



Alles für die Reise

Epta kooperiert mit Lagardère Travel Retail am Frankfurter Flughafen

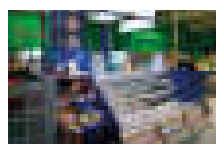
Die Reisebranche wird wieder boomen, davon ist der Reise Einzelhandel-Anbieter Lagardère Travel Retail überzeugt. Und investiert in neue Stores am Berliner und Frankfurter Flughafen – unter anderem in einen Hub Convenience Store, den Epta mit Kühlmöbeln ausgestattet hat.

Im vergangenen Jahr waren Flugreisen eine Seltenheit, die Pandemie forderte ihren Tribut und die Tourismusbranche musste besonders stark darunter leiden. Trotzdem blicken viele Akteure des Sektors optimistisch in die Zukunft. „Wir sind positiv gestimmt“, sagt Waldemar Preis, Head of Shopfitting bei Lagardère Travel Retail, einem der weltweit größten Anbieter von reiseaffinem Einzelhandel. „Denn wenn das Virus vollstän-

dig unter Kontrolle ist, werden auch seine Auswirkungen auf den Tourismus zu 100 Prozent verschwunden sein. Wir erwarten deshalb einen starken Anstieg bei Privatreisen.“ Die optimistische Einstellung des Unternehmens spiegelt sich auch in dessen Aktivitäten wider: Gerade hat Lagardère Travel Retail am Berliner Flughafen BER zehn Shops eröffnet – und kurz zuvor einen neuen am Frankfurter Flughafen.

Erfolgreich im Travel Retail

Der Hub Convenience befindet sich „airside“, im Abflugbereich hinter den Sicherheitskontrollen, und stellt deshalb besondere Anforderungen an Lieferanten, Dienstleister und Mitarbeitende. Lagardère Travel Retail ist darauf spezialisiert, Logistik und Netzwerke am Flughafen aufzubauen und Dienstleister zu zertifizieren, damit diese die nötigen Sicherheitsausweise und Arbeitsgenehmigungen



Frisches Sushi
familia-Markt Lübeck erweitert sein Angebot

› Seite 3



Cool Emotions
Mit den neuen TK-Möbeln von Iarp auch kleine Flächen optimal ausnutzen

› Seite 5



Exzellenter Service
Wie Epta den Aftersales-Service immer weiter verbessert

› Seite 6/7

erhalten. So betreibt Lagardère Travel Retail mehr als 30 Shops unter verschiedenen Markennamen im Flughafen, darunter Trib's und Relay. „Der deutsche Markt hat noch sehr viel Potenzial, weil es auf vergleichsweise kleiner Fläche sehr viele Bahnhöfe und Flughäfen gibt“, erklärt Waldemar Preis. Er ist für die Planung und die Umsetzung neuer Shopkonzepte verantwortlich und hat auch die Entstehung des Hub Convenience von Anfang bis Ende begleitet.

Kühlinsel für Sushi und Co.

Der im April 2021 eröffnete Shop am Frankfurter Flughafen bietet Reisenden alles, was sie brauchen, wenn sie an Bord eines Flugzeugs gehen: von Büchern und Magazinen über Souvenirs und bunte Socken bis hin zu Kaffee, Getränken, Sushi, Sandwiches und Kaugummi. Dieses Konzept hat das französische Unternehmen bereits mehrmals in Deutschland umgesetzt. Zum ersten Mal jedoch hat Epta die Kühlmöbel für einen Hub Convenience geliefert: In den zwei halbhohen steckerfertigen Selbstbedienungstheken Stage/Latitude von Costan/Bonnet Névé werden einmal Sandwiches und einmal Sushi angeboten. Für die Präsentation des umfangreichen gekühlten Getränkesortiments – von Smoothies über Sportdrinks bis hin zu alkoholfreien Getränken – entschied man sich für drei hohe Integralkühlmöbel, Tango Next/Multifresh Plus. Um dem Look-



Waldemar Preis, Head of Shopfitting bei Lagardère Travel Retail

and-Feel des Stores zu entsprechen, wurden alle Kühlmöbel mit Holzpaneelen verkleidet beziehungsweise in die Holzverkleidung des Stores integriert.

