

# Der Supermarkt als Gesamtkunstwerk

EDEKA Treugut setzt auf individuelles Einkaufserlebnis

*Im November 2021 öffnete der EDEKA-Markt Treugut in der Bülowstraße in Berlin seine Türen. Mit einem einzigartigen Designkonzept und einem besonderen Einkaufserlebnis will Inhaberin Sandra Treugut ihre Kund:innen überzeugen. Für den Frischebereich hat sie sich ausschließlich für Kühlmöbel von Epta entschieden – und sagt, dass sie das in jedem neuen Markt wieder tun würde.*

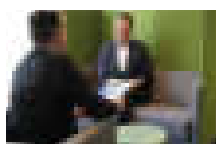
Street-Art und Lokalkolorit. Skateboardlampen auf dem Weg zum Milky Way. Im neuen EDEKA-Markt Treugut in Berlin wartet hinter jeder Ecke des knapp 1000 qm großen Verkaufsraums eine kleine Überraschung. Zum Beispiel eine Halfpipe für Fingerskateboards, ein blauer Himmel in der Obst- und Gemüseabteilung oder ein Wandgraffiti. Das

einzigartige und innovative Street-Art-Design charakterisiert den Markt. Damit fügt er sich perfekt in seine Umgebung, die Bülowstraße im Stadtteil Schöneberg, mit ihren Straßenläden, Graffiti und der internationalen Bevölkerung ein. Inhaberin Sandra Treugut kennt die Gegend gut, sie hat dort einen Großteil ihrer Jugend verbracht. „Wir haben die Street-Art im Verkaufs-

raum nicht geplant, sie ist im Prozess mit Berliner Künstlern entstanden“, erzählt sie.

## Plattform für lokale Start-ups

Auch beim Sortiment ihres dritten Marktes setzt die selbstständige Kaufrau verstärkt auf Regionalität und weniger auf Standardprodukte. Dafür arbeitet sie mit zahlreichen Berliner



### Unsere Kunden stehen im Fokus

Vertriebsleiter Tobias Dietz im Interview

› Seite 3



### Eigene Fleischproduktion

EptaConcept gestaltet Metzgerei neu

› Seite 5



### Frischer Look im Netz

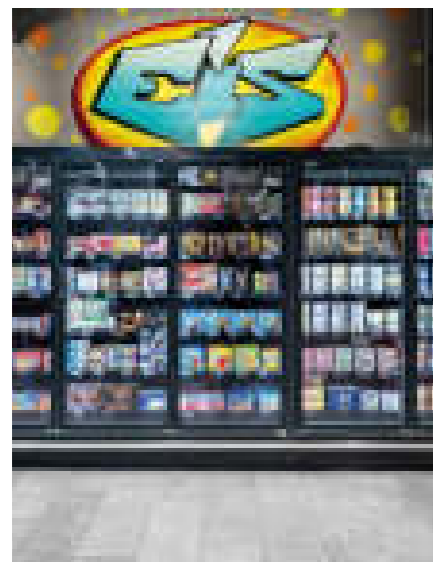
Epta-Gruppe präsentiert sich auf neuer Website

› Seite 6/7

Start-ups zusammen und bietet zum Beispiel Bottled Cocktails von Krass, Roy Kombucha, Quartiermeister Bier und Tim's Muffins an. Auch Bowls von Good Bank gehören dazu: Sie werden frisch im Markt zubereitet, variieren je nach Saison und können vegetarisch, vegan oder mit Fleisch bestellt werden. Bio-Lebensmittel machen knapp 14 Prozent des Gesamtumsatzes aus, ihr Anteil soll künftig noch weiter steigen. Darüber hinaus finden Kund:innen auch einen Bereich mit unverpackten Lebensmitteln, die sie in eigene Behältnisse abfüllen können.

#### Fine Coast neben dem Milky Way

Die Kreativität der Kauffrau und ihres Teams zeigt sich auch im Frischebereich. Dort sind die einzelnen Produktkategorien nicht mit herkömmlichen Namen gekennzeichnet, sondern heißen Fine Coast, Milky Way, grüne Welle, Beef 'n' Fish und Frosty Stuff. Hier kommen insgesamt 60 m Kühlmöbel von Epta zum Einsatz. Die rund 800 Tiefkühlartikel werden im Tiefkühlschrank SkyView und in der Tiefkühltruhe Cosmos eco von Bonnet Névé präsentiert. „Mir gefällt die Tiefkühltruhe als Insel sehr gut, auch auf Strecke“, sagt die 43-Jährige. „Außerdem bin ich von ihr begeistert, weil sich die Deckel nach oben schieben lassen. Das hat so viele Vorteile: Man kommt sehr gut an die Preisetiketten, die Truhen lassen sich einfach reinigen und die Kunden schieben sich nicht gegenseitig den Deckel in den Weg.“



Moderne Lampen unterstreichen das Street-Art-Design des EDEKA Treugut und setzen die Tiefkühlprodukte optimal in Szene.

