

ENERGIEMANAGEMENT

Verbrauch per Mausklick im Griff

Drogeriemarkt Müller hat ein webbasiertes Energiemanagementsystem eingeführt. Damit überwacht der Händler den aktuellen Verbrauch und bemerkt Ausreißer in Filialen sofort.

▶ **Ohne Strom läuft auch im Handel nichts.** Da aber die Energie für Beleuchtung, Klimatisierung, Heizung, Computer, Türen oder Kassensysteme immer teurer wird, steht die „systematische Kostenoptimierung durch Prozessanalyse und -überwachung im Sinne eines umfassenden Energiemanagements“ ganz oben auf der Prioritätenliste der Händler, hat das EHI Retail Institute in seiner Studie „Energie-Monitor 2012“ herausgefunden (siehe Interview Seite 42). Denn nur wenn der Händler genau weiß, wo die Knackpunkte sind, kann er etwa über den Umbau oder die Erneuerung oder Nachrüstung von Verbrauchseinrichtungen entscheiden.

Somit liegt die Ulmer Drogeriemarktkette Müller im Trend: Sie hat Ende 2011 ein Energiemanagementsystem eingeführt, das nun zu einem umfassenden Energiecontrolling ausgebaut werden soll. Die Erfassung und Steuerung erfolgte zuvor noch vergleichs-

weise umständlich – manuell und mit Hilfe von Excel-Tabellen. „Die Datensammlung war entsprechend aufwendig, vor allem auch die Prüfung der Lieferantenrechnungen“, erinnert sich Petra Dommer, die zuständige Projektleiterin im Controlling der Drogeriekette. „Zudem konnten wir nicht aktuell nachvollziehen, wie sich die einzelnen Verbräuche in den Filialen tatsächlich entwickelten, da wir sie wegen des Aufwands nur summarisch erfassen konnten.“

Tagesaktuelle Überprüfung des Verbrauchs

Also entschloss sich Müller für die Einführung eines internetbasierten Energiemanagementsystems des Software-Entwicklers Meine-Energie.de: „Nun können wir über ein Webportal tagesaktuell nachvollziehen, wie sich der Verbrauch in einer einzelnen Filiale entwickelt. Außerdem können wir verschiedene Services in Anspruch nehmen, von der automatischen Übernahme der Verbrauchsdaten

über Auswertungen bis zum Benchmarking“, berichtet Dommer.

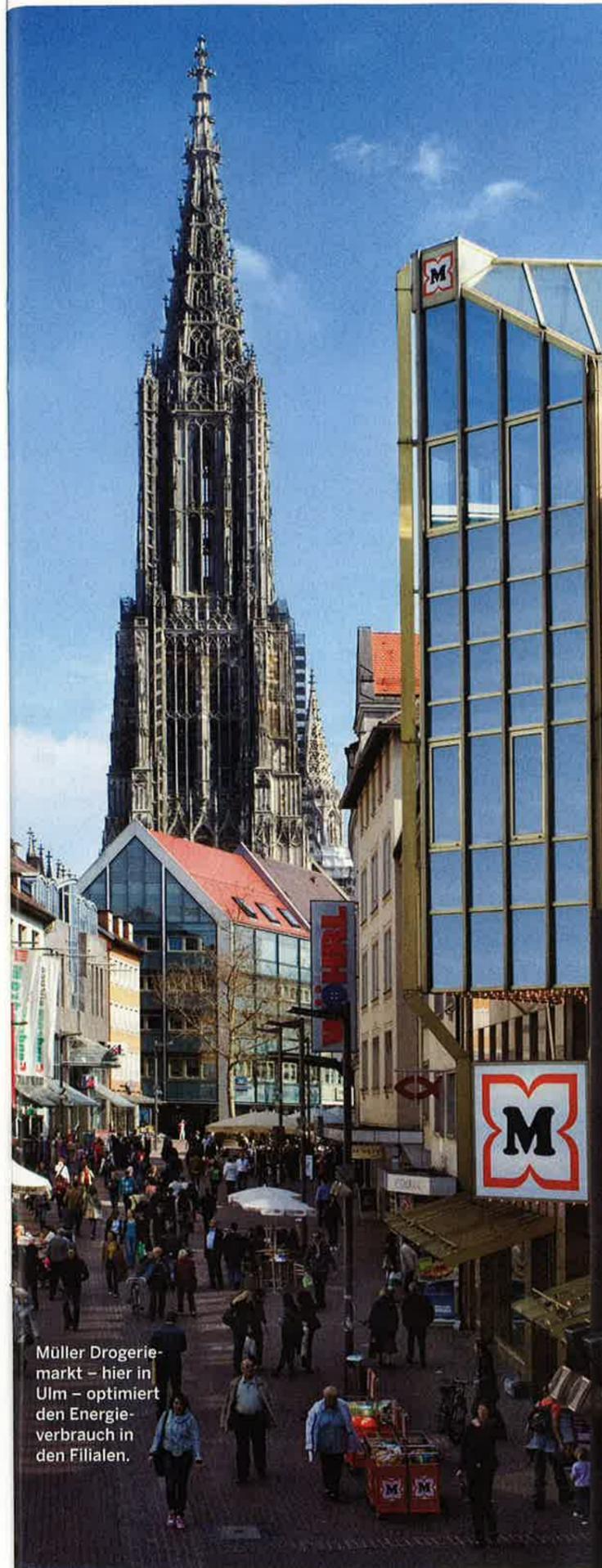
Dazu wurden zunächst die bisher gesammelten Daten übernommen, die Rechnungsprüfung implementiert und eine automatische Übernahme der Verbrauchsdaten, die durch die Netzbetreiber geliefert werden, eingerichtet. „Normalerweise sollten diese Daten jeweils am Folgetag im System sein. Es dauerte jedoch einige Zeit, bis dies in den meisten Fällen auch wirklich funktionierte“, erläutert Alexander Ebert, Leiter des Controllings bei Müller. „Denn viele Netzbetreiber taten und tun sich offenbar schwer, die Verbrauchsdaten auch tatsächlich zeitnah zu liefern, obwohl sie eigentlich dazu verpflichtet sind.“

