

N°1 / 2025



Kältenews



Titelstory

Maßgeschneiderter Convenience Store

**„Nachhaltigkeit ist ein
langfristiger Trend“**

Prof. Dr. Stephan Rüschen
im Interview

› Seite 4-5

**Was Sie schon immer über
Kühlmöbel wissen wollten**

VDMA-Einheitsblatt für den
Betrieb von Kühlmöbeln

› Seite 8-9

**Werden Bedientheken von
SB-Theken abgelöst?**

Möglichkeiten und Grenzen
beider Modelle

› Seite 10-11



Alles aus einer Hand: Lösungen für Convenience Stores

Nicht nur Supermärkte und Discounter – Epta bietet auch ein umfangreiches Produktportfolio für Convenience Stores in Tankstellen, Flughäfen oder Bahnhöfen an. Dabei profitieren Kund:innen vom Kältetechnik-Know-how und einem Ansprechpartner für den gesamten Projektverlauf. Epta übernimmt alles, von der Lieferung der Möbel bis zur Installation und Wartung.

Schon seit einigen Jahren verändern sich die Tankstellen in Deutschland. Gab es früher nur Speiseeis in einer kleinen Tiefkühltruhe zu kaufen, ähneln die Shops heute kleinen Supermärkten – ohne ein Angebot an frischem Obst und Gemüse. Ein besonderer Fokus liegt auf Convenience-Food, den bereits verzehrfertigen oder schnell zuzubereitenden Speisen und Snacks. Damit folgen Tankstellen dem Wunsch der Konsumenten, die weniger Zeit zum Kochen und Essen haben und vermehrt Convenience-Produkte kaufen. Gleichzeitig wird auch der stärkere Ausbau der Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge die Tankstellen verändern. Es werden Bereiche entstehen, in denen diejenigen verweilen, die darauf warten, dass ihr Fahrzeug wieder aufgeladen ist. Und wer möchte sich die Wartezeit nicht mit einem Kaffee, Croissant oder herzhaften Snack versüßen?

Tankstellenshops ausgestattet

Epta arbeitet zum Beispiel bei der Umgestaltung von Tankstellenshops mit und hat in Deutschland und anderen Ländern zahlreiche Shops mit Wandkühlregalen, Tiefkühlinseln, Impulsmöbeln und sogenannten Walk-in-Coolern, begehbaren Kühlzellen mit Regalsystem, ausgestattet. Zudem hat das Unternehmen auch Möbel für die Frontline- und Backline-Area geliefert, etwa Hot-Dog-Bräter, Edelstahlmöbel für die Zubereitung und Kühlung von Snacks, Spülen sowie gekühlte Bedientheken. Meistens sind die gelieferten Kühl- und Tiefkühlmöbel steckerfertig und arbeiten umweltschonend mit dem natürlichen Kältemittel Propan. Remote-Möbel, die an eine Kälteanlage angeschlossen werden, sind aber genauso verfügbar.



Mehr Informationen zu unserem Convenience-Angebot finden Sie unter <https://www.epta-deutschland.com/de/convenience>

Fokus auf Präsentation und Promotion

„Unsere Kund:innen schätzen an uns vor allem, dass sie alles aus einer Hand bekommen“, erklärt Thorsten Zegers, Key Account Manager für Convenience Stores bei Epta Deutschland. „Von der Beratung, Lieferung über Aufbau und Installation bis hin zu Wartung und Service der Kühlmöbel und -zellen.“ Epta ist darauf spezialisiert, maßgeschneiderte Lösungen zu schaffen, die Funktionalität und Stil miteinander verbinden. So werden die Walk-in-Cooler individuell an die räumlichen Gegebenheiten vor Ort angepasst. Anders als in Supermärkten ist in Tankstellen-shops der Platz sehr begrenzt und muss optimal ausgenutzt werden. „Die Kühlmöbel, die wir hier anbieten, sind kleiner und haben einen stärkeren Fokus auf Präsentation und

Promotion der Produkte. Die Menschen sollen zu Impulskäufen angeregt werden“, erklärt Thorsten Zegers. „Besonders gut kommt unser Kühlmöbel ‚Promoter‘ an. Es lässt sich überall platzieren und setzt gekühlte Getränke perfekt in Szene – direkt im Blickfeld der durstigen Konsument:innen.“

An Bahnhöfen und Flughäfen aktiv

Epta stattet auch Convenience Stores an Flughäfen und Bahnhöfen mit Kühlmöbeln aus. Hier dreht sich in erster Linie alles um Snacks, Sandwiches und gekühlte Getränke. So hat das Unternehmen vor Kurzem Stores in den Hauptbahnhöfen in Hamburg, Berlin und Frankfurt am Main sowie im Flughafen Frankfurt am Main beliefert.



