden alle Transporte im Auftrag der REWE Group – egal ob mit unternehmenseigenen Lkw oder mit Fahrzeugen der Speditionsdienstleister.

3. Kältemittel

Auch bei größter Sorgfalt lässt sich der Verlust von Kältemitteln durch Leckagen nicht hundertprozentig ausschließen. Die für die REWE Group verwendeten Kältemittel sind daher mit ihrem jeweiligen spezifischen Treibhauspotenzial – dem so genannten Global Warming Potential – berücksichtigt.

4. Papier

Dieser Bereich umfasst das Geschäfts- und das Büropapier, beispielsweise für Kopierer, Drucker und Faxgeräte. Hinzu kommen Werbematerialien wie Handzettel und Reisekataloge.

5. Dienstreisen

Die geschäftlichen Reisen der REWE Group-Mitarbeiter mit Bahn, Mietwagen und Flugzeug sind komplett eingerechnet, bei den Firmen-Pkw sogar die privat gefahrenen Kilometer. Die Berechnung des Beitrags aus Flugreisen berücksichtigt außerdem die Tatsache, dass klimaschädliche Gase umso stärker auf die Atmo-

sphäre wirken, je höher sie entstehen. Bei Langstreckenflügen werden die direkten CO₂-Emissionen daher mit dem Faktor 3 multipliziert. Auch in diesem Punkt geht die REWE Group über die Anforderungen des GHG-Protocols hinaus.

Präzision erleichtert die Qualitätskontrolle

Die REWE Group hat dem Öko-Institut und dem österreichischen Umweltbundesamt alle Ergebnisse für Strom, Wärme, Logistik, Dienstreisen und Firmen-Pkw als Einzeldaten zur Verfügung gestellt und sie nicht zusammengefasst wie weithin üblich. Auf diese Weise entstanden mehrere Hunderttausend Datensätze. Doch der Aufwand lohnt sich: Denn dadurch lässt sich weit detaillierter aufzeigen, in welchen Bereichen Einsparungen möglich sind. Auch konnten die Experten die Vollständigkeit und Qualität der Daten umfassender überprüfen.

Die erste Klimabilanz der REWE Group ist mehr als ein Status quo: Sie wurde von Beginn an so angelegt, dass sie auch das Monitoring zukünftiger Klimaschutzmaßnahmen ermöglicht. Der Bericht bildet die ökologische und ökonomische Effizienz der Projekte ab und legt damit den Grundstein für künftige Investitionsentscheidungen.



Das Klimaziel der REWE Group: 30 Prozent weniger CO₂-Emissionen bis 2015



Die REWE Group wird ihre spezifischen Treibhausgasemissionen bis 2015 im Vergleich zum Jahr 2006 um 30 Prozent senken. Der Ausstoß geht damit von 320 Kilogramm CO₂-Äquivalenten auf 224 Kilogramm CO₂-Äquivalente pro Quadratmeter Verkaufsfläche zurück.

Mit der Arbeit an diesem Ziel beginnt die REWE Group nicht erst jetzt. Die Unternehmensgruppe hat bereits vor Jahren entscheidende Weichen für einen verbesserten Klimaschutz und geringere Energiekosten gestellt. So konnten zwischen 2006 und 2008 umgerechnet mehr als 20 Prozent der Emissionen eingespart werden. Der spezifische Verbrauch pro Quadratmeter Verkaufsfläche lag schon 2008 unter 250 Kilogramm CO₂-Äquivalenten. Das ist im Vergleich zum nationalen und internationalen Wettbewerb ein sehr niedriger Wert. Auch die Gesamtmenge der

Emissionen ging zurück, zwischen 2006 und 2008 um mehr als fünf Prozent. Diese erheblichen Einsparungen sind gelungen, obwohl die Märkte bereits seit 2007 länger geöffnet sind und sich auch die Verkaufsfläche deutlich vergrößert hat. Gründe für diesen Erfolg sind zahlreiche technische Veränderungen zur Erhöhung der Energieeffizienz und der Umstieg auf zertifizierten Grünstrom.

Aufgrund der Vielzahl an bereits umgesetzten Effizienzsteigerungsmaßnahmen sind von nun an für jede weitere Einsparung erhebliche Investitionen nötig. Dennoch wird die REWE Group den eingeschlagenen Weg zum Schutz des Klimas zielstrebig weiterverfolgen. Alle Geschäftsbereiche erarbeiten derzeit Vorschläge, wie sich die Treibhausgasemissionen in den kommenden Jahren ökologisch und ökonomisch effizient senken lassen.