Mit der zunehmenden Qualität der Daten konnte sich der Drogeriefilialist schnell über erste Erfolge freuen. Dabei stellte sich beispielsweise heraus, dass der Anteil fehlerhafter Rechnungen ausgesprochen groß war. So mussten für

☑ Energiekosten im Einzelhandel

Prozentuale Verteilung der Kosten auf einzelne Verbrauchsträger.

QUELLE: EHI.



Müller Drogeriemarkt – hier in Ulm – optimiert den Energieverbrauch in den Filialen.

FOTO: MÜLLER

fast 80 Standorte die sogenannten Spannungsebenen korrigiert werden, oft rechneten die Energieversorger zu hohe Konzessionsabgaben ab oder setzten falsche Arbeits- oder Messpreise an. „Wo wir früher nur einen groben Überblick hatten, herrschte nun auf einmal Transparenz. Die Datenqualität stieg deutlich an“, beschreibt Petra Dommer die ersten Erfahrungen mit dem neuen Energiemanagementsystem.

Filialmitarbeiter sensibilisieren

Die Mitarbeiter wurden ebenfalls in das neue System einbezogen, um das Verbrauchsverhalten in den einzelnen Filialen zu optimieren. Dazu wird nun die Verbrauchskurve jeder einzelnen Filiale grafisch aufbereitet und via Intranet den Filialmitarbeitern zur Verfügung gestellt. Diese Kurven zeigen nicht nur den aktuellen Verbrauch auf Monatsbasis, sondern auch jeweils den Vergleich zum Vorjahr, sodass jeder Filialleiter sofort erkennen kann, ob der Verbrauch gesunken oder gestiegen ist. „Wir wollten die Mitarbeiter sensibilisieren und ein Bewusstsein für das eigene Verbrauchsverhalten wecken“, erläutert Dommer. Dabei sei es zu ganz unerwarteten Resultaten gekommen: In zwei Filialen kam es zu ungewöhnliche Leistungsspitzen – ausgerechnet am Wochenende. An dem einen Standort war die Ursache schnell geklärt: Die Filialleitung hatte eine Sonntagsschicht eingelegt. An dem anderen Standort musste hingegen nachgebessert werden. Die Techniker stellten die Steuerung der Beleuchtung um und sorgten dafür, dass die Außensteckdosen außerhalb der Öffnungszeiten ohne Saft blieben. Auf diese Weise konnte die Verbrauchskurve der Filiale wieder normalisiert werden.

„Unsere ersten Erfahrungen zeigen, dass die bessere Taktung von Schalt- und Öffnungszeiten ein riesiges Einsparungspotenzial bietet“, so Ebert. „Deswegen wollen wir das Energiemanagement weiter in Richtung Energiecontrolling ausbauen. Denn nun haben wir



FOTO: EHI

Ljiljana Rakita,
Projektleiterin
Energiemanagement
beim EHI Retail
Institute, über
Optimierungsansätze
im Einzelhandel.

