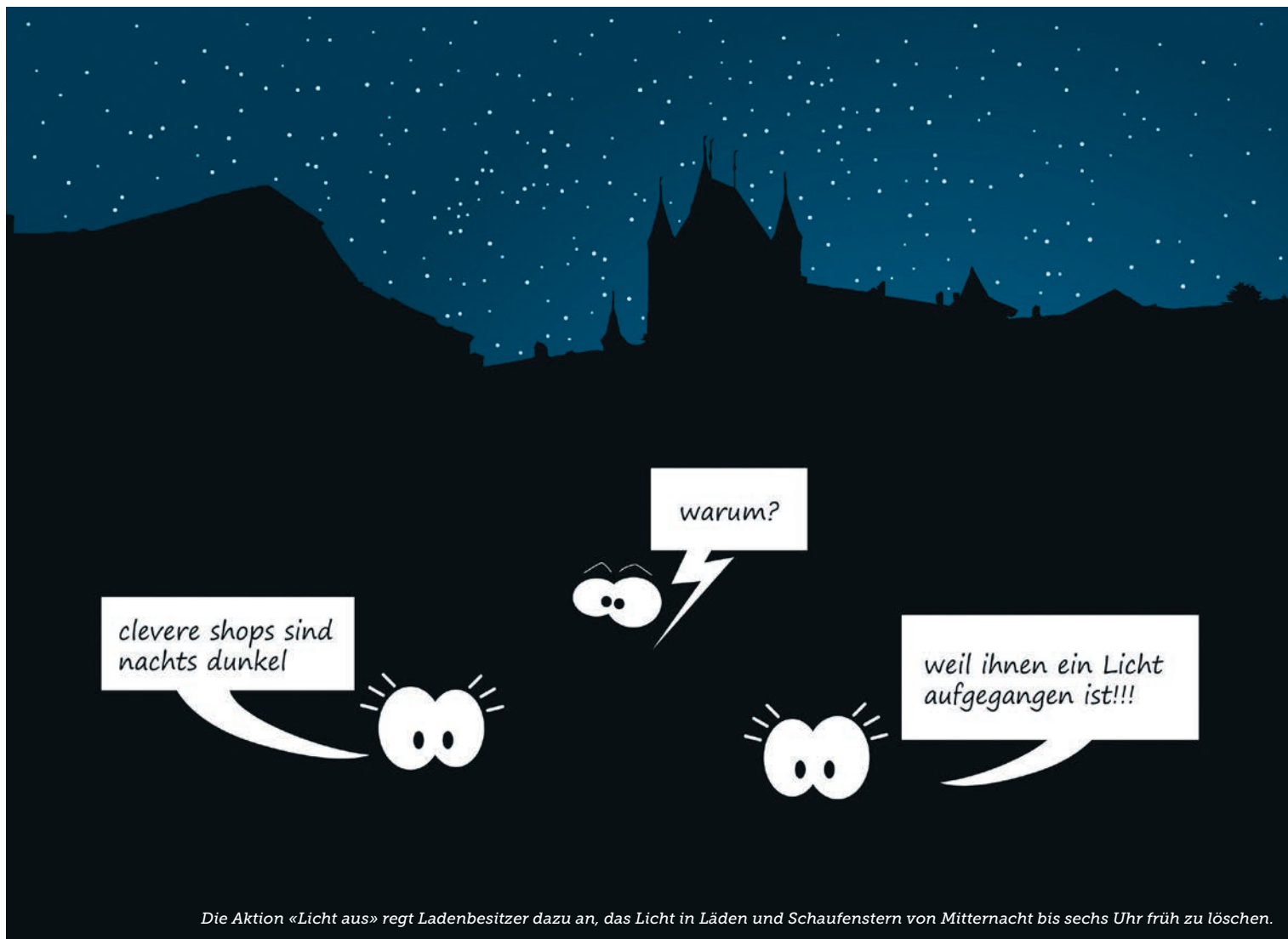


Lichter aus im Detailhandel

Ladenbesitzer rücken ihre Ware gerne ins beste Licht. Doch die nächtliche Beleuchtung verursacht Lichtemissionen und verbraucht Energie in einem Zeitraum ohne wirtschaftliche Bedeutung. Um dies zu ändern, braucht es eine Sensibilisierung des Detailhandels und eine richtig eingestellte Zeitschaltuhr.

von Priska Messmer



Energie Thun AG, pro.obscurare

Licht gibt uns Menschen ein Gefühl von Sicherheit. Städte und Gemeinden übernehmen die Aufgabe der Beleuchtung des öffentlichen Raums. Eine weitere Beleuchtung durch Schaufensterlicht ist aus Sicherheitsgründen nicht nötig. In vielen Shops brennt dennoch mindestens eine Lichtquelle die ganze Nacht durch. Das Partyvolk, die Leute der Strassenreinigung und andere Nachtmenschen interessieren sich nicht für die beleuchteten Läden. Die

nächtliche Beleuchtung hat keine wirtschaftliche Bedeutung, ist unnötig und lässt sich durch einfache Massnahmen verhindern.