Verlässlicher Partner weltweit

„Als ich vor zweieinhalb Jahren ins Unternehmen gekommen bin, habe ich Kontakt zu Epta Deutschland aufgenommen, denn unser Mutterkonzern arbeitet bereits seit Langem mit

Epta France zusammen“, erklärt Waldemar Preis. „Die Epta-Gruppe ist in rund acht Ländern der größte Lieferant von Lagardère Travel Retail.“ Eine große Kühlmöbelausschreibung im vergangenen Jahr hat Epta dann gewonnen. Was Waldemar Preis und seine Kollegen überzeugt hat? „Die Ausnutzung des Raums, die Einsatzmöglichkeiten und in erster Linie die Energieeffizienz der Kühlmöbel haben den Ausschlag gegeben“, sagt er. „Wir haben auch die laufenden Kosten in die Energieeffizienz eingerechnet und dabei hat Epta am besten abgeschnitten.“ Mit den ausgewählten Möbeln im Hub Convenience ist der Head of Shopfitting ebenfalls sehr zufrieden. Seiner Meinung nach nutzen die Kühlregale den vorhandenen Platz bestmöglich aus, insbesondere bei den Getränken.

Zahlen & Fakten zum Travel Retailer

Lagardère Travel Retail, 1852 in Paris gegründet, zählt heute weltweit zu den wichtigsten Anbietern in diesem Bereich: Das Unternehmen ist in 39 Ländern, an 260 Flughäfen und in 730 Bahnhöfen mit insgesamt 4850 Shops vertreten. 2020 erwirtschaftete es mit 22.000 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 2,3 Milliarden Euro. In Deutschland beschäftigt der Travel Retailer 570 Mitarbeiter:innen und betreibt insgesamt 111 Shops an zehn Flughäfen und 35 Bahnhöfen – und ist damit der zweitgrößte Travel-Retail-Anbieter in diesem Segment. In Frankreich, China, Polen und Tschechien ist das Unternehmen sogar führend. Neben Franchisekonzepten für Food- und Modemarken, wie etwa Coffee Fellows oder Dean & David, betreibt Lagardère Travel Retail auch eigene Marken wie Relay, Trib's und Hub Convenience.



Die hohen Kühlregale und die Kühlinseln von Epta überzeugten den Travel Retailer, weil sie den Raum optimal ausnutzen und sehr energieeffizient sind.



Mit Sushibar neue Kund:innengruppen gewinnen

Der familia-Markt in Lübeck hat mit der Sushibar von Epta und Kelly Deli sein Sortiment bereichert und möchte so unter anderem neue Kund:innen anziehen. Welche Vorteile das Konzept mit sich bringt und wie es sich von anderen am Markt unterscheidet, hat Kältenews im Gespräch mit familia-Vertriebsplaner Matthias Tilk erfahren.

Frischer Fisch gehört zu Norddeutschland wie die Weißwurst zu Bayern. Auch die japanische Zubereitungsart wird im hohen Norden immer beliebter: Sushi liegt seit vielen Jahren im Trend; es gilt als gesund, schmeckt köstlich und ist sehr variantenreich. Inzwischen entdecken es auch immer mehr Lebensmittel Einzelhändler und erweitern ihr Angebot um die Reisrollen. So auch drei familia-Märkte in Wedel, Bad Bramstedt und Lübeck. Vor Kurzem haben sie die neu designte Sushibar von Epta und Kelly Deli installiert.

Show Cooking überzeugt

Den familia-Markt in der Schwartauer Landstraße in Lübeck gibt es bereits seit 1983. Auf der rund 3700 m² großen Verkaufsfläche finden Kund:innen neben einem umfangreichen Lebensmittelsortiment auch viele Non-Food-Artikel. „Ihr Fachmarktcenter-Charakter mit weiteren Geschäften auf dem Gelände macht die familia-Märkte so attraktiv für die Kund:innen“, sagt Matthias Tilk, zuständig für die Vertriebsplanung bei der familia-Handelsmarkt GmbH & Co. KG. Für den Lübecker Markt standen ein Umbau und Modernisierungsarbeiten an und in diesem Zuge überprüfte man auch die Größe der Abteilungen. Mit 220 m² war der Tiefkühlbereich bereits sehr groß, Obst und Gemüse wurden auf