Hinweis: Die abgebildeten Shops befinden sich nicht in Deutschland.



„Nachhaltigkeit ist ein langfristiger Trend“

Prof. Dr. Stephan Rüschen ist Professor für Lebensmittelhandel und seit 2013 Studiengangsleiter Retail Management an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Heilbronn. Er beschäftigt sich in seiner Forschung mit den Schwerpunkten Smart Stores sowie Bio und Nachhaltigkeit. Im Interview spricht er über wichtige Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH), Herausforderungen für Einzelhändler:innen und Veränderungen im Konsumentenverhalten.

Kältenews: Was fasziniert Sie am Handel und im Speziellen am Lebensmittelhandel?

Stephan Rüschen: Der Lebensmittelhandel ist eine sehr schnelllebige und dynamische Branche. Mit wenigen Hebeln lässt sich etwas in sehr kurzer Zeit verändern – am Sortiment, am Preis oder an der Werbung –, ins Positive ebenso wie ins Negative. Von heute auf morgen, manchmal sogar noch schneller. Das funktioniert in fast keiner anderen Branche und das fasziniert mich.

Welches sind in den vergangenen Jahren die wichtigsten Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel gewesen?

Meiner Meinung nach kann man hier vier Felder nennen: Aufgrund der Personalnot hat es Automatisierungsprozesse

gegeben, etwa in Form von Selfscanning-Kassen, von Scannen mit dem Smartphone oder von smarten Einkaufswagen, die die gekauften Produkte erkennen. Darüber hinaus ging und geht es darum, Bedientheken aufrechtzuerhalten. Hier spielt der Fachkräftemangel natürlich auch eine Rolle. In erster Linie müssen Mitarbeitende wieder dafür begeistert werden, in diesem Bereich zu arbeiten. Zwar können Bedientheken teilweise zu Selbstbedienungstheken umgestellt werden, ganz darauf verzichten will aber niemand. Viele Einzelhändler:innen setzen vermehrt auf künstliche Intelligenz, um ihr Geschäft zu verbessern. Zum Beispiel um mit automatischen Bestellungen Unter- und Überbestände zu vermeiden und die Warenverfügbarkeit zu optimieren. Das vierte Thema, das uns auch in den kommenden Jahren noch weiter beschäftigen wird, ist

Retail Media. Bildschirme mit (Bewegt-)Bild, die Werbeartikel oder -filme zeigen und eingesetzt werden, um das Markenimage eines Produktherstellers zu verbessern. Dabei geht es um viel Geld, denn die Herstellerunternehmen überlegen sich sehr gut, wo sie ihr Marketingbudget ausgeben.

Welche Rolle spielen in Zukunft Convenience-Produkte, deren Umsätze weiter steigen, und Smart Stores, die ohne Personal auskommen?

In den vergangenen sechs Jahren sind 600 neue Smart Stores in Deutschland eröffnet worden – bei rund 30.000 Lebensmittelgeschäften. Es handelt sich um eine boomende Nische, die aus meiner Sicht aber auch eine Nische bleiben wird. Convenience-Produkte sind vor allem in Smart Stores wichtig, weil es dort darum geht, in möglichst kurzer Zeit etwas schnell Verzehrbares zu erwerben.

Geht es Konsument:innen also in erster Linie um Schnelligkeit?

Nicht nur, aber auch. Der wichtigste Trend bei Konsument:innen sind aus meiner Sicht Gesundheit und Nachhaltigkeit. Dabei handelt es sich um langfristige Trends. Denn während wir aktuell noch einen starken Preisfokus feststellen, wird sich das langfristig wieder ändern. Wer gut kommuniziert, warum man vegetarische oder vegane

Produkte kaufen sollte – nämlich weil man sich selbst damit etwas Gutes tut –, wird damit mehr Konsument:innen erreichen als jemand, der nur die Vorteile für Umwelt und Tierwohl proklamiert.

Vor welchen Herausforderungen stehen Lebensmittelhändler:innen in Zukunft?