Das Lichterlöschen lohnt sich für Ladenbesitzer

Genau in diese Richtung zielt das Projekt «Licht aus – clevere Shops sind nachts dunkel». Es entstand als Abschlussarbeit einer kleinen Gruppe von Studieren-

den des Lehrgangs Umweltberatung und -kommunikation des WWF-Bildungszentrums in Bern. Um das Projekt auch nach dem Abschluss weiterführen zu können, gründeten die Initianten als Trägerschaft den Verein Pro Obscurare. Die Idee besteht in ihrer Einfachheit: «Licht aus» will den Detailhandel im städtischen Raum dazu animieren, nachts im Laden die Innen- und Aussenbeleuchtung für sechs Stunden auszuschalten. Um Mitternacht ist Lich-

terlöschen angesagt, bis dann am frühen Morgen Lieferanten, Reinigungsdienst und Mitarbeiter wieder vor der Tür stehen.

Argumente dafür gibt es genug. Umwelt und Anwohner freuen sich über die reduzierten Lichtemissionen und auch die Ladenbetreiber profitieren. Sie senken den Stromverbrauch und sparen dadurch Energiekosten. Im Idealfall führt die Auseinandersetzung mit der Nachtbeleuchtung sogar zu einer grundsätzlichen Analyse der Energiesparpotenziale, sei es im Bereich der Beleuchtung oder generell. «Wären schweizweit alle Shops in der Nacht für mindestens sechs Stunden dunkel, könnten mit der eingesparten Energie rund 32 500 Haushalte ein Jahr mit Strom versorgt werden», sagt Dina Matter, Vorstandsmitglied von Pro Obscurare.

Die Umsetzung ist simpel

Für dunkle Shops gibt es eine einfache Lösung. Die Geschäfte brauchen nur sämtliche Lichtquellen, inklusive Reklamen und Vitrinen, an eine Zeitschaltuhr anzuschliessen. Die Sicherheit leidet darunter nicht: Gemäss Sicherheitsexperten hat es keinen Einfluss auf das Einbruchverhalten, ob der Shop hell oder dunkel ist. Es gibt sogar Ladenverantwortliche, die bewusst auf eine nächtliche Beleuchtung ihrer Ware verzichten, um nicht die Aufmerksamkeit darauf zu ziehen. Um vor Einbruch zu schützen, empfehlen sich andere Massnahmen wie Alarmanlagen, Videokamera-Dummies oder Bewegungsmelder mit Schockbeleuchtung.

Erfolgreiches Debüt in Basel

Zum ersten Mal in der Praxis erprobt wurde «Licht aus» 2013 in Basel. Das Anliegen von Pro Obscurare kam in der Energiestadt sehr gut an und erhielt Unterstützung von vielen Seiten. Neben dem städtischen Amt für Energie und Umwelt fungierten auch die Detailhandelsvereinigung Pro Innenstadt Basel und die Industriellen Werke Basel (IWB) als Partner. Letztere boten interessierten Unternehmen aus Basel-Stadt sogar einen kostenlosen Check für die nächtliche Energieeinsparung an.

Für die Umsetzung legte Pro Obscurare in der Basler Innenstadt einen Perimeter fest, der 260 Geschäfte umfasste. Hier wurde zuerst der Ist-Zustand der Ladenbeleuchtung erhoben. Dabei zeigte sich, dass die Hälfte der Shops nachts beleuchtet ist. Eine Informationsbroschüre zur Sensibilisierung wurde mit einer Vereinbarungsvorlage, mit welcher die Geschäfte bestätigen können, dass sie am Projekt mitwirken, an alle Geschäfte im Perimeter versandt. Der

direkte Rücklauf an Vereinbarungen war leider verschwindend gering. Mit grosser Hartnäckigkeit konnte der Verein bis Ende 2013 aber doch noch 72 Shops für das Projekt gewinnen.

Ganz nach dem Motto «Sie machen mit – wir sagen es weiter!» fabrizierte Pro Obscurare einen Aufkleber für teilnehmende Geschäfte, der die Kundschaft am Tag darüber informiert, dass der Shop nachts dunkel ist. Ausserdem wurden sämtliche Teilnehmer auf der Projekt-Website aufgeführt. So konnten die beteiligten Läden nicht nur zu einer Reduktion der Lichtemissionen beitragen sowie Energie und Geld sparen, sondern auch ihr Image verbessern.