200 m² vergrößert und eine Sushibar in diese Abteilung integriert. „Bislang hatten wir keine Gastronomie im Verkaufsraum, lediglich einen Bäcker mit großem Verzehrereich in der Vorkasse“, erläutert Matthias Tilk die Erweiterung des Angebots. „Die Kund:innen können das Sushi nicht vor Ort verzehren, sondern nehmen es mit nach Hause, aber sie können sehen, wie es der Koch vor ihren Augen frisch zubereitet. Dieser Show-Cooking-Effekt ist super!“ Für das SB-Warenhaus sind Maki, Nigiri und Co. ein echter Wettbewerbsvorteil, denn kein anderer Markt in der Umgebung bietet sie an. „Für die Sushibar von Epta und Kelly Deli haben wir uns entschieden, weil die Reisrollen dort – im Gegensatz zu anderen Anbietern – frisch vor Ort hergestellt werden“, erläutert Matthias Tilk die Hintergründe der Entscheidung.

Sushibar als Gesamtpaket

Das Team von Epta Concept (siehe auch Artikel auf Seite 8) hat die Sushibar entworfen. Diese kommt als Gesamtpaket zu Kund:innen und besteht aus Ladenbau- und Holzelementen sowie -regalen, in denen Zusatzprodukte rund ums Sushi präsentiert werden. Ebenfalls inklusive sind Edelstahlgeräte wie Spülen und Arbeitsplatten. Je nach Standort innerhalb des Marktes wird die Bar an die jeweiligen



Zum Gesamtpaket der Sushibar gehören auch Edelstahlmöbel und -geräte.

Anforderungen angepasst und leicht abgewandelt, zum Beispiel mit einer Decke. Immer Teil des Konzepts ist die halboffene steckerfertige SB-Kühltheke Sushi Country der Epta-Marke Eurocryor, in der die Köche das zubereitete, verpackte Sushi platzieren. Die abgestuften Etagern des offenen Möbels sind aus hochwertigem Edelstahl. Kelly Deli stellt den Sushikoch und kümmert sich um alles, was mit dem Zubereiten der japanischen Spezialitäten zu tun hat.

Neue Kund:innengruppen gewinnen

„Wir sind bis jetzt sehr zufrieden damit, wie unsere Kund:innen das Sushi annehmen“, sagt Matthias Tilk. „Es ist eine Bereicherung unseres Sortiments und rundet unser Angebot ab. Unser Ziel ist es, neue Kund:innengruppen anzuziehen, die wegen des Sushis kommen, dann aber auch noch Getränke oder andere Produkte einkaufen.“



Speiseeis perfekt in Szene setzen

Iarp hat die Speiseeistheke Delight um drei Größen erweitert: Das Möbel ist nun auch mit 16, 18 und 20 Wannen erhältlich. Bislang gab es Ausführungen mit sechs, sieben, neun, zehn und 13 Wannen für Speiseeis. Die Neuentwicklungen bieten Platz für ein größeres Sortiment, das zum Beispiel auch vegane oder laktosefreie Sorten umfasst. Mit hochtransparenten Glasfronten und wärmegeämm-

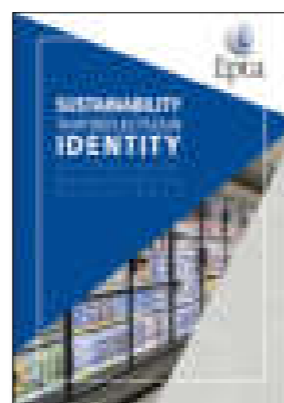
ten Glasschiebetüren auf der Rückseite sind die Speiseeissorten von allen Seiten sehr gut sichtbar und gleichzeitig optimal konserviert sowie hygienisch geschützt. Zwei horizontale LED-Leisten im oberen Vitrinenbereich leuchten den Thekeninhalt optimal aus. Die Fronten und Seitenteile von Delight lassen sich mit Dekorpaneelen aus unterschiedlichen Materialien oder mittels Digitaldruck ganz individuell

gestalten. Das natürliche Kältemittel Propan bringt die Theke auch in puncto Energieeffizienz und Umweltschutz nach vorn. Delight erreicht in allen Ausführungen die Energieeffizienzklasse C. Ihr klares Design passt sehr gut zu den übrigen steckerfertigen Modellen der Cool-Emotions-Produktfamilie von Iarp, sodass ein harmonischer Eindruck im gesamten Verkaufsraum entsteht.