Die Bevölkerung in Deutschland geht zurück, wenn auch schleichend. Für den Lebensmittelhandel bedeutet das: verschärfter Wettbewerb und mehr Lebensmittellieferungen. Das geht zulasten des stationären Handels und kann auch Schließungen bedeuten. Eine weitere Herausforderung wird darin bestehen, das richtige Personal in ausreichender Anzahl zu finden, zu schulen und auf der Reise der Digitalisierung mitzunehmen.

Wird sich Einkaufen künftig verändern?

Einkaufen wird bewusster erfolgen. Die Menschen haben immer weniger Zeit und wollen bequeme Lösungen. Click-und-Collect-Angebote und Lebensmittellieferungen werden zunehmen. Außerdem sehe ich, dass es wieder mehr kleine Geschäfte in den Innenstädten geben wird. Die Händler:innen wollen näher an ihren Kund:innen sein und die Kund:innen wollen bequem einkaufen, kurze Wege haben und verzichten aufgrund fehlender Parkplätze in den Innenstädten häufiger aufs Auto.

Prof. Dr. Stephan Rüschen



Neue Kühlpresenter für Getränke



Neuigkeiten von Iarp: Mit Back Bar ist nun ein steckerfertiges Kühlmöbel erhältlich, das Getränke und Milchprodukte optimal kühlt und präsentiert. Es verbindet Ästhetik, Effizienz und Nachhaltigkeit: außen aus schwarz lackiertem Stahl und gehärtetem Sicherheitsglas, innen aus Aluminium mit verchromten, verstellbaren Einlegeböden.

Getränke in Szene setzen

Den praktischen und umweltschonenden Kühlpresenter gibt es in drei Größen – mit einer Anschlagtür und mit zwei oder drei Anschlag- oder Schiebetüren – in einer Höhe von 86 cm. Die Türen sind selbstschließend. Das Fassungsvermögen liegt zwischen 124 und 302 Litern. Abhängig von Größe und Türart erreichen die Back-Bar-Modelle die Energieeffizienzklasse A oder B.

Im neuen Kühlpresenter Back Bar können Flaschen und Dosen präsentiert und gekühlt werden.

Fleisch aus der Motorroller-Theke

Am 19. Februar präsentierte sich Epta auf dem 33. Deutschen Fleischkongress, den das Fachmagazin Lebensmittel Praxis jedes Jahr ausrichtet. In Königswinter zeigte der Kälte-technikspezialist, wie sich Fleischwaren attraktiv präsentieren lassen – in einem Kühlmöbel auf einem italienischen Motorroller. Das steckerfertige Kühlmöbel Latitude von Bonnet Névé kam einmal als geschlossene Bedientheke und einmal als halbhohe Möbel mit Schiebetüren zum Einsatz. Es sollte nicht nur italienisches Flair verkörpern, sondern auch die Kreativität von EptaConcept unter Beweis stellen. In den Möbeln: hochwertige italienische Wurstwaren des Consorzio Toscano d'Avitani wie Trüffelsalami und Schinken, die auf dem Stand des Herstellers auch verkostigt werden konnten. Die Lebensmitteleinzelhändler:innen, die auf den Stand kamen, hatten zahlreiche Ideen, wie sie die Kühltheke mit Motorroller in ihren Märkten einsetzen könnten. Darüber hinaus punktet Latitude mit Türen mit der besten Energieeffizienzklasse A.



Italien-Feeling versprühte der Stand von Epta auf dem 33. Deutschen Fleischkongress mit der Fleischtheke auf einem Motorroller.



Raumklima optimieren

Luftfeuchtigkeit in Supermärkten zu kontrollieren ist entscheidend, um Kühlmöbel effizient zu betreiben und Kondensationsprobleme zu vermeiden. Man schafft eine optimale Umgebung, indem man die vorgeschriebenen Klimaklassen und Luftwechselraten einhält sowie die Feuchtigkeitsquellen berücksichtigt.

Sprechen wir von Luftfeuchtigkeit, ist damit der gasförmige Anteil des Wasserdampf in der Luft gemeint. Die Menge an Wasser, die in der Luft gasförmig gelöst werden kann, hängt von der Lufttemperatur ab. In 30 Grad warmer Luft können zum Beispiel maximal 27,6 Gramm Wasser pro Kubikmeter gelöst werden, während es in 10 Grad warmer Luft nur noch höchstens 7,7 Gramm Wasser sind. Die Temperatur, bei der die Sättigung 100 Prozent erreicht und überschüssiges Wasser ausgeschieden wird, nennt man Taupunkt.