#### Optimal betreut

Für Sandra Treugut haben die Türen und Deckel an Kühl- und Tiefkühlmöbeln aber noch einen anderen Effekt: „Sie sind modern und ein Zeichen, das den Mitarbeitenden signalisiert: Wir gehen mit der Zeit.“ Ein Blickfang über der Tiefkühlinsel sind die modernen grauen und orangefarbenen Lampen, die sehr gut mit den Kühlmöbeln und der Street-Art an den Wänden harmonieren. Die gekühlten Produkte werden im Kühlregal SkyView Plus und in der Kühltruhe Cosmos eco von Bonnet Névé präsentiert. Die Einzelhandelskauffrau ist von den ästhetischen und robusten Kühlmöbeln überzeugt: „Ich würde jeden weiteren Markt wieder mit Epta-Möbeln ausstatten. Außerdem habe ich mit Frau Ratsch eine super Kundenbetreuerin. Sie hat

unglaublich viel Ahnung, macht immer gute Vorschläge und ich kann mich voll und ganz auf sie verlassen.“

#### Einkaufen als Erlebnis

Was für Sandra Treugut den stationären Handel zum Erfolg führt? „Ein besonderes Einkaufserlebnis ist die einzige Möglichkeit, sich vom Onlinehandel abzuheben und erfolgreich zu sein“, sagt sie. „Dafür braucht es freundliche und kompetente Mitarbeitende, damit die Kunden sich wohlfühlen und ihre Produkte bekommen.“

Ich finde es außerdem wichtig, immer wieder etwas Neues anzubieten. Mit dem Markt in der Bülowstraße gehen wir einen Schritt weiter und lassen Kunst zu einem Teil des Erlebnisses werden.“

## „Die Kunden stehen im Fokus unseres Handelns“

Seit eineinhalb Jahren leitet Tobias Dietz den Vertrieb von Epta in Deutschland. Vor welchen Herausforderungen er stand, welche Projekte er in dieser Zeit umgesetzt hat und wie die Kund:innen von den Veränderungen bei Epta profitieren, berichtet er im Interview.

#### Kältenews: Welche Position hatten Sie inne, bevor Sie als Vertriebsleiter zu Epta gekommen sind?

**Tobias Dietz:** Ich habe zwölf Jahre lang bei Danfoss gearbeitet und dort zuletzt den Vertrieb geleitet. Als Vertriebsdirektor lag der Fokus auf den Themen digitale Transformation, Change-management und Kundenzufriedenheit. Darüber hinaus war ich zuvor mehrere Jahre bei einem anderen Kältetechnik-Unternehmen tätig, sodass ich die Branche sehr gut kenne.

#### Was sind Ihre Haupttätigkeiten als Vertriebsleiter bei Epta?

Um unsere starke Position am Markt beizubehalten und den wachsenden Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden gerecht zu werden, gehört es zu meinen Aufgaben, den Vertrieb weiterzuentwickeln: Dies beinhaltet interne Anpassungen von Prozessen, Strukturen und Tools sowie den Aufbau von Vertriebsregionen, um näher an unseren Kunden zu sein. Das alles trägt dazu bei, die Erwartungen und

Wünsche unserer Kunden noch besser zu erfüllen. Außerdem geht es darum, die Bekanntheit von Epta bei potenziellen Kunden zu erhöhen.

#### Welche Kompetenzen aus vorherigen Positionen können Sie hier einbringen?

In das größte Projekt der vergangenen 18 Monate, die Einführung eines CRM-Systems, konnte ich meine Erfahrung mit digitalen Transformationsprozessen und Changemanagement einfließen lassen. Das neue System ermöglicht es, unsere Kunden besser zu verstehen und ihre Anfragen effizienter zu beantworten: Sie erhalten auf ihre Anfragen nun schnellere und fundiertere Auskünfte.

