

Migros forciert FSC bei H-Milch-Kartons

Zürich. Der größte Schweizer Lebensmittelhändler Migros will „spätestens Anfang 2012“ H-Milch nur noch in Kartons mit dem Label des Forest Stewardship Council (FSC) verkaufen. Pro Jahr setzt der Branchenprimus aktuell 120 Millionen H-Milch-Verpackungen ab. Das Projekt ist Teil des Nachhaltigkeitsprogramms der Genossen. Es sieht bis 2013 vor, die mit den 250 meistverkauften Produkten einhergehende Umweltbelastung um 10 Prozent abzusenken. Eigenen Angaben zufolge hat Migros von 2008 bis 2010 durch Verpackungsoptimierungen die CO₂-Emission jährlich um 10 000 t vermindert. Allein das Abfüllen der Konfitürenmarken Léger und Favorit in dünnere Gläser spare pro Jahr 118 t Glas und 66 t CO₂, heißt es. *hdw/lz 11-11*

Unilever-Lorbeer für Smurfit Kappa

Dublin. Der irische Wellpappen- und Kartonspezialist Smurfit Kappa hat den Unilever Supplier Award in der Kategorie Nachhaltigkeit gewonnen. Diese Auszeichnung vergibt der Konsumgüterriese an Lieferanten für besondere in der Lieferkette erbrachte Leistungen in den Bereichen Umweltschutz, Kosteneffizienz und Sozialverträglichkeit. Smurfit Kappa hat aus Sicht des Kunden Unilever die Produktion papierbasierter Verpackungen umfassend nachhaltig organisiert, angefangen beim Rohmaterial bis hin zur Recycelbarkeit von Consumer-Produkten. Exemplarisch dafür stehe das von den Iren für das Haushaltsreiniger-Segment von Unilever entwickelte „Shopper Pack“. Diese Verpackung habe nicht nur den Regalauftritt attraktiver und kostengünstiger gemacht; Unilever habe vielmehr auch 140 t Polyesterband eingespart. *lz 11-11*

Edelmann plant weitere Expansion

Heidenheim. Die auf Faltschachtelverpackungen spezialisierte Edelmann-Gruppe hat ihren Gesamtumsatz 2010 gegenüber dem Vorjahr um 4,4 Prozent auf 188 Mio. Euro gesteigert. Damit habe der Erlös wieder das „hohe Niveau“ von

Mehr Verkaufsumbiente mit weniger Wattage

Metro Cash+Carry sammelt Erfahrungen mit Leuchtdioden-Licht – 25 Prozent Energie-Ersparnis – Technikpartner Lobs-LED

Düsseldorf/Wiener Neustadt. Die Metro Group sondiert den Einsatz von LED-Technik in C&C-Märkten. Tests in Österreich und Spanien lassen Deutschlands größtem Händler manch ein Licht aufgehen.

Seit einem Jahr wird im Metro-Großmarkt in Wiener Neustadt ausschließlich Leuchtdioden-Licht eingesetzt. Bei dem Versuchsprojekt hat das größte deutsche Handelshaus mit dem Technikpartner Lobs-LED kooperiert. Die Krefelder Spezialisten haben dabei „eine maßgeschneiderte Lösung entwickelt und aufgabenspezifische Leuchten installiert“, so Geschäftsführerin Elisabeth Schüßler-Kemper.

Anlass für die Kooperation mit Metro C+C Österreich war eine Komplettanierung der Beleuchtung in Wiener Neustadt. Metro hatte dabei beschlossen, einen Großmarkt erstmals nur mit LED-Technik auszuleuchten. Neben Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz war dazu aus Sicht des Händlers vor allem zu klären, ob ein großer Verkaufsraum überhaupt zufriedenstellend mit Leuchtdioden illuminiert werden kann.

Der Auftraggeber habe sich zudem für LED entschieden, weil die Technik ein breites Spektrum von Lichtfarben überspanne, gute Farbwiedergabe gewährleiste und die Leuchten dimmbar seien, heißt es beim Krefelder Technikpartner. Über bloße Funktionsbeleuchtung hinaus habe Metro Wert auf eine zur Architektur vor Ort passende Lichtatmosphäre sowie individuell beleuchtete Waren gelegt.

Besonders im Fokus – besser: im Lichtkegel – standen Frische-Bereiche. „Das Anstrahlen mit warmen Farben hebt die Formen von Weinflaschen markant hervor. Das wirkt auf potenzielle Käufer besonders attraktiv“, weiß Experte Schüßler-Kemper.