Umgebungstemperatur beeinflusst Kühlmöbel

Die DIN EN ISO 23953 hat für Kühlmöbel mehrere Klimaklassen festgelegt. Maßgebend für Datenblätter und Energielabel ist die Klimaklasse 3. Sie sieht eine Umgebungstemperatur von 25 Grad und eine relative Luftfeuchtigkeit von 60 Prozent vor. Innerhalb der Grenzwerte dieser Klimaklasse können Schwankungen der Temperatur und Luftfeuchtigkeit von Kühlmöbeln ausgeglichen werden – vorausgesetzt, dass die Kälteanlage ausreichend dimensioniert und ihre Regelung dafür geeignet ist. Steigen Temperatur und Luftfeuchtigkeit stärker an, führt das zu einem höheren Energieverbrauch der Kühlmöbel. Somit hat die Umgebungstemperatur einen

direkten Einfluss auf die Funktion der Kühlmöbel. Mithilfe der Klimaanlage im Verkaufsraum kann die höhere Luftfeuchtigkeit ausgeglichen werden.

Höhere Luftfeuchtigkeit bei geschlossenen Möbeln

Werden Kühlmöbel mit Türen nachgerüstet oder offene Möbel durch geschlossene ausgetauscht, verändert sich das Klima im Verkaufsraum. Ein Beispiel: Eine offene Regalstrecke von 30 m entzieht der Luft in 24 Stunden bei Normbedingungen etwa 450 Liter Wasser. Eine geschlossene Möbelstrecke gleicher Länge nur rund 90 Liter Wasser. Dies beeinflusst die Bedingungen im Markt. Die Gebäudetechnik muss an die neue Situation angepasst werden, weil sonst Kondenswasser an Gebäudeteilen und an der Einrichtung entstehen kann. Darüber hinaus gibt es weitere Quellen, die zu einer höheren Feuchtigkeit im Verkaufsraum beitragen: die Bedampfung von Obst und Gemüse, die Atemluft der Kund:innen und Mitarbeitenden sowie feuchtes Wetter. Um eine zu starke Kondensation zu vermeiden, müssen diese Faktoren in die Planung und den Betrieb von Kühlmöbeln einbezogen werden.

VDMA-Einheitsblatt zum Betrieb von Kühlmöbeln

Das neu erschienene und komplett überarbeitete VDMA-Einheitsblatt 11499 mit Norm-Charakter beschäftigt sich mit dem Betrieb und der Nutzung von Verkaufskühlmöbeln. Wofür steht es und welche konkreten Inhalte hat es? Wo kann es unsere tägliche Arbeit unterstützen? Was ist ein Einheitsblatt überhaupt? Wo kann ich es beziehen?

Wer war nicht auch schon mal in der Verlegenheit und konnte zu vermeintlich einfachen Fragen spontan keine ausreichende Antwort geben? Eine Antwort, die das Thema klar umschreibt und die im besten Fall auch Lösungsansätze für das Problem beinhaltet? Schon allein die vielen unterschiedlichen Bezeichnungen zum Spannungsfeld der Temperaturen erfordern genaue Definitionen und Kenntnis des Themas.



Spannungsfeld Temperaturen: umfassend und nicht wirklich immer eindeutig zu interpretieren.

Antworten, etwa auf die Fragen „Was beschreibt eine Lufttemperatur im Zusammenhang mit Verkaufskühlmöbeln?“ oder „Welche Ware sollte mit welcher LED-Lichtfarbe präsentiert werden?“, finden sich zusammen mit Erläuterungen, Beschreibungen und Hilfestellungen im neu veröffentlichten VDMA-Einheitsblatt 11499. Einheitsblätter haben einen Norm-Charakter und entstammen dem Regelwerk und Branchenverband des Vereins Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V. (VDMA). Sie stehen auch auf Englisch zur Verfügung.