#### Wie haben Sie die ersten eineinhalb Jahre bei Epta erlebt?

Die Zeit war vor allem von der Pandemie geprägt, sodass ich meine Kolleginnen und Kollegen erst mal nur virtuell und ohne persönlichen Austausch kennenlernen konnte.

Dass Epta bereits digitale Tools für die Kommunikation und Kollaboration eingeführt hatte, hat mir das Ganze sehr erleichtert. Ich konnte mich in die immense Palette von Produkten und Services von Epta einarbeiten und feststellen, dass diese noch großes Wachstumspotenzial bieten. 2021 war schon ein sehr erfolgreiches Jahr; wir haben ein deutliches zweistelliges Wachstum verzeichnet. Das verdanken wir nicht zuletzt auch der Erschließung neuer Kundensegmente.

#### Welche Ziele haben Sie sich für dieses Jahr gesteckt?

Ich möchte die Chancen für Epta auf dem Markt nutzen und das Unternehmen auf seinem Wachstumskurs halten. Darauf werde ich alle internen und externen Prozesse des Vertriebs ausrichten. Das bedeutet auch, dass wir uns stetig weiterentwickeln und an die Marktgegebenheiten anpassen: Die Zufriedenheit unserer Kunden und der persönliche Kontakt zu ihnen stehen dabei im Mittelpunkt.

## Steckerfertige Theke für kleinen Raum



Wer sein Warenangebot auf kleiner Fläche optimal zur Geltung bringen und gleichzeitig seine Kund:innen gleichzeitig in einer Wohlfühlumgebung empfangen möchte, wird bei Eurocryor fündig: Die neue Bedientheke Comfort ist eine praktische Plug-in-Lösung, die verfügbaren Raum optimal nutzt und auch in puncto Ausstattung und Design punktet. Auffallend sind die be-

sonderen Details und eine herausragende Verarbeitung: So ist etwa die Wanne aus rostfreiem Edelstahl, die großen Glasflächen der Vorderseite werden durch unauffällige Streben gestützt, und die Oberflächen sind wahlweise lackiert oder laminiert. Mit zwei Tiefen (Auslagefläche 83 und 91 cm) und sieben Längen (von 93 bis 375 cm) lassen sich alle Anforderungen der

Lebensmitteleinzelhändler erfüllen. Zudem gibt es Comfort in den Temperaturklassen 3M1 und 3M2 sowie als Bedientheke für Backwaren, als Heißtheke, Kassenmodul und als Selbstbedienungsmöbel.

### Zusätzlicher Lagerraum

Dank des integrierten Kälteaggregats benötigt die Theke keinen Anschluss an eine externe Kälteanlage und das natürliche Kältemittel Propan garantiert einen umweltschonenden Betrieb. Besonders praktisch: Eine Kühlzelle innerhalb der Theke sorgt für mehr Lagerkapazität. Mit umfangreichem Zubehör lässt sich Comfort ergänzen und an die jeweiligen Arbeitsschritte anpassen. Etwa mit Halterungen für Waage und Papier, Schneidbretter oder weitere Etagern für die Warenpräsentation. Außerdem können Abdeckungen wie eine Plexiglas-Schiebescheibe und ein Nachrollo angebracht werden. Comfort ist darüber hinaus auch als Remote-Möbel zum Anschluss an eine externe Kälteanlage verfügbar.

## Steckerfertig, elegant und praktisch



In den neuen Kühlpresentern Fizz 42 und Bitter 42 finden Molkereiprodukte, Getränke und abgepackte Wurstwaren einen perfekten Platz. Iarp hat die

beiden steckerfertigen Möbel so konzipiert, dass sie über eine hohe Warenkapazität mit einem Nettovolumen von 365 Liter verfügen. Bitter 42 rückt dank seiner vollverglasten Türen die präsentierten Produkte noch stärker in den Vordergrund.

### Grundmodell in Schwarz und Weiß

Die Betriebstemperatur von Fizz 42 und Bitter 42 liegt zwischen 0 und +7 Grad Celsius. Die Umluftkühlung sorgt für stabile Temperaturverhältnisse, die mithilfe des Thermostats konstant überwacht werden können. Die Kühlpresenten sind in den Grundmodellen

Schwarz und Weiß erhältlich. Für eine individuelle Note lassen sich Türen und Seitenteile auf Wunsch mit Grafiken bekleben. Fünf anpassbare Etagern im Innern ermöglichen genug Flexibilität, um die jeweiligen Produkte optimal zu präsentieren.