Klimaschutz bei der REWE Group – Schwerpunkte und Projekte

Mit der Selbstverpflichtung, die Treibhausgasemissionen pro Quadratmeter Verkaufsfläche bis 2015 um 30 Prozent gegenüber 2006 zu reduzieren, hat sich die REWE Group ein ambitioniertes Ziel gesteckt. Um es zu erreichen, sind viele Schritte notwendig. Mit dem hundertprozentigen Umstieg auf Grünstrom 2008 ist eine große Etappe bereits zurückgelegt. Ein ganzes Bündel weiterer Maßnahmen trägt dazu bei, die Klimabilanz des Konzerns stetig zu verbessern.

Fokus auf Kernbereiche

Die REWE Group fokussiert ihr Engagement für den Klimaschutz vor allem auf jene Bereiche, die große Einsparungen versprechen. Da mehr als die Hälfte der CO₂-Emissionen des Unternehmens auf den Stromverbrauch zurückgehen, spielt außer dem Bezug von Strom aus erneuerbaren Quellen vor allem die Erhöhung der Energieeffizienz eine zentrale Rolle. Moderne Technologie, gepaart mit Verfahren, die jede vermeidbare Kilowattstunde für Licht, Heizung oder Kühlung einsparen – das ist der Kern des Energieeffizienzmanagements, das die REWE Group konzernweit installiert hat (siehe Seite 14). Auch die Logistikprozesse werden kontinuierlich optimiert, um den Kraftstoffverbrauch zu senken und so den Ausstoß von Treibhausgasen zu reduzieren (siehe Seite 18).

Mobilität als Herausforderung

Nicht nur Lkw-Transporte belasten potenziell das Klima, sondern auch der Personenverkehr. Die REWE Group unterstützt daher ihre Mitarbeiter unter anderem mit vergünstigten Job-Tickets dabei, stärker den öffentlichen Nahverkehr zu nutzen. Außerdem sind durch Videokonferenzen immer mehr Dienstreisen verzichtbar. Als Touristikkonzern wirkt die REWE Group zudem als Multiplikator: So berät beispielsweise FCmTravel Solutions seine Kunden, wie sich Geschäftsreisen klimafreundlicher organisieren lassen. Die Herausforderung besteht dabei darin, Mobilität weiterhin zu ermöglichen und gleichzeitig Umwelt und Wirtschaftlichkeit im Blick zu behalten. FCmTravel Solutions hat außerdem 2008 ein umfassendes Umweltmanagementsystem etabliert und erhielt dafür die Zertifizierung nach DIN EN ISO 14001. Besonders positiv beurteilten die Prüfer, wie FCmTravel Solutions seine Mitarbeiter in Umweltfragen ausbildet – zum Beispiel zu den Themen Klimawandel, Energieeffizienz und CO₂-Emissionen.



Sorgsamer Umgang mit Ressourcen

Abfälle zu vermeiden und zu recyceln, ist aus ökologischen wie aus ökonomischen Gründen sinnvoll. So lässt die REWE Group ihre organischen Abfälle in Kompostierungs- und Biogasanlagen verwerten. Das bei der Vergärung entstehende Biogas kann in Strom und Wärme umgewandelt werden. Allein der aus den Organikabfällen aus Deutschland gewonnene Strom reicht aus, um mehr als 8.500 Drei-Personen-Haushalte zu versorgen. Würde diese Energiemenge auf konventionelle Weise erzeugt, entstünden zusätzlich rund 20.000 Tonnen CO₂. Einen großen Anteil am Abfall haben auch Papier, Pappe und Kartonagen. Sie werden ebenfalls vollständig verwertet. Außerdem nutzt die REWE Group in Deutschland seit April 2009 ausschließlich Recyclingpapier für ihre Kopierer und Drucker. Auch in Österreich hat die Umstellung begonnen. Für Werbematerialien verwendet das Unternehmen zunehmend wiederaufbereitetes Papier. Interne Veranstaltungen wie der „Tag der Nachhaltigkeit“ 2008 und Energiesparwochen in Kooperation mit der EnergieAgentur NRW – so genannte „aktionswochen.Efit“ – tragen dazu bei, alle Mitarbeiter für den sparsamen Umgang mit Ressourcen zu sensibilisieren.