Verantwortlich für die Überarbeitung von Einheitsblättern ist für ihren Fachbereich die Fachgruppe Kühlmöbel innerhalb des VDMA. Diese Fachgruppe setzt sich zusammen aus Vertreter:innen der Herstellerfirmen und des Handels. Seit Jahren ist man turnusmäßig im Austausch und formuliert klar ausgeführte Hilfestellungen und Anwendungsregeln. Als Beispiele seien hier Handlungsempfehlungen zur EU-Ökodesign-Richtlinie oder zum Umgang mit brennbaren Kältemitteln genannt – und zwar übergreifend im Branchenkonsens. Seit geraumer Zeit nehmen auch das EHI Retail Institute und Vertreter:innen des Handwerks teil, wenn zum sogenannten Handel-Handwerker-Hersteller-Trilog geladen wird.

Nicht unerwähnt soll hier bleiben, dass Epta Deutschland in der Fachgruppe Kühlmöbel seit vielen Jahren ein großes Engagement einbringt, um gemeinsame Ziele zu definieren und umzusetzen. Die im neuen Einheitsblatt 11499

Obst & Gemüse Convenience	Käse (Backwaren)	Mopro	Fisch und Meeresfrüchte	Fleisch und Wurstwaren	Tiefkühlsortimente
warmweiß 3000 K	warmweiß 3000 K *2700 K	neutralweiß 4000 K	neutralweiß 4000 K (rötlich)	rötlich	kaltweiß ~5700 K
Frische und Qualität werden kommuniziert. Kaufimpulse gefördert. Eine warme Lichtfarbe ist geboten, ansonsten drohen Umsatzverluste oder Erwartungen werden nicht erfüllt.	Ofenfrische Teigwaren, Brot mit knackiger Kruste; Käse der „frisch vom Berg“ erscheint – ein akzentuiertes warmes Licht fördert den Kaufimpuls.	Ein Vollspektrum Weißlicht lässt die Farben der speziellen Umverpackungen erstrahlen. Die Ware wird vor einem dunklen Hintergrund besonders gut in Szene gesetzt.	Bläuliches aber auch rötliches Licht auf Fisch und Meeresfrüchte weckt die Assoziation „fangfrischer Fisch“. Generell gilt: Je „weißer“ der Fisch, desto „blauer“ sollte das Licht sein.	Ein leicht rötliches Licht unterstützt die natürlichen Rottöne in Fleisch- und Wurstwaren. Frische kann hiermit betont werden. Kaufimpulse werden gefördert.	Die sortimentspezifischen Umverpackungen, ihre Farben sowie Produktbilder, werden mit einem kalt-weißen Licht am besten in Szene gesetzt.

Leitsortimente und ihre etablierten LED-Lichtfarben. Für die Lichtfarbe „rötlich“ gibt es nur einen Farbort und keine Angabe in Kelvin.

behandelten Themenbereiche sind umfangreich und sollen in ihren Ausführungen auch helfen, die Kommunikation zwischen Herstellerunternehmen und Handel zu präzisieren und sicherer zu machen. Die behandelten Schwerpunkte sind unter anderem:

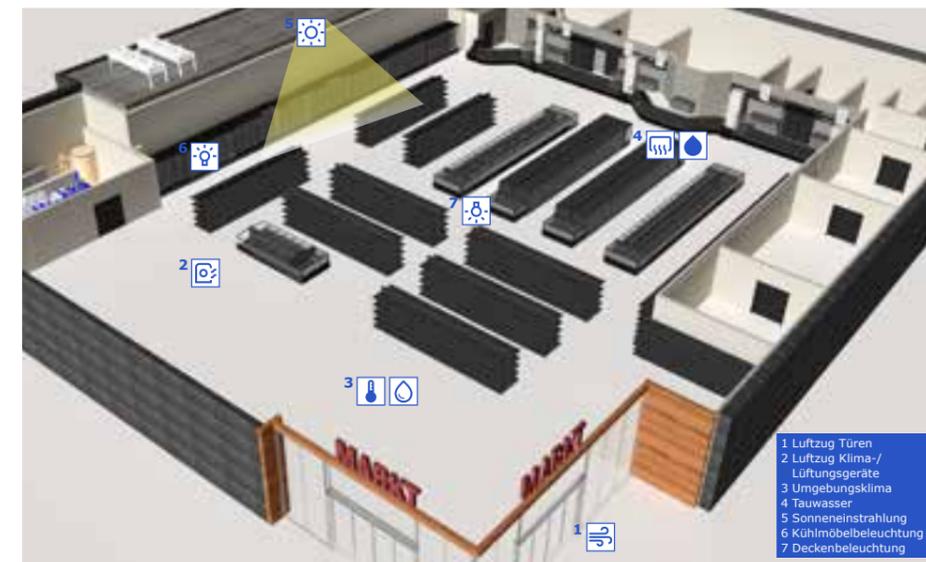
- Begriffe aus der Kältetechnik und ihre Definition
- Hilfestellung für die Einhaltung von Vorschriften und Gesetzen
- Bauplanung und Aufstellung der Einrichtung
- Die Präsentation von Kühlgut als grundsätzliche Aufgabe von Verkaufskühlmöbeln
- Übersicht über die möglichen Einflussgrößen in einem Supermarkt
- Leitsortimente und ihre etablierten LED-Lichtfarben
- Instandhaltung und Wartung von Kühlmöbeln
- Übersicht der Kühlmöbelbauformen und ihrer Bezeichnungen nach DIN EN ISO 23953