Das komplette
Interview
finden Sie unter
[derhandel.de/
energiemanagement](http://derhandel.de/energiemanagement)

Interview

„Energieverbrauch ist Wettbewerbsfaktor“

Welchen Stellenwert hat das Energiemanagement inzwischen im Handel?

Das Thema hat eine sehr hohe Bedeutung. Auch wenn die Mehrheit 2012 stabile Energiekosten verzeichnet hat, rechnen die Händler in unserer aktuellen Studie mit einem Anstieg von 11,4 Prozent innerhalb der kommenden drei Jahre. Langfristig wird Energie also vermutlich ein knappes und teures Gut.

Wie hat sich die Haltung der Händler zum Thema Energie in den vergangenen Jahren geändert?

Viele Unternehmen haben seit unserer letzten Studie 2009 große Fortschritte beim Thema Energiemanagement gemacht. Projekte, die damals nur in einer vagen Planung waren, sind mittlerweile umgesetzt worden. Sie haben das Thema für sich erkannt, entsprechende Kompetenzen aufgebaut und eigene Energiemanagement-Abteilungen gegründet, um die Energiekosten zu senken. Aber genauso gibt es Unternehmen, die noch keinen richtigen Einstieg in das

Thema gefunden haben. Es gibt also sehr große Unterschiede.

Worauf kommt es beim Energiecontrolling an?

Aus Sicht der Händler ist die systematische Kostenoptimierung durch Prozessanalyse und -überwachung im Sinne eines umfassenden Energiemanagements von entscheidender Bedeutung. Denn nur auf dieser Basis können sie wirkungsvolle Effizienzmaßnahmen ableiten, wie etwa bauliche Veränderungen oder die Erneuerung oder Nachrüstung von Verbrauchseinrichtungen. Dazu erfassen fast drei Viertel der befragten Händler Verbrauchsdaten durch Zähler und regelmäßige Messungen, um so zunächst die wesentlichen Kostentreiber zu identifizieren. Die Daten werden dabei in unterschiedlichen Zeiträumen erfasst. Am weitesten verbreitet sind dabei aktuell die Erfassung im 15-Minuten-Takt und die monatliche Erfassung.

INTERVIEW: SYBILLE WILHELM **Q**

nicht nur alle dafür notwendigen Daten vorliegen, sondern können auch analysieren, wo die größten Potenziale verborgen sind.“

Objektive Entscheidungsgrundlage

Dementsprechend wollen die Controller die Sicht auf den Energieverbrauch künftig weiter differenzieren. So soll nicht mehr der Verbrauch der Filiale als Ganzes im Fokus stehen, sondern die „Kurven“ der einzelnen Bereiche. Dazu gehören neben der Beleuchtung und der Klimatisierung beispielsweise auch die Rolltreppen oder Aufzüge. „Damit erhalten wir eine objektive Entscheidungsgrundlage für alle möglichen technischen Maßnahmen, die uns bei der Optimierung des Energiever-

brauchs helfen können“, ist Ebert überzeugt. Eine weitere Idee sei beispielsweise, Musterfilialen zu definieren, in denen neue Systeme wie etwa eine LED-Beleuchtung getestet werden. Den Energieverbrauch dieser Musterfilialen wollen die Müller-Controller dann mit ähnlichen Märkten vergleichen, um so entscheiden zu können, ob sich dort der Austausch des Beleuchtungssystems ebenfalls lohnt.

Darüber hinaus sollen auch die internen Prozesse in der Zentrale mithilfe des Energiemanagements weiter verbessert werden. Ein wichtiger Schritt sei beispielsweise die Anbindung der Rechnungsprüfung an die Finanzbuchhaltung. Damit will der Drogeriemarktbetreiber die Zahlungen in

Zukunft auch automatisiert freigeben können, wenn die Ergebnisse der Prüfung entsprechend positiv sind oder die Abweichungen die definierten Toleranzen nicht über- oder unterschreiten. Darüber hinaus soll die maschinelle Übernahme von Daten aus dem Energiemanagement in das Controlling weiter ausgebaut werden.

„Schon jetzt erleichtert uns das neue Websystem in vielen Bereichen das Leben“, fasst Petra Dommer ihre Erfahrungen zusammen. „Da wir das Energiekonto jeder Filiale sofort per Mausklick auf den Bildschirm bekommen, können wir beispielsweise bei telefonischen Anfragen nun sehr viel schneller und einfacher Auskunft geben.“

SYBILLE WILHELM **Q**