Pilotprojekt Product Carbon Footprint

Um die Klimaverträglichkeit einzelner Produkte zu untersuchen, beteiligt sich die REWE Group an dem Pilotprojekt Product Carbon Footprint (PCF). Träger sind unter anderem der WWF, das Öko-Institut und das Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung. Ziel ist es, die CO₂-Emissionen ausgewählter Produkte zu ermitteln. In einem ersten Schritt hat die REWE Group 2008 die Kohlendioxid-Bilanz von Früherdbeeren aus dem Best Alliance-Vertragsanbau in Spanien berechnen lassen. Das Ergebnis: Eine

500-Gramm-Schale Erdbeeren verursacht so viele CO₂-Emissionen wie eine drei Kilometer lange Autofahrt, im Schnitt rund 442 Gramm. Das Projekt lieferte über diese Zahl hinaus sehr wertvolle Erkenntnisse: Indem sie die einzelnen Prozessschritte detailliert untersuchten, erhielten die REWE-Experten fundierte Hinweise darauf, wie sich der CO₂-Ausstoß weiter verringern lässt. Außerdem wurden aus den Ergebnissen Empfehlungen für eine einheitliche internationale Berechnungsmethode abgeleitet. Diese ermöglicht die Vergleichbarkeit mit anderen Product Carbon Footprints.

Im Fokus: Energieeffizienz

Ein systematisches Management steuert den Verbrauch von Strom und Gas

Energie zu sparen und klimaschädigende Emissionen zu vermeiden, ist nicht nur aus Gründen des Klimaschutzes wichtig. Für den Handel sind die Kosten für das Kühlen, Beleuchten und Heizen der Märkte auch ein Wettbewerbsfaktor. Als erstes Unternehmen der Branche in Deutschland hat die REWE Group daher 2008 begonnen, ein konzernweites Energieeffizienzmanagement einzuführen.

Um gezielt Strom und Gas einsparen zu können, wird zunächst der Verbrauch in allen Märkten detailliert erfasst. Bei diesen Energiechecks hilft in Deutschland die Hamburger Energie-Handels-Gesellschaft, kurz EHA. Sie liefert veredelte Energie wie Licht und Kälte, deren Verbrauch in getrennten Kreisen gemessen wird. In Österreich liefert die EHA Austria Strom und Gas sowie die erforderlichen Verbrauchsdaten. Ergänzend kommt die Monitoring-Plattform FRIGODATA ONLINE zum Einsatz. Sie ermittelt kurzfristig Temperatur-, Laufzeit- und Energiedaten der Filialen und macht den Verbrauch transparent und vergleichbar. Auf dieser Basis prüfen die Energiemanager der REWE Group Ist-Zahlen und Soll-Verbrauch. Ist der Strombedarf in einem Markt im Vergleich zu ähnlich arbeitenden Standorten zu hoch, beginnt die Fehlersuche: Ist die Temperatur an einem Gerät ungünstig eingestellt? Sind die Regale unvorteilhaft bestückt? Mitentscheidend für die Analyseergebnisse sind die Fachkenntnisse der Mitarbeiter. Sie werden gezielt geschult, alle Geräte effizient zu bedienen.



„Technische Möglichkeiten optimal nutzen“

Peter Breuss, Technischer Direktor der REWE International AG:

„Energie sparen, Kosten senken, Treibhausgase reduzieren – das ist der Kern unseres Klimaschutzengagements. In der Praxis gehört dazu die Grünstrom-Beschaffung ebenso wie die Auswahl energieeffizienter Lampen und Kühlmöbel für die Märkte. Allerdings ist jede Technik „zahnlos“, wenn sie nicht optimal genutzt wird. Die Mitarbeiter spielen daher eine Schlüsselrolle und werden mit allen Neuerungen frühzeitig vertraut gemacht. Bei uns in Österreich haben sich zum Beispiel Energiespar-Schulungen und Info-Plakate bewährt. Die Basis all dieser Maßnahmen bildet eine Nachhaltigkeitsstrategie, die fest im Konzern verankert ist. Umwelt- und Klimaschutz zählen dabei zweifellos zu den wichtigsten Themen.“



Umwelt und Wirtschaftlichkeit im Blick

Auf der Basis der erhobenen Daten geben die Experten der REWE Group Antwort auf die Frage, ob sich die Investition in neue, sparsame Geräte auch für das Unternehmen lohnt. So spart der Einbau von Türen an Kühlregalen zwar 20 bis 40 Prozent Strom. Er kostet pro Markt aber auch bis zu 50.000 Euro. Untersucht wird außerdem, ob die Kunden ihr Einkaufsverhalten ändern, wenn Milch und Fleisch hinter Glastüren präsentiert werden.