Am Metro-Standort Wiener Neu-



Rampen-Licht: Auch der Außenbereich des österreichischen C+C-Markts wird mit Leuchtdioden illuminiert.



Bühnenbild: In Frischebereichen soll LED eine besonders atmosphärische, verkaufsfreundliche Lichtstimmung schaffen.



Grundbeleuchtung: Der Großmarkt in Wiener Neustadt wird von 294 je 100 Watt starken Industrie-Pendelleuchten im Lichtton „Neutral-Weiß“ in Szene gesetzt.

stadt wurde bewusst darauf verzichtet, das unternehmensweite, auf Energie-sparlampen gestützte Beleuchtungskonzept 1:1 auf Leuchtdioden umzu-switchen. Vielmehr wurde ein LED-spezifisches Lichtdesign entwickelt. Dieses ermöglicht es beispielsweise, temperatursensitive Lebensmittel oder Wein aus unmittelbarer Nähe zu beleuchten. Konventionelle Leuchtmittel dagegen strahlen in Lichtrichtung Wärme ab. Damit Lebensmittel nicht beschleunigt verderben oder sich verfärben, müssen solche Lampen in gewissem Abstand montiert und mit Infrarotfiltern versehen werden. Dies wiederum vermindert den Wirkungsgrad und erhöht den Energiebedarf.

Frisebereiche illuminiert Metro-Marktleiter Gaetan Faivre in Wiener Neustadt mit 30-Watt-LED-Downlights, die einzelne Warensegmente mit jeweils passenden Lichtfarben in Szene setzen. Die Leuchten können mittels spezieller Halter in den ISO-Paneeldecken versenkt werden. Weil im Marktinneren deswegen keine zusätzliche Wärmelast anfällt, reduziert sich der Energiebedarf für Warenküh-

lung und Raumklimatisierung. „Für die Fischabteilung wurde kalt-weißes Licht gewählt, das sich im Eis der Theke bricht. Dies signalisiert absolute Frische“, betont Schüßler-Kemper. Die Weinabteilung wird von 16 LED-Pendelleuchten von oben warm-weiß angestrahlt. Nicht sichtbare, auf Regalböden verlegte LED-Flexbänder sorgen für zusätzliche, warenahe Beleuchtung.

Zur allgemeinen Raumbeleuchtung ließ Metro von den auf Großkunden-Anwendungen spezialisierten Krefeldern 294 jeweils 100 Watt starke Industrie-Pendelleuchten installieren. Deren Aluminiumreflektoren inszenieren die Verkaufsräume des C+C-Markts mit neutral-weißem Licht. Im Vergleich zu den vormals installierten Entladungslampen reduziert LED-Technik die Grundbeleuchtung zugunsten von Hell-Dunkel-Kontrasten zwischen Akzent- und Allgemeinbeleuchtung. „Statt überall möglichst hohe Wattagen zu installieren ist es heute besser, die Waren gezielt sowie akzentuierend zu beleuchten und Gänge oder Verkehrsflächen dezent in

den Hintergrund zu stellen“, heißt es im Projektbericht von Lobs-LED.

Nach Messungen des Metro Energy Management Systems spart das in dem österreichischen Markt gewählte Lichtkonzept ein Viertel der zuvor benötigten Gesamtenergie ein und vermindert den jährlichen CO₂-Ausstoß vor Ort um 130 t. „Wir sind mit dem Pilotprojekt zufrieden“, verlautet es aus Düsseldorf auf Anfrage der LZ.

In Bilbao hat Metro C+C zudem getestet, wie viel Energie und CO₂ sich mit einem Beleuchtungskonzept sparen lässt, das LED- mit Leuchtstoff-Lampen kombiniert. Technikpartner ist erneut Lobs-LED. In Spanien würden T5-Röhren eingesetzt, in den Frisebereichen jedoch LED, heißt es. Genaue Messergebnisse dazu seien jedoch erst 2012 zu erwarten. Fest stehe jedoch, dass Metro Cash+Carry „im Sinne der nachhaltigen Unternehmensstrategie bei allen künftigen Projekten prüfen“ werde, welche Form der Beleuchtung in Frage komme. Die positiven Erfahrungen aus Wien und Bilbao sollen „in die Entscheidung mit einfließen“. *hdw/lz 11-11*

LED-Beleuchtung kann in einem Großmarkt 25 Prozent des gesamten Energiebedarfs einsparen