Das VDMA-Einheitsblatt zum Betrieb von Kühlmöbeln kann über DIN Media bezogen werden. Einfach QR-Code scannen und die PDF-Version oder ein gedrucktes Exemplar auswählen.

Mitglieder des VDMA erhalten das VDMA-Einheitsblatt kostenfrei über die VDMA-Publikationsdatenbank unter www.vdma.org/vdma-einheitsblaetter.

Autor: Berthold Hansen, Epta Deutschland



Übersicht und Einflussgrößen auf die im Handel präsentierten kühlbedürftigen Sortimente.

Werden Bedien- von Selbstbedienungstheken abgelöst?

Bedientheken sind die Umsatzbringer im Supermarkt. Sie stehen für besonders frische Lebensmittel. Doch gerade hier spüren Händler:innen die Personalengpässe am deutlichsten. Mit zwei unterschiedlichen Kühltheken-Konzepten will Epta dabei unterstützen, diese Herausforderung zu meistern.

Montagsmorgen in einem Supermarkt mitten in Deutschland. Drei Mitarbeiterinnen der Fleisch- und Käsetheke haben sich krankgemeldet. Die Personaldecke ist sowieso schon dünn, die Auszubildenden sind in der Berufsschule. Wie sollen nun die Bedientheken erfolgreich bespielt werden? Nicht wenige Supermärkte stehen heute bereits vor der Herausforderung, genügend Mitarbeitende zu finden, die auch bereit sind, hinter den Bedientheken zu arbeiten. Vor allem die Fleischtheke verliert bei jungen Menschen zunehmend an Attraktivität, unter anderem weil sich diese stärker mit Tierwohl-, Klimaschutz- und Gesundheitsthemen auseinandersetzen.

Flexibel reagieren können

Zurück im Supermarkt: Glücklicherweise hatte der Marktbetreiber vor wenigen Monaten mehrere hybride Theken in die Bedientheken integrieren lassen. Diese können mit wenigen Handgriffen von einer Bedien- in eine Selbstbedienungstheke (SB-Theke) umfunktioniert werden. Eine Mitarbeiterin verräumt die unverpackten Produkte in den Kühlraum, hebt den Glasaufsatz an und kippt ihn von vorne nach hinten. Auf diese Weise entsteht eine SB-Theke, die optisch genauso aussieht wie die Bedientheke. Nun noch die verpackten Frischwaren einräumen und die Kund:innen können kommen.



Shape Trad-LS erreicht die Energieeffizienzklasse F.



Die CrossOver-Theken punkten mit besonders guter Sichtbarkeit der präsentierten Produkte.

Die Rolle der Bedientheke

Der Markt in diesem Beispiel war auf die plötzliche Personalnot aufgrund von Krankheit gut vorbereitet. Doch nicht jede:r ist mit ihren/seinen Überlegungen schon so weit oder hat eine Entscheidung darüber getroffen, wie der Bedienbereich ihres/seines Marktes künftig aussieht. Sollen Teilbereiche auf SB umgestellt werden? Soll die Bedientheke nur zu bestimmten Zeiten geöffnet sein? Epta hat mehrere Varianten im Angebot, die eine grundsätzliche oder zeitweise personelle Unterbesetzung abfedern können: Die oben genannte hybride Theke ist Teil der Mozaik-Produktfamilie von Bonnet Névé: Shape Trad-LS. Mit den drei Grundmodellen Style, Studio und Design sind ihre Gestaltungsmöglichkeiten ebenso flexibel wie ihre Einsatzgebiete. Drei Tiefen, sechs Längen (93,7, 125, 187,5, 250, 312,5 und 375 cm) und zahlreiches Zubehör sorgen für eine perfekte Präsentation. Der gesamte Innenraum kann für SB-Waren genutzt werden. Bonnet Névé bietet Shape auch als reine Bedientheke in unterschiedlichen Designs, in speziellen Ausführungen für die Präsentation von Fleisch und Fisch sowie als halbhohes Möbel in geschlossener und offener Version an. In dieses Umfeld fügt sich die hybride Theke sehr harmonisch zu einem stimmigen Gesamtbild ein.