Schwerpunkte setzen – effektiv sparen

Optimierte Verfahren, effiziente Geräte, klimafreundlichere Kältemittel – die REWE Group hat ein ganzes Bündel an Maßnahmen eingeleitet, um die Energiebilanz zu verbessern. Hier einige Beispiele:

Kühlmöbel abdecken: Mit dem Einbau von Glastüren vor die Kühlregale lassen sich 20 bis 40 Prozent Strom einsparen. Das sind bis zu 60.000 kWh bzw. 29 Tonnen CO₂ pro Jahr und Markt. In Deutschland werden daher bereits bis Ende 2009 sämtliche SB-Frischfleischregale mit Glastüren ausgestattet.



Temperatur regeln: Neue Verbundkälteanlagen senken den jährlichen Strombedarf je Markt um rund 25.000 kWh bzw. 12 Tonnen CO₂-Äquivalente. Seit Anfang 2007 werden zudem ausschließlich steckerfertige Tiefkühltruhen mit drehzahlge-regelten Kompressoren angeschafft. Verbesserte Kälteanlagen und Kühlmöbel sparen in mehr als 300 österreichischen Filialen bereits rund 35 Prozent Kälteenergie.

Basisausstattung verbessern: Nachtrilos für die Kühlregale und energieoptimierte Deckenleuchten sind in allen Märkten Standard.

Alternative Kältemittel nutzen: Trotz höherer Investitionskosten setzt die REWE Group in Deutschland auf das klimafreundlichere Kältemittel R134a. Dessen Treibhauspotenzial beträgt nur ein Drittel des zuvor verwendeten R404A. In 10.000 Tiefkühltruhen kommen die klimafreundlicheren Stoffe Propan und Butan zum Einsatz. CO₂ als Kältemittel wird in knapp zehn Supermärkten der REWE Group getestet. Hier gilt es, die noch bestehenden technischen Fragen zu lösen.

Innovativ heizen: Bereits 465 Märkte nutzen die Abwärme von Kühlmöbeln zum Heizen und sparen damit jeweils bis zu 80.000 kWh Gas bzw. bis zu 20 Tonnen CO₂-Äquivalente. Über 124 Märkte kommen so bereits ohne fossile Brennstoffe aus.

Kassensysteme umrüsten: Die REWE Group setzt auf neue Systeme, die rund 50 Prozent weniger Energie verbrauchen. Ihre Leistungen sind auf das für den Kassiervorgang Nötigste beschränkt – so lassen sich rund 2,8 Millionen kWh Strom oder 1.340 Tonnen CO₂-Äquivalente einsparen.

Mitarbeiter sensibilisieren: Die REWE Group hat an den Kölner Verwaltungsstandorten im November 2008 die „aktionswochen.Efit“ gestartet. Dank vieler Tipps für den Büroalltag sank der Stromverbrauch daraufhin um über vier Prozent. Weitere Aktionen an den Verwaltungsstandorten in den Regionen sind geplant.



Im Fokus: Grünstrom

Der komplette Umstieg auf Grünstrom macht die REWE Group zum größten Nutzer regenerativer Energien in Deutschland

Um das Klima zu schonen, nutzen auch Handelsunternehmen zunehmend CO₂-neutrale Energiequellen wie Wasser, Wind und Sonne. Die REWE Group zählt hierbei zu den Vorreitern: Sie hat 2008 den gesamten Konzern auf die Versorgung mit Grünstrom umgestellt. Mit einem jährlichen Strombedarf von rund zwei Terawattstunden in Deutschland – das entspricht mehr als dem Bedarf aller Privathaushalte in Köln – ist die REWE Group damit bundesweit der größte Nutzer regenerativer Energien. Auch bei der REWE International AG ist der Wechsel hin zur „grüneren“ Stromversorgung abgeschlossen. Seit 2008 werden alle BILLA-, MERKUR-, PENNY- und BIPA-Märkte ausschließlich mit regenerativ erzeugtem Strom aus Wasserkraftwerken sowie aus Windkraft-, Solar- und Biomasseanlagen beliefert.

Strenge Kriterien

An die Qualität des Grünstroms stellt die REWE Group hohe Anforderungen: So müssen 25 Prozent der für die deutschen Märkte und Filialen genutzten Wasserkraftwerke jünger als drei Jahre sein. Das stellt sicher, dass der Ausbau neuer regenerativer Erzeugungsanlagen vorangeht. Außerdem besteht für das Stromprodukt der EHA Hamburg eine Zubauverpflichtung, die den Bau neuer Anlagen zusätzlich fördert. Das Produkt ist mit dem Label EE01 des TÜV Süd zertifiziert. Um garantieren zu können, dass der Bedarf der REWE Group tatsächlich komplett aus erneuerbaren Quellen gedeckt wird, nutzen die deutschen und österreichischen Lieferanten das von der Europäischen Union anerkannte Zertifikatesystem RECS (Renewable Energy Certificate System) beziehungsweise EE+-Zertifikate. Sie belegen präzise, welche Menge Strom für welchen Zeitraum aus welcher Anlage gekauft wurde – eine deutliche Abgrenzung gegenüber weniger seriösen Grünstrom-Angeboten auf dem Markt.