CSR-Report: mehr soziale, ökologische und wirtschaftliche Nachhaltigkeit

Die Epta-Gruppe hat ihren Corporate Social Responsibility Report für 2020 veröffentlicht. Das Thema Nachhaltigkeit bekommt demnach einen immer größeren Stellenwert. „In dieser historisch einmaligen Zeit liegt unser Fokus noch stärker auf den ESG-D-Kriterien (Environment, Social, Governance, Diversity). Dabei stehen die Gesundheit unserer Mitarbeitenden und die Unterstützung der Epta-Standorte weltweit an erster Stelle“, erklärt Marco Noci-velli, Präsident und Geschäftsführer der Epta-Gruppe. Der neunte CSR-Report wurde im Vergleich zu 2019 um die Ergebnisse des Tochterunternehmens DAAS in Rumänien erweitert. Damit

deckt er mehr als 99 Prozent der Gesamtproduktion der Gruppe ab. Zu den wichtigsten Ergebnissen 2020 zählt die Senkung der Emissionen an den Produktionsstandorten und in den Geschäftsräumen: Im Vergleich zum Vorjahr gingen die Treibhausgasemissionen um 7,1 Prozent zurück. Außerdem ist es Epta gelungen, die Abfälle in der Produktion stärker zu reduzieren und über 95 Prozent der Produktionsabfälle zu recyceln. Produktionsstandorte und -prozesse werden effizienter gestaltet, neue Produkte entstehen auf Basis des Ökodesigns und werden auf ihre Umweltauswirkungen hin analysiert.



Der CSR-Report wurde von der TÜV Austria Cert GmbH zertifiziert. Die vollständige Fassung findet sich unter: www.eptarefrigeration.com/de/csr

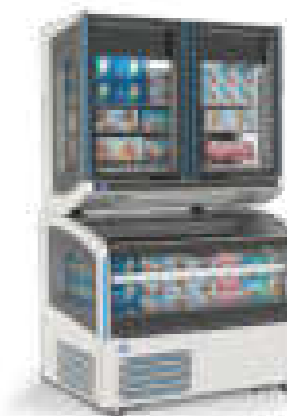
Auch auf kleiner Fläche tiefkühlen

Zuwachs im Tiefkühlmöbelsegment: Die Epta-Marke Iarp bringt mit Amaze und Passion eine neue Kombination von Über- und Unterbaukühlmöbel auf den Markt, die sich vor allem für die Präsentation von Lebensmitteln und Getränken auf kleinen Verkaufsflächen eignen. Beide punkten mit ihrer eleganten Form, einem modernen Design und großen Glasflächen. Hier wurde Wert auf eine sehr gute Warensichtbarkeit gelegt. Betrieben mit dem natürlichen Kältemittel Propan, lassen sich die Kühlmöbel einzeln oder zusammen einsetzen.

Amaze, das steckerfertige Überbau-möbel mit Ständer, ist in zwei Längen (105 und 123 cm) erhältlich und für die

Präsentation von Fleisch, Käse, Molke-reprodukten, Obst und Gemüse sowie Getränken und Tiefkühlwaren geeignet. Da es sich von Kühlung auf Tiefkühlung umschalten lässt, kann es entweder im Temperaturbereich von -1 bis +5 Grad Celsius oder von -18 bis -25 Grad Celsius betrieben werden. Es überzeugt mit rahmenlosen Glastüren, die sanft schließen. Amaze erreicht die Energieeffizienzklasse C.

In Kombination mit dem Unterbau-möbel Passion können Händler vorhandene Stellflächen optimal nutzen. Das steckerfertige Wandkühlregal für verpacktes Speiseeis harmoniert sehr gut mit Amaze, aber auch mit den anderen Kühlmöbeln der Cool-Emotions-



Produktfamilie von Iarp. Mit einer Länge von 127,8 cm beträgt sein Nettovolumen 399 Liter. Passion hat vollverglaste, gebogene Schiebedeckel, Panorama-Seitenwände und eine große Glasfront. Es erreicht die Energieeffizienzklasse E.

