

Handel treibt Klimaschutz voran EHI-Whitepaper zum Klimaschutzmanagement im Handel

Klimaschutzmaßnahmen sind längst auch im Handel angekommen. Als bedeutender Wirtschaftszweig leistet der Einzelhandel einen wichtigen Beitrag zur Einhaltung der definierten Klimaschutzziele. „84 Prozent der Handelsunternehmen erstellen eine Klimabilanz, ergreifen Reduktionsmaßnahmen oder haben sich sogar verbindliche und überprüfbare Ziele gesteckt, die dem Klimaschutz dienen und mit den Zielen des Pariser Klimaschutzabkommens vereinbar sind. Auch das Engagement in Klima- und Umweltschutzinitiativen gewinnt zunehmend an Bedeutung“, erläutert Cathrin Klitzsch, Projektleiterin im Forschungsbereich Klima + Energie, die Ergebnisse des EHI-Whitepapers „Klimaschutzmanagement im Handel 2023“, das im Rahmen der Initiative Klimaneutralität im Handel erscheint.

Klimaschutzaktivitäten des Handels

Die Handelsketten gehen bereits aktiv gegen den Klimawandel vor: 47 Prozent verfügen über eine Klimabilanz und reduzieren bewusst ihre CO₂-Emissionen. 21 Prozent bereiten darüber hinaus schon Klimaziele in Anlehnung an die Science Based Target Initiative vor. Elf Prozent der Befragten haben sich Net-Zero als Ziel gesetzt – also genau so viel CO₂ Emissionen zu vermeiden oder aus der Atmosphäre zu entnehmen wie durch die Geschäftstätigkeit verursacht wird. Nur 16 Prozent geben an, bislang noch keine Klimaschutzstrategie auf den Weg gebracht zu haben.

Dazu betreibt mehr als die Hälfte der Handelsunternehmen (53 Prozent) CO₂-Kompensationen, indem der Ausstoß unternehmerischer, nicht vermeidbarer Treibhausgasemissionen durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten ausgeglichen wird. 42 Prozent nehmen diese Optionen nicht in Anspruch, fünf Prozent planen dies in Zukunft. Hinzu kommt, dass fast zwei Drittel der Unternehmen (61 Prozent) sich darüber hinaus bei anderen Klimaschutzprojekten engagieren.

Budgets für Klimaschutz

In die qualitative Bewertung von Lieferanten fließen zunehmend auch Nachhaltigkeitsaspekte ein. Demnach bewerten 67 Prozent der Befragten mittlerweile auch Lieferanten nach diesem Kriterium. Weitere 26 Prozent planen dies. Auch die Sicht der Kundschaft wird einbezogen: Fast drei Viertel der Handelsunternehmen (71 Prozent) erhebt Daten zur Sensibilisierung der Kundschaft in puncto Nachhaltigkeit von Warenangebot und Standorten.

Ein zentrales Budget für Investitionen mit Klimaschutzfokus haben allerdings nur die wenigsten Händler. Bei genau einem Drittel sieht die Unternehmensstrategie



EuroShop
THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 26 FEB –
2 MARCH 2023
www.euroshop.de

m
Messe
Düsseldorf

Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Deutschland

Telefon +49 211 4560 01
Telefax +49 211 4560 668
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de


Geschäftsführung:
Wolfram N. Diener (Vorsitzender)
Bernhard J. Stempfle
Erhard Wienkamp
Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Dr. Stephan Keller

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:

 The global
Association of the
Exhibition Industry

 Ausstellungs- und
Messe-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft

 FKM – Gesellschaft zur
Freiwilligen Kontrolle von
Messe- und Ausstellungszahlen

Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung

entsprechende Budgets für Klimaschutzmaßnahmen vor. Als Hürden sind der anhaltende Kostendruck, multiple Krisen und auch die Energieverknappung zu nennen.

Datenbasis:

Mit dem vorliegenden Whitepaper präsentiert das EHI erstmalig eine Analyse zum Klimaschutzmanagement im Einzelhandel. Es basiert auf den Ergebnissen einer im August 2022 durchgeführten, branchenübergreifenden Onlinebefragung in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Auswertung erfolgte anonymisiert und beruht auf gewichteten Durchschnittswerten. Es konnten Daten von 19 Einzelhändlern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz mit einer Verkaufsfläche von rund 17,8 Mio. qm ausgewertet werden. Bei der Anwendung der flächenbezogenen Gewichtung sind dem Food-Handel 62 Prozent und dem Nonfood-Handel 38 Prozent der Verkaufsfläche zuzurechnen.

[Grafiken zum Download](#)

Das Whitepaper ist ab sofort [zum Download](#) verfügbar und für EHI-Mitglieder kostenlos.

Kontakt:

Cathrin Klitzsch, Projektleiterin Forschungsbereich Klima + Energie,
Tel: +49 (0)221/57993-880, klitzsch@ehi.org
Philipp Lanzerath, Public Relations, Tel.: +49 (0)221/57993-697,
lanzerath@ehi.org

Herausgeber:

EHI Retail Institute e. V., Spichernstraße 55, 50672 Köln, www.ehi.org

Über das EHI:

Das [EHI](#) ist ein Forschungs-, Bildungs- und Beratungsinstitut für den Handel und seine Partner mit rund 80 Mitarbeitenden und einem internationalen Netzwerk von 850 Mitgliedsunternehmen des Handels, der Konsum- und Investitionsgüterindustrie sowie der Dienstleisterbranche. Das EHI ist auch Gesellschafter der [GS1 Germany](#) sowie der [FoodPlus](#) und Partner der Messe Düsseldorf bei bedeutenden Handelsmessen wie der [EuroShop](#). Präsident des EHI ist Markant-Chef Markus Tkotz und Geschäftsführer ist Michael Gerling.

Über die Initiative Klimaneutralität im Handel:

Die 2022 gegründete Initiative hat das Ziel, Transparenz zum CO2-Footprint von Handelsimmobilien zu schaffen und dem Handel eine Roadmap zum klimaneutralen Handelsstandort aufzuzeigen. Unter <https://www.ehi-klimaneutralitaet.de> wurde hierzu gemeinsam mit den [Partnern](#) der Initiative der Selbstcheck Klimaneutralität entwickelt, mit dem sich Handelsunternehmen in die aktuell erreichte Klimaschutzphase einordnen können. 2023 wird eine Orientierungshilfe Klimaneutralität mit detaillierten Handlungsempfehlungen erscheinen.



EuroShop

**THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 26 FEB –
2 MARCH 2023**

www.euroshop.de



Messe
Düsseldorf