Solarstrom vom Lagerdach

Die REWE Group kauft nicht nur Grünstrom ein, sie produziert ihn auch selbst: An zunächst vier klimatisch günstig gelegenen Standorten wurden Lagerdächer mit Solarzellen ausgestattet. Die Lager decken seither bis zu ein Sechstel ihres Eigenbedarfs selbst. Die Investitionen werden sich in zehn bis zwölf Jahren amortisiert haben.



Leistung der Photovoltaikanlagen auf Lagerdächern der REWE Group:

Ort	Anlagenfläche	Durchschnittlich erzeugte Strommenge pro Jahr	Strommenge entspricht dem Verbrauch von etwa ...	Durchschnittliche CO ₂ -Ersparnis
Eitting	7.392 m ²	1.162.562 kWh	332 Haushalten	651 Tonnen
Buttenheim	11.814 m ²	712.500 kWh	204 Haushalten	399 Tonnen
Rüsseina	9.683 m ²	1.285.680 kWh	367 Haushalten	720 Tonnen
Hildesheim	7.511 m ²	421.191 kWh	120 Haushalten	236 Tonnen

Planung: Erhöhung der Solarkapazitäten um 50.000 m² bis 2010

Im Fokus: Logistik

Mit optimierten Prozessen lassen sich auch bei steigendem Logistikaufkommen CO₂-Emissionen einsparen

Frische Erdbeeren müssen spätestens 36 Stunden nach der Ernte ins Supermarktregal eingeräumt sein – auch wenn sie aus Spanien kommen. Der sichere und termingerechte Transport derart empfindlicher Waren lässt sich derzeit nur per Lkw sicherstellen. Da die REWE Group zudem weiter expandiert, steigt auch das gesamte Transportvolumen. Um dennoch den CO₂-Ausstoß in der Logistik zu minimieren, setzt das Unternehmen auf eine weitere Verbesserung der Effizienz – unter anderem durch folgende Maßnahmen:

- **Lagernetz ausbauen:** Eine größere Anzahl Lager verkürzt die Wege zu den Märkten. Bis 2011 sind in Deutschland etwa zehn neue Lagerstandorte geplant. Ziel ist es, sowohl Transportkosten als auch CO₂-Emissionen zu senken.
- **Touren optimal planen:** EDV-gestützte Systeme helfen, stets den kürzesten Weg zu finden und Leerfahrten zu vermeiden. 2008 wurde zudem die Trennung der Warenströme nach Vollsortiment und Discounter beschlossen. Dadurch lassen sich Fahrten und Lagernutzung besser bündeln und die Auslastung der Touren wird weiter erhöht.



- **Laderaum stärker ausnutzen:** Die Lkw sind bereits zu mehr als 90 Prozent ausgelastet. Um den verfügbaren Laderaum noch besser zu nutzen, werden die Märkte zunehmend mit Paletten statt mit Rollcontainern beliefert.
- **Effiziente Technik nutzen:** Die Fahrzeugflotte wird fortlaufend durch schadstoffarme Lkw erneuert – mit neuester Motortechnologie, Vollautomatikgetrieben, Leichtlaufreifen und einer verbesserten Aerodynamik.
- **Geschwindigkeit begrenzen:** Ein gedrosseltes Tempo von 87 auf 82 km/h spart pro Fahrzeug bis zu fünf Prozent Kraftstoff.



- **Alternative Treibstoffe tanken:** Rund 60 Prozent der konzern-eigenen Lkw fahren mit alternativen Kraftstoffen. Sie verursachen nur halb so viele Rußemissionen wie herkömmlicher Dieselmotorkraftstoff.
- **Verlagerung von der Straße auf die Schiene:** Durch die Verlagerung des Warentransports von der Zentrale in Wiener Neudorf nach Salzburg, Tirol und Vorarlberg von der Straße (per Lkw) auf die Schiene werden jährlich rund 2,5 Millionen Kilometer Fahrstrecke, 860.000 Liter Treibstoff und der Ausstoß von etwa 3.000 Tonnen CO₂ eingespart.
- **Fahrer schulen:** Die Mitarbeiter trainieren jährlich, vorausschauend zu fahren und die modernen Technologien an Bord optimal zu nutzen. Jeder Lkw-Fahrer spart dadurch im Schnitt zwei bis fünf Prozent an Kraftstoff und damit CO₂-Emissionen ein. Bei einem Pkw sind sogar Einsparungen bis zu 20 Prozent möglich (Erfahrungsbericht siehe Kasten).