Modernisierte Truhen für Tiefkühlprodukte

Epta hat die beiden Tiefkühltruhen Crocodile SW/Agora SW und Tortuga/Galaxie & Cosmos Eco überarbeitet, modernisiert und ihr Design an die GranFit/SkyEffect-Produktfamilie angeglichen. Auf diese Weise lassen sich beide Möbel perfekt mit den hohen und halbhohen TK-Regalen der Familie kombinieren. Crocodile SW/Agora SW eignet sich für die Präsentation von Speiseeis und anderen TK-Produkten. Die neu entwickelten, geraden Schiebeabdeckungen aus Glas verbinden hohe Transparenz mit Robustheit und sind so entwickelt, dass sie nicht schnell beschlagen. Das Remote-TK-Möbel ist 107,5 cm tief und in den Längen 188, 250 und 375 cm erhältlich. Als Kopfmöbel ist es 223,6 cm lang.

Verbesserte Warensichtbarkeit

Tortuga/Galaxie & Cosmos Eco ist eine steckerfertige TK-Truhe mit doppelter Wanne, die auf Wunsch nun mit hochwertigen Stoßleisten aus gebürstetem Edelstahl erhältlich ist. Das Besondere



an diesem Möbel: die dreiteilige, gewölbte Glasschiebeabdeckung mit beweglichem Mittelteil. Dadurch konnten deutlich weniger Schienen verbaut und die Sichtbarkeit auf die Waren verbessert werden. Gleichzeitig sind die Scheiben hochisolierend und entspiegelt. Das Möbel ist mit einer Tiefe von 180 und 200 cm er-

hältlich sowie in den Längen 188, 250 und 375 cm; 173 und 202 cm für das Kopfmöbel. Farbe und Material der oberen und unteren Frontpaneele sind frei wählbar, die Kunststoffteile entweder dunkel- oder hellgrau. Beide TK-Truhen verfügen über eine sehr hohe Frontglasscheibe (40 cm) und Seitenwände aus entspiegeltem Glas.



Der Kunde ist König

Das Alles-aus-einer-Hand-Prinzip von Epta unterscheidet das Unternehmen von vielen Wettbewerbern: Kund:innen erhalten neben einer professionellen Beratung, Planung und Installation von Kühlmöbeln und Kältetechnik auch Wartung und Service. Was macht den Service des Kältetechnikspezialisten aus und mit welchen Veränderungen sorgt der Bereich aktuell dafür, dass Wartungen unterbrechungsfrei ausgeführt werden können?

Die Kund:innen nehmen es häufig gar nicht wahr, sie interessieren sich nur für die Produkte darin. Doch für den Lebensmitteleinzelhändler steht vor der Anschaffung des Kühlmöbels nicht nur die Frage, welches Modell er auswählt. Er muss sich auch nach der Installation darum kümmern, dass es rund um die Uhr funktioniert. Vor allem in besonders heißen Sommern kann es zur Herausforderung werden, bei einem Defekt möglichst schnell einen Servicetechniker zu bekommen. Mit ihrem deutschlandweit flächendeckenden Servicenetz ist Epta in diesem Bereich bereits sehr gut aufgestellt. Im Servicecenter in Mannheim ist rund um die Uhr und an 365 Tagen im Jahr ein Ansprechpartner erreichbar. Dort können Ersatzteile bestellt und Monteure angefordert werden.

Wartungen ohne Unterbrechung
„Wartungen stellen einen sehr wichtigen Baustein unserer Dienstleistung dar, weil sie eine hohe Verfügbarkeit und Ausfallsicherheit der Anlagen garantieren.“ Kälteanlagen müssen



Klaus Corban, Leiter des Services bei Epta

rund um die Uhr, 24 Stunden am Tag und sieben Tage in der Woche laufen, deshalb ist die Betriebssicherheit das Maß aller Dinge. Die Monteur:innen von Epta verfügen deshalb über spezielles Know-how für Wartungen und arbeiten in spezialisierten Teams. Der Vorteil für die Kund:innen: Wartungen können immer termingerecht und wie geplant vorgenommen werden. „Unsere Teams sind mit Fahrzeugen unterwegs, die speziell für diese Arbeiten ausgerüstet sind“, sagt Klaus Corban.

