



## Senkung der Energiekosten um 20 %

Mit reduziertem Energieverbrauch  
Profitabilität und Nachhaltigkeit  
verbessern

## Eine supereffiziente Strategie

### Neue Ideen, um Energieeffizienz in Supermärkten zu etablieren

Gesetzgebung, Energiepreise und die umweltspezifischen Kundenerwartungen ändern sich ständig. Im Einzelhandel wird Energieeffizienz damit zum vorrangigen Anliegen.

#### Das Ziel

Für eine marktführende Groß- und Supermarktkette waren Maßnahmen zur Senkung der Energiekosten erforderlich. Das Unternehmen verfügt über mehr als 1.500 Filialen und Logistikzentren in 12 Ländern weltweit. Allein die Anzahl der Standorte, einschließlich Anlagen mit über 20.000 m<sup>2</sup> Fläche, stellt ein massives Immobilienportfolio dar. Die Gruppe hat bereits mehrere Initiativen im Bezug auf eine nachhaltige Entwicklung ins Leben gerufen. Nun soll eine globale Strategie erstellt und umgesetzt werden.

Die Energieeffizienz im Einzelhandelsbereich stellt Betreiber vor zwei Herausforderungen:

- Rentabilität bei Energieeinsparprojekten
- Nachhaltigkeit im operativen Geschäft

#### Der Weg

Ziel des Kunden war eine möglichst effektive Reduzierung der Energiekosten, von denen man damals annahm, sie könnten in den nächsten fünf Jahren um mehr als 20 Millionen Euro steigen. Der Kunde wandte sich an einen erfahrenen Partner mit Know-how im Einzelhandelsbereich, um dieser Gefahr für die Rentabilität entgegenzutreten. Es sollte ein gemeinsamer, globaler Ansatz für das Energiemanagement gefunden werden.

### Kundenprofil

Einer der größten und führenden  
Lebensmittelketten in Europa:

- über 1.500 Standorte in 12 Ländern
- jährliche Energiekosten von 600 Millionen Euro
- Jährlicher Anstieg der Energiekosten um 7 % vor Projektstart



Gemeinsam haben Schneider Electric und die Einzelhandelskette die Wirtschaftlichkeitsbetrachtung in Strategien und Projekte umgewandelt, die zu konkreten Ergebnissen führten.

Die Dienstleistungen von Schneider Electric halfen dabei, einen energieeffizienteren Weg in die Zukunft zu definieren.

Die wichtigsten Phasen des Projekts waren:

- Eine klar definierte Energiestrategie, um die Energieeffizienz an jedem Standort zu maximieren und eine bessere Beschaffung zu ermöglichen
- Umfangreiche Energieverbrauchsprüfung an über 100 Standorten in 10 Ländern. Die erfassten Ergebnisse beinhalteten:
  - Datenanalyse und -messungen
  - Aufzeigen von Einsparmöglichkeiten
  - Zusammenfassung der Maßnahmen



Wesentliches Element des globalen Roll-Outs war und ist die Entwicklung einer aktiven Wirtschaftlichkeitsbetrachtung zur Unterstützung der Projektabwicklung. Innerhalb dieses ständig verifizierten Business Case wurden auch wesentliche strategische Elemente für den Kunden entwickelt:

- Umsetzung von Effizienzmaßnahmen, Überwachung der Projekterfolge und das Erstellen eines Nachhaltigkeitsplans im gesamten Unternehmen
- Mitgestaltung einer Energiemanagement-Richtlinie und Unterstützung des Veränderungsmanagements, um im gesamten Unternehmen „Energie sichtbar zu machen“

### Die Ergebnisse

Schneider Electric erfüllte die Zielvorgaben nicht nur, es übertraf sogar die Erwartungen an das Projekt – mit einer kohärenten Energiestrategie, die die Energieeffizienz verbesserte. Inzwischen konnte der Kunde mehrfach erhebliche Einsparungen verzeichnen, hat sein Bemühen um Nachhaltigkeit verstärkt und verbesserte Beschaffungsmaßnahmen eingeführt. Die Ausweitung auf weitere Ländern zum Beispiel in Osteuropa setzt die Erfolgsgeschichte fort.

# 20 %

Energieeinsparungen, die zur Verbesserung der Rentabilität beitragen

# 10 Millionen Euro

kumulative, identifizierte  
Einsparungen

# Nr. 1

Auszeichnung von Schneider Electric als „Best Supplier“ für seine Nachhaltigkeitsleistungen in der Zusammenarbeit mit diesem Kunden