„Einen Liter weniger pro 100 Kilometer“

Mario Kracht, Kraftfahrer für den REWE-Großverbraucher-Service in Schweitenkirchen:

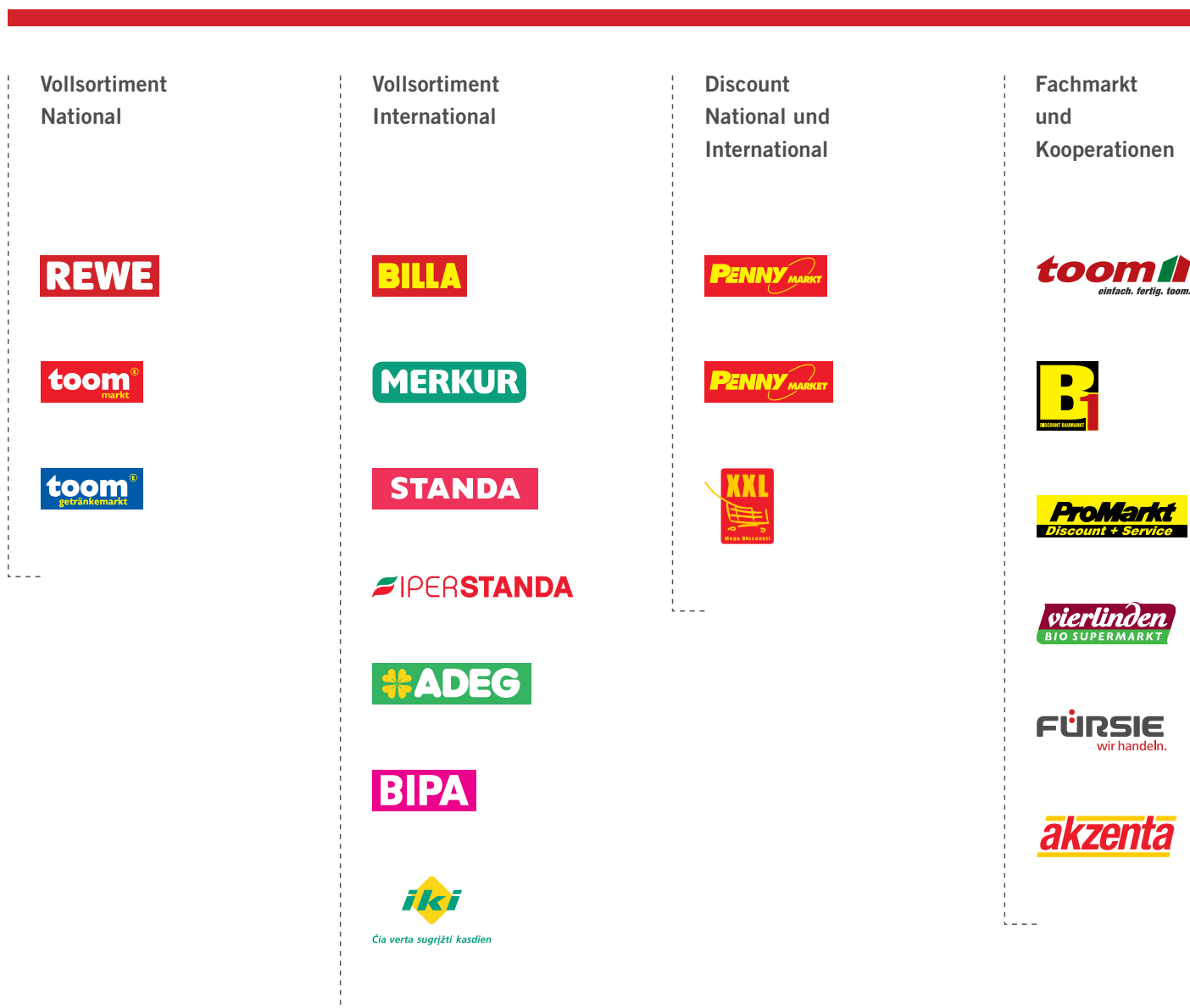
„Unser Fuhrparkleiter hat für uns ein Eco-Training organisiert, in dem wir gelernt haben, ökonomisch zu fahren. Ich war überrascht, was ich nach 21 Jahren „auf dem Bock“ noch alles lernen konnte. Momentan liege ich knapp einen Liter auf 100 Kilometer unter meinem Durchschnittsverbrauch von 2007. Pro Jahr spart das 500 Euro und rund 1,5 Tonnen CO₂ je Lkw.“