Wer die Bedientheke für SB-Waren umfunktionieren will, benötigt ein wenig Zeit, denn die gesamten Lebensmittel aus- und mit verpackten Produkten wieder einzuräumen, geht nicht von jetzt auf gleich.

Beides in einem Kühlmöbel

Eine bequemere Möglichkeit bieten die hybriden Theken von Eptas Premiummarke Eurocryor. Ihr Konzept: Sie vereinen Bedien- und Selbstbedienungsbereich in einem Möbel. Im vorderen Teil finden Kund:innen verpackte Produkte, die sie einfach entnehmen können. Im hinteren Teil erhalten sie Waren in Bedienung. Eine weitere Besonderheit der CrossOver-Theken Scene, Syncro und Impact ist, dass sie mit unterschiedlichen Temperaturbereichen ausgestattet sind. Bei der gekühlten Variante besteht die Möglichkeit, für den vorderen und hinteren Bereich die gleiche Temperatur oder unterschiedliche Temperaturen zu wählen. Außerdem ist eine Version erhältlich, in der vorne Trockenprodukte angeboten und im hinteren Teil eine Heißtheke installiert ist. Alle drei hybriden Theken von Eurocryor erreichen die Energieeffizienzklasse D.

Kälteanlage selbst konfigurieren



Eine Kälteanlage wie ein Auto selbst konfigurieren und perfekt an die eigenen Anforderungen anpassen – das funktioniert nun mit dem neuen Onlinetool von EptaTechnica. Anders als beim Auto geht es hier nicht um Hubraum, PS, Beschleunigung und Farben, sondern um die Normkühl- und Tiefkühlleistung, Umgebungstemperatur und Druckniveaus.

Passgenaues Angebot erhalten

Bei der Eingabe erfährt man sofort, welche Verdichter für die Anlage empfohlen werden. Benötigt die Kälteanlage ein Gehäuse? Soll ein Full-Transcritical-Efficiency-System integriert werden? In vier Schritten wird man durch den Prozess geführt und gibt am Ende die eigenen Kontaktdaten ein. Anschließend erhält man ein individuelles Angebot für die konfigurierte Anlage.



QR-Code mit dem Smartphone scannen und die eigene Kälteanlage konfigurieren.

WUSSTEN SIE SCHON ...?!?

Wer den Grundstein der Kältetechnik legte

Er ist Namensgeber des Faraday'schen Käfigs und bis heute vor allem bekannt für seine elektromagnetischen Entdeckungen wie etwa den Effekt der elektromagnetischen Induktion. Der 1791 in Newington Butts, Großbritannien, geborene Physiker und Chemiker Michael Faraday entwickelte aber auch Methoden zur Verflüssigung von Gasen durch Kälte und Druck. Dabei erkannte er als Erster, dass eine kritische Temperatur existiert, über der sich Gase unabhängig vom Druck nicht mehr verflüssigen lassen. Er entdeckte das Prinzip der Verdichtung von Gasen zur Erzeugung von Kälte – und damit das erste Prinzip des modernen Kälteanlagenbetriebs.



Herausgeber:
Epta Deutschland GmbH
Ludolf-Krehl-Straße 7-11 | 68167 Mannheim
Telefon: 0621-1281-0 | Fax: 0621-1281-100
E-Mail: info@epta-deutschland.com

Redaktion & Konzept: contista – Redaktion & Kommunikation, Nina Kassen
Gestaltung: Designstudio Ann-Marie Falk
Fotos: Titelbild: Adobe Stock/Kawee / Seite 2-3: Circle K / Seite 4: Carlos Calvo / Seite 7: Marina Terechov
Seite 10: Holger Martens / Seite 12: Chillventa – Matthias Merz / Seite 12: Michael Faraday: Adobe Stock, Copyright (c) Mary Evans Picture Library 2017
Verantwortlich für den Inhalt: Joachim Dallinger, Epta