### Umweltschonend und effizient

Bitter 42 ist 181,7 cm hoch, 59 cm breit und 62,9 cm tief. Fizz 42 unterscheidet sich nur in der Höhe. Er verfügt über eine Kopfblende und ist deshalb mit 200,6 cm etwas höher. Das Kältemittel R600a und die effiziente LED-Beleuchtung sorgen für einen umweltschonenden Betrieb. Beide Kühlmöbel erreichen die Energieeffizienzklasse D.

## Regional und hausgemacht: Design für die Präsentation von Fleischwaren



Die Natur stand Pate beim Entwurf von EptaConcept für eine Metzgerei, deren Verkaufsraum vollständig modernisiert werden sollte. So wurde mithilfe von hellen Farben, Holz und der Eurocryor-Theke Panorama Meat eine warme Atmosphäre geschaffen, in der die hausgemachten Produkte im Vordergrund stehen.

Neben der Gestaltung traditioneller Marktbereiche, wie etwa einer Obst- und Gemüseabteilung, bietet EptaConcept ebenfalls ein Rundpaket für Fachgeschäfte an. Wie etwa die umfassende Modernisierung einer Metzgerei: Anhand des Grundrisses konstruierte EptaConcept-Designerin Petra Chmelova einen Entwurf, der die eigene Fleisch- und Wurstproduktion sowie die hausgemachten Waren in den Vordergrund rückt. Um zu unterstreichen, dass die Fleisch- und Wurstwaren natürlich und ohne Zusatzstoffe hergestellt werden, setzt die Designerin auf Naturmaterialien wie Holz und auf Farben, die in der Natur vorkommen. So dominieren im neuen Verkaufsraum der Metzgerei helle Töne wie Sand, Taupe, Creme und Salbei. Hinter der langen Theke

an der rückwärtigen Wand kommt edles Schwarz zum Einsatz, um Qualität und Wertigkeit der Produkte zu betonen. Dort ist auch der Kopf einer Kuh abgebildet, die aus ihrem Stall schaut und symbolisch für die eigene Fleisch- und Wurstproduktion steht.

### Panorama mit Holzfronten

Damit den Kund:innen die Waren sofort beim Betreten der Metzgerei ins Auge springen, werden diese prominent platziert: einerseits in Holzregalen in Form eines Hauses, das die regionale Ausrichtung des Unternehmens aufgreift. Andererseits in der langen Eurocryor-Bedientheke Panorama Meat mit den hellen Holzfronten, in der neben Fleisch und Wurst auch Käse, Feinkost sowie warme Speisen angeboten werden. Das Kühlmöbel verfügt

über einen vollverglasten Aufsatz ohne Verstrebungen und wirkt dadurch elegant und minimalistisch. In die 15 m lange Thekenstrecke ist als Blickfang ein vollständig verglastes Turmmodul integriert, das sich besonders gut für die Präsentation von hochwertigem Fleisch eignet.

### Optimale Beleuchtung

Als Teil der Stili-Produktfamilie von Eurocryor ist Panorama Meat mit dem Dynamischen System ausgestattet. Dieses hält die Luftfeuchtigkeit auch ohne Luftbefeuchter konstant über 90 Prozent. Damit müssen die Lebensmittel abends nicht ausgeräumt werden, sondern können über Nacht in der Theke bleiben. Die Mitarbeitenden schätzen diese Arbeitserleichterung sehr. Um Fleisch- und Wurstwaren perfekt in Szene zu setzen, kommen in der Theke Multicolour-LEDs zum Einsatz. Die 35 cm langen Lichtleisten können individuell auf die gewünschte Farbe eingestellt werden – von Weiß bis Rosa. Auf diese Weise kann jede Warenkategorie mit dem für sie optimalen Licht ausgeleuchtet werden.



### Ihr Draht zu unserer EptaConcept-Expertin:

Petra Chmelova  
petra.chmelova@epta-deutschland.com  
Telefon +49 621 1281 536



## Neuer Look im Netz



Die Epta-Gruppe hat ihre Onlinepräsenz modernisiert und ausgebaut. Auf der neuen Website unter [www.eptarefrigeration.com](http://www.eptarefrigeration.com) erhalten Kund:innen und Interessierte umfangreiche Informationen über das Angebot und die Leistungen des Komplettsystem-Anbieters, seine Geschichte, seine Mitarbeitenden sowie die Unternehmenswerte. Über das neu eingerichtete Kontaktformular ist Epta für jegliche Anfragen nun noch besser und schneller zu erreichen.