Klimaschutzmaßnahmen auf einen Blick

Maßnahme	Umweltnutzen/Einspareffekt
<p>Klimarelevante Emissionen senken</p> <ul style="list-style-type: none"> Einsatz alternativer Kältemittel mit geringerem Treibhauspotenzial: <ul style="list-style-type: none"> Bevorzugter Einsatz von klimafreundlichen Kältemitteln wie R134a Einsatz der klimafreundlicheren Stoffe Propan und Butan in rund 10.000 Tiefkühltruhen Tests mit CO₂ als Kältemittel in rund 10 Märkten Reduktion des Kältemittel-Verlustes durch weitere technische und organisatorische Maßnahmen 	<ul style="list-style-type: none"> Propan und Butan sind weniger klimaschädlich als andere Kältemittel und haben zudem kein Ozonabbaupotenzial CO₂ als Kältemittel hat auch kein Ozonabbaupotenzial, aber einen sehr viel geringeren Einfluss auf den Treibhauseffekt <p>Herausforderung: Trotz dieser positiven Umweltwirkung sind Maßnahmen zur Erhöhung der Energieeffizienz unter Klimaaspekten insgesamt effektiver. Offen sind zudem technische Fragen wie etwa Sicherheitsaspekte bei Drücken von über 100 bar. Auch müssen bundesweit kompetente Fachleute für Installation, Betrieb und Wartung entsprechender Anlagen verfügbar sein.</p>
Verlagerung von Warentransporten von der Straße auf die Schiene (Österreich)	Einsparung von rund 2,5 Mio. Straßenkilometern zwischen dem Zentrallager in Wiener Neudorf und den Filialen in Vorarlberg, Tirol und Salzburg. Das entspricht rund 860.000 Liter Kraftstoff und 3.000 t CO ₂ .
Erstellung produktbezogener Klimabilanzen: Ermittlung der CO ₂ -Emissionen für Früherdbeeren aus Spanien im Rahmen des Pilotprojekts „Product Carbon Footprint“ (PCF)	<ul style="list-style-type: none"> Identifizierung von Optimierungspotenzialen in der Prozesskette Beispiel: Umstellung von PET-Deckeln auf PET-Folie Ausweisung der CO₂-Emissionen (CO₂-Labeling) ist nicht zielführend
<p>Erneuerbare Energien fördern</p> <p>Nutzung von Grünstrom zu 100%:</p> <ul style="list-style-type: none"> in Deutschland entsprechend dem Label EE01 des TÜV Süd in Österreich Grünstrom aus österreichischer Wasserkraft entsprechend dem Label EE+ des TÜV Süd 	<p>Förderung des Ausbaus erneuerbarer Energien</p> <ul style="list-style-type: none"> Grünstrom für deutsche Standorte <ul style="list-style-type: none"> 25 % der Anlagen müssen jünger als 3 Jahre sein Zubauverpflichtung Grünstrom für österreichische Standorte <ul style="list-style-type: none"> definierte österreichische Wasserkraftwerke zeitscheibengenau
Weiterer Ausbau der Solaranlagen an Lagerstandorten	Stand: 40.000 m ² Planung: Erhöhung um 50.000 m ² bis Ende 2010
Verwertung von Lebensmittelabfällen in Biogasanlagen zur CO ₂ -armen Erzeugung von Strom und Wärme	Mit dem in Deutschland erzeugten Strom könnten mehr als 8.500 3-Personen-Haushalte versorgt werden. Mit konventionell erzeugtem Strom entspräche dies knapp 20.000 t CO ₂ .
<p>Ressourcen schonen</p> <p>Umstellung des gesamten Büro- und Geschäftspapiers (Drucker, Kopierer, Faxgeräte) der REWE Group in Deutschland auf Recycling- und FSC-Papier sowie für Werbemittel von Handel und Touristik</p>	1.575 Bäume, der CO ₂ -Ausstoß von rund 90 Pkw und der Heizbedarf von mehr als 700 Einfamilienhäusern werden jährlich eingespart