Ein Jahr nach Projektstart lancierte der Verein eine schriftliche Umfrage unter den mitwirkenden Shops. Die Rückmeldungen zur Umsetzung von «Licht aus» waren durchwegs positiv und es gab keine negativen Erfahrungen im Bereich Sicherheit oder Kundenzufriedenheit. Alle Shops zeigten Interesse, auch zukünftig nachts dunkel zu bleiben.

In Zug gehen die Lichter zögerlich aus

Nach dem Debüt in Basel setzte sich 2014 auch die Energiestadt Zug gemeinsam mit Pro Obscurare für dunklere Schaufenster ein und unterstützte «Licht aus» sowohl finanziell als auch ideell. Zwar blieb die Zahl der teilnehmenden Shops mit 29 von 240 Geschäften im festgelegten Perimeter unter den Erwartungen. Die Medien zeigten aber grosses Interesse an dem Projekt, was eine breite Sensibilisierung der Bevölkerung und des Detailhandels ermöglichte. Interessierten Shops stand auch in Zug ein kostenloses Angebot zur Energieberatung zur Verfügung – eine Dienstleistung des Energienetz-Zug im Auftrag der Zuger Energiefachstelle.

Viel Eigeninitiative in der Stadt Thun

Auch in Thun schätzt man nachts die Dunkelheit. Die Energie Thun AG lud Pro Obscurare deswegen dazu ein, auch am Thunersee aktiv zu werden. «Das Projekt «Licht aus» kam hier im Rahmen eines ganzen Themenjahres zu Energieeffizienz zum Einsatz. Die Resonanz war durchwegs positiv und die Idee weckte viel Begeisterung», so Karin Dummermuth von der Energie Thun AG. Zusätzlich zum üblichen Vorgehen gab es in Thun Standaktionen in der Innenstadt und Plakate in Bussen. In den Shops verteilte Pro Obscurare ausserdem Zeitschaltuhren und kam so direkt mit den Ladeninhabern ins Gespräch. Der Um-

setzungsperimeter umfasste 281 Geschäfte, wovon sich 28 am Projekt beteiligten. Die relativ kleine Erfolgsquote liegt laut Dummermuth einerseits daran, dass viele der Läden bereits über eine reduzierte Nachtbeleuchtung verfügen. Andererseits sei es gerade bei den vielen Filialen grösserer Ladenketten im Perimeter schwierig gewesen, die richtige Ansprechperson zu finden und zu mobilisieren.

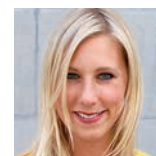
Breitere Wirkung mit Ladenketten

Dunkle Shops sind der Bevölkerung ein Anliegen – das zeigen die vielen positiven Rückmeldungen und bei Standaktionen gesammelten Unterschriften. In Basel wurde «Licht aus» sogar gleich zum Projektstart der Publikumspreis von Sun21, dem Netzwerk für erneuerbare Energien, Ressourcenschonung und -nutzung bei einer suffizienten Lebensweise, verliehen.

Mehr Überzeugungsarbeit braucht es jedoch bei den Geschäftsinhabern selber. Laut Dina Matter liegt dies nicht an mangelnder Begeisterung des Ladenpersonals, sondern an den komplexen Strukturen und verworrenen Entscheidungswegen, die insbesondere in grösseren Geschäften und Filialen vorherrschen: «Solche Ladenketten verfügen häufig über festgesetzte Beleuchtungskonzepte, die sich dezentral nicht so einfach ändern lassen. In kleineren Shops ist das einfacher. Da trifft man häufig direkt die entscheidenden Ansprechpersonen an, nämlich die Ladenbesitzer selber.»

Um mit einem Schlag möglichst viele Fliegen zu erwischen, das heisst viele Läden dunkel zu bekommen, möchte Pro Obscurare für das Projekt «Licht aus» deshalb in Zukunft vermehrt grosse Filialisten gewinnen wie etwa Swisscom, Transa oder Fielmann. Dass sich dies lohnt, zeigen erste Erfolge mit Globetrotter: Der Travel-Spezialist hat sich mit sämtlichen 22 Filialen dem Projekt angeschlossen. Dies ist nur ein Vorgeschmack: «Wir hoffen, dass bald weitere Filialisten folgen», so Matter.

www.pusch.ch/themaumwelt



Priska Messmer

Redaktorin, Pusch, Zürich
priska.messmer@pusch.ch
www.pusch.ch