Wofür steht die multinationale Epta-Gruppe? Wie fächern sich deren Leistungen auf? Und woher kommt eigentlich der Name Epta? Auf der neuen Corporate Website unter [www.eptarefrigeration.com](http://www.eptarefrigeration.com) findet sich alles Wissenswerte über die Motivation, das Handeln und die Lösungen des Konzerns, der seine Wurzeln in Italien hat.

Wer schon immer wissen wollte, wie sich das von Luigi Nocivelli gegründete Familienunternehmen zu einer international agierenden Unternehmensgruppe mit elf Produktionsstandorten weltweit entwickelt hat, erfährt dort mehr. So viel sei schon verraten: Die griechische Zahl sieben, *επτά*, und damit seine sieben Kinder standen Pate bei der Namensgebung durch Luigi Nocivelli.

### Vorteile durch Vielfalt

Noch heute, unter der Führung seines Sohnes Marco Nocivelli, nehmen die Familie und die Mitarbeitenden eine sehr wichtige Stellung im Unternehmen ein. Sie alle leben und verkörpern die Werte der Epta-Gruppe, die der Unternehmensgründer einst aufstellte. Inklusion und Diversity sind aus einer globalisierten Welt nicht mehr wegzudenken. Das gilt auch für ein international agierendes Unternehmen wie die Epta-Gruppe. So fördert diese beide Aspekte als Teil der Unternehmenskultur und nutzt die Vorteile, die daraus erwachsen. Mindestens genauso wichtig: die kontinuierliche Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden. Das schafft beste Voraussetzungen für exzellente Arbeitsleistungen und garantiert, dass bei Neuentwicklungen

stets der aktuellste Stand der Technik berücksichtigt wird. Welche Kompetenzen zudem besonders gefördert werden und nach welchen Werten innerhalb der Gruppe gelebt wird, lesen Sie ebenfalls online.

### Anbieter von Komplettsystemen

Die Menschen stehen auch im Mittelpunkt, wenn es um das Angebot der Epta-Gruppe geht. „Wir realisieren all unsere Ideen, Investitionen, Projekte und Technologien im Bereich der Kühlung aus einem einzigen Grund: Um Millionen von Menschen auf der Welt einfache, sichere und nachhaltige Konsummöglichkeiten zu bieten“, erklärt Geschäftsführer Marco Nocivelli. Mit der Kombination von Produkten, Serviceleistungen, Technologien und Ideen möchte die Unternehmens-

gruppe in allen Bereichen der gewerblichen Kühlung der perfekte Partner sein. Der Anbieter von Komplettsystemen für den Lebensmitteleinzelhandel, die Lebensmittelindustrie sowie die Horeca- und Food & Beverage-Branche überzeugt nicht nur mit seinen Kühlmöbeln, -zellen und Kälteanlagen. Sein Alleinstellungsmerkmal ist der umfassende Service: Er beginnt beim Retail Design von EptaConcept, erstreckt sich über die Installation und Inbetriebnahme von Kühlmöbeln und Kälteanlagen, deren Wartung und Fernüberwachung und endet beim 24/7-Servicecenter und dem Ersatzteilmanagement.

### Engagement für Klimaschutz

Auf der Corporate Website erfahren Sie außerdem, warum nachhaltige Innovationen für die Epta-Gruppe so essenziell sind, in welchen Bereichen sie sich für Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz engagiert und wie sie es schafft, mit neuen Projekten Umweltbelastungen zu minimieren und gleichzeitig eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung sicherzustellen, die das Wohlergehen der Menschen verbessert.

Verschaffen Sie sich selbst einen Eindruck der neuen Website und scannen Sie den nebenstehenden Code.



### Der schnelle Draht zu Epta

Egal ob Sie eine allgemeine Frage zum Thema Kältetechnik haben, auf der Suche nach einer Lösung für ein Problem sind oder ein Angebot für eine Kühllösung benötigen: Unter [www.eptarefrigeration.com/de/kontakt](http://www.eptarefrigeration.com/de/kontakt) finden Sie ab sofort ein Kontaktformular, über das Sie Epta noch einfacher und schneller erreichen. Ihr Anliegen wird direkt an den richtigen Mitarbeitenden weitergeleitet, der sich umgehend darum kümmert.