Maßnahme	Umweltnutzen/Einspareffekt
Energieeffizienz erhöhen	
<p>Energieeffiziente Ausstattung der Kühlmöbel</p> <ul style="list-style-type: none"> • mit Glastüren: <ul style="list-style-type: none"> - für sämtliche SB-Frischfleischregale in Deutschland bis Ende 2009 - Regale für Molkereiprodukte in Testmärkten - breit angelegte Tests in Österreich • mit Nachrollos: Standard in Deutschland und Österreich • mit Doppelluftschleiern, 3-Scheiben-Verglasung an Tiefkühltruhen, Enthalpieregulierung für Scheibenheizung, verbesserter Regeltechnik, größeren Verdampfern und Leitungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Glastüren sparen 20 % bis 40 % des Energieverbrauchs eines Kühlmöbels, bis zu 60.000 kWh bzw. 29 t CO₂ pro Markt und Jahr • Ausstattung mit Nachrollos, Doppelluftschleiern etc. spart in rund 300 BILLA Filialen jeweils rund 35 % des Energieverbrauchs • Umsetzung auch bei MERKUR und PENNY
<ul style="list-style-type: none"> • Einsatz von effizienteren Verbundkälteanlagen • Verwendung steckerfertiger Tiefkühltruhen mit drehzahlregulierten Kompressoren 	<p>Einsparung von rund 25.000 kWh Strom bzw. 12 t CO₂ pro Markt und Jahr (etwa 20 % Strom pro Gerät)</p>
<p>Verbundkälteanlagen mit integrierter Wärmepumpenfunktion: Die Abwärme der Kühlmöbel wird bereits in rund 465 Märkten der REWE Group zum Heizen genutzt</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bis zu 80.000 kWh bzw. 20 t CO₂ Gas pro Markt und Jahr • Rund 124 Märkte kommen bereits ohne fossile Brennstoffe aus <p>Herausforderung: große Sachkenntnis der Dienstleister aus Heizungsbau und Kältetechnik erforderlich</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Energetisch optimierte Decken- und Akzentbeleuchtung • Nutzung von Tageslicht • LED-Beleuchtung in Tiefkühlmöbeln 	<p>Einsparungen stark abhängig von Größe und Ausstattungsstand eines Marktes, zwischen 6.500 und 74.000 kWh pro Jahr</p> <p>Herausforderung: LED-Technik zurzeit noch in Entwicklung</p>
<p>In Neu- und Umbauten Fußbodenheizungen à 120 Watt im Kassenbereich anstelle von Konvektorheizungen à 1.000 Watt</p>	<p>Einsparung von etwa 4.000 kWh bzw. 2 t CO₂ pro Kassenarbeitsplatz</p>
<p>Umstellung auf neue Kassensysteme, die nur die für den Kassierprozess unbedingte erforderliche Rechenleistung besitzen</p>	<p>Einsparungen von fast 50 % pro Gerät bedeuten jährlich rund 2,83 Mio. kWh Strom bzw. 1.340 t CO₂</p>
<p>Neu- und Umbau von Märkten mit höherer Energieeffizienz</p>	<p>Erhöhung der spezifischen Energieeffizienz in Abhängigkeit vom bisherigen Ausstattungsstandard</p>
<p>Schulung für Lkw- und Dienstwagenfahrer (Spritspartraining)</p>	<p>Kraftstoffeinsparungen zwischen 2 % und 5 % möglich</p> <p>Herausforderung: regelmäßige Auffrischungen erforderlich</p>
<p>Tempobegrenzer drosseln Höchstgeschwindigkeit der Lkw von 87 km/h auf 82 km/h</p>	<p>Kraftstoffeinsparungen zwischen 1,5 % und 5 % möglich, abhängig vom Grad der Drosselung</p>
<p>Kontinuierliche Erneuerung der Pkw- und Lkw-Fahrzeugflotte mit geringerem Schadstoffausstoß durch neueste Motortechnologie, Vollautomatikgetriebe, Leichtlaufreifen und verbesserte Aerodynamik</p>	<p>Kraftstoffeinsparungen zwischen 2 % und 5 % möglich, abhängig von den eingesetzten Technologien</p>
<p>Förderung des umweltbewussten Verhaltens am Arbeitsplatz durch regelmäßige Informations- und Energiesparwochen</p>	<p>Bei den „aktionswochen.Efit“ an den Kölner Verwaltungsstandorten wurden über 4 % Strom gespart, in Einzelfällen bis zu 15%. Hochgerechnet auf ein Jahr entspricht dies rund 150 MWh. Langfristig erscheint um 1 % reduzierter Stromverbrauch möglich.</p>

Die Vertriebsstruktur der REWE Group 2008



Business
to Business



Sonstige



Touristik





Impressum

Herausgeber: REWE Group | Unternehmenskommunikation | 50603 Köln
Telefon: +49 221 149-1050 | Fax: +49 221 138898
Verantwortlich: Martin Brüning, Dr. Günther Kabbe | presse@rewe-group.com