Bitte beachten Sie, dass Sie neben der neuen Corporate Website weiterhin die Möglichkeit haben, Informationen über Epta Deutschland unter [www.epta-deutschland.com](http://www.epta-deutschland.com) aufzurufen.



Die neue Onlinepräsenz der Epta-Gruppe informiert über deren Geschichte, aber auch über deren Engagement für mehr Nachhaltigkeit und Ressourcenschutz.

## Im Kreislauf kühlen

*Keinen Platz für eine Kälteanlage und keine Lust auf viel Abwärme im Verkaufsraum? Dann sind die Kühlmöbel mit Waterloop-System genau das Richtige: Sie verfügen über ein integriertes Kälteaggregat, im Gegensatz zu steckerfertigen Möbeln leiten sie aber die Abwärme über einen Wasserkreislauf nach draußen.*

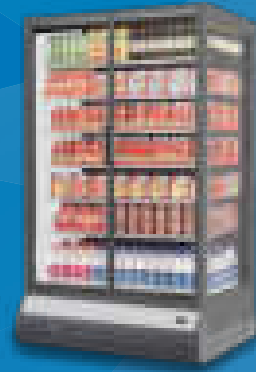
Das Design eines Remote-Kühlmöbels, gepaart mit der Flexibilität einer Plug-in-Lösung: Die Integral-Kühlmöbel von Epta mit Waterloop-System wurden ursprünglich für den Anschluss an eine externe Kälteanlage entwickelt, sind nun aber auch mit integriertem Kälteaggregat verfügbar. Bei der wassergekühlten Version wird die Abwärme über ein Waterloop-System zu einem Außengerät geleitet oder einem Wärmerückgewinnungssystem zugeführt. Supermärkte in Innenstadtlage, mit kleiner Verkaufsfläche oder solche, die keinen Platz für einen Maschinenraum haben, profitieren am meisten von den Vorteilen der Waterloop-Möbel. Deren Abmessungen und Warenprä-

sentationsfläche sind genauso groß wie die von Remote-Möbeln, sodass sich mehr Produkte anbieten lassen als mit vergleichbaren steckerfertigen Kühlmöbeln. Gleichzeitig wird keine externe Kälteanlage und damit auch kein Maschinenraum benötigt.

### Geringe Wartungskosten

Zudem sind die Waterloop-Kühlmöbel schnell betriebsbereit, weil sie lediglich einen Strom- und einen Wasseranschluss benötigen. Dank des natürlichen Kältemittels Propan arbeiten sie umweltschonend. Eine regelmäßige Wartung ist zwar notwendig, um einen störungsfreien Betrieb sicherzustellen, aber sie

ist nicht aufwendig und damit kostengünstiger als bei Kühlmöbeln, die an eine zentrale Kälteanlage angeschlossen sind. Da die Möbel mit einer geringen Menge Kältemittel auskommen, müssen keine Dichtheitskontrollen durchgeführt werden. Sollte es einmal zu einer Störung kommen, bleibt diese meist auf ein Möbel beschränkt. Das Außengerät, an das das Kühlmöbel seine Abwärme abgibt, arbeitet leise und vibrationsfrei. Die Integralmöbel von Epta sind auch als luftgekühlte Version verfügbar. Diese geben die Abwärme direkt am Kühlmöbel an die Luft ab.



### WUSSTEN SIE SCHON ...?

## Epta Deutschland feiert 25-Jähriges

Im Jahr 1997 erwarben die Brüder Gianfranco und Luigi Nocivelli den Geschäftsbereich Gewerbekühlung von York International und gründeten daraus anschließend die B.K.T. Bonnet

Kältetechnik GmbH. Diese gliederten sie in die italienische Elfi-Cold-Gruppe ein, die wiederum in Epta umbenannt wurde. Seit 2005 firmiert B.K.T. als Epta Deutschland GmbH und ist eine

rechtlich eigenständige Gesellschaft. Damit feiert Epta Deutschland in diesem Jahr ihr 25-jähriges Bestehen – und plant zu diesem Anlass eine Veranstaltung für die rund 400 Mitarbeitenden.



#### 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](mailto:info@epta-deutschland.com)

#### Redaktion & Konzept:

contista – Redaktion & Kommunikation, Nina Kassen

#### Gestaltung:

teambeige – Kommunikationsdesign, Anna Schmahl

#### Verantwortlich für den Inhalt:

Joachim Dallinger, Epta