Serviceregionen erweitert

Der Service ist ein wichtiger Eckpfeiler für Epta, aber auch für die Kund:innen. Deshalb baut das Unternehmen ihn immer weiter aus und stellt mehr Kältetechniker:innen ein. So stehen nun mehr Monteur:innen bei kälte-

technischen Störungen und für Wartungen zur Verfügung. Reparaturen können schneller erledigt werden und die Ausfallzeit der Kühlmöbel wird minimiert. Und es gibt noch eine weitere Änderung, die den Service für die Kund:innen verbessern soll: Bislang war Deutschland in drei Regionen – Süd, Mitte und Nord – eingeteilt. Der Norden wurde jedoch so stark, dass Epta ihn in Nord und Ost aufgeteilt hat. Das wurde auch im Servicecenter umgesetzt, sodass eine zusätzliche Dispositionsgruppe Ost entstanden ist. Die Kund:innen dort profitieren von weiteren persönlichen Ansprechpartnern für alle Servicethemen und von kurzen Wegen.

Umsatzeinbußen in der Systemgastronomie

Im Handel lief während der Pandemie mehr oder weniger alles weiter, doch das Geschäft der Gastronomie veränderte sich enorm“, berichtet Serviceleiter Klaus Corban. „Die Restaurants stellten auf Drive-thru und Abholservice um, wodurch Maschinen weniger genutzt wurden und damit auch seltener gewartet werden mussten.“ Bestellungen von Equipment wurden ver-

Ausbildung mit Mehrwert

Epta möchte ihren Nachwuchskräften die bestmögliche Qualifikation mit auf den Weg geben und bietet deshalb seit Oktober 2020 eine Verbundausbildung mit ABB an. Die Auszubildenden zu Mechatroniker:innen für Kältetechnik verbringen seitdem die Zeit bis zur Zwischenprüfung durchgängig oder in Modulen in der Lehrwerkstatt von ABB in Heidelberg. Dort lernen sie technische Zusammenhänge, erlangen mechanische und elektrische Grundkenntnisse. Ihnen wird unter anderem beigebracht, wie sie wichtige Werkstoffe manuell bearbeiten. Nach eineinhalb Jahren geht es für sie in die Praxis, das heißt zu einem erfahrenen Kältetechniker ins Servicefahrzeug und zu Kund:innen. Auf die Arbeiten vor Ort sind die Auszubildenden nun viel besser vorbereitet. „Weil sie nicht sofort mit einem Techniker mitfahren, sondern erst einmal die Grundausbildung bei ABB absolvieren, können wir nun auch jüngere Bewerber einstellen“, erklärt Klaus Corban, Leiter Service bei Epta, einen weiteren Vorteil. 2021 starten bis jetzt vier Nachwuchs-Kältetechniker:innen ihre Ausbildung im Unternehmen, insgesamt sind es derzeit rund 15 in ganz Deutschland. Die Azubis bei Epta erwarten nicht nur vielseitige Aufgaben und die Arbeit mit innovativer Technik. Sie können auch zu 100 Prozent damit rechnen, im Anschluss als Servicetechniker:in übernommen zu werden.

schoben, Wartungen storniert. Für den Service von Epta bedeutete das 2020 einen Umsatzrückgang von 30 Prozent. Trotzdem bleibt Klaus Corban optimistisch: „Arbeiten, die im vergange-

nen Jahr verschoben wurden, müssen erledigt werden, wenn die Restaurants wieder öffnen dürfen. Damit werden auch wieder mehr Bestellungen für Equipment bei uns eintreffen.“



Der Austausch der Beleuchtung zählt ebenfalls zu den Aufgaben der Servicetechniker:innen.

Epta stärkt Ladenbaukompetenz

Der Wandel vom reinen Kühlmöbellieferanten und Serviceanbieter zum Planer, Gestalter und Einrichter von Verkaufsräumen: Epta verstärkt das Concept-Team und tritt dem Deutschen Ladenbau Verband bei. Kund:innen erhalten nun ganzheitliche Konzepte für ihre Märkte, Läden, Metzgereien und Verkaufsflächen.

Bislang war Epta vor allem in den Bereichen Kältetechnik, Kühlmöbel und Aftersales-Service aktiv. Inzwischen hat das Unternehmen jedoch sein Aufgabengebiet erweitert und berät Einzelhändler vermehrt bei der Gestaltung von Verkaufsflächen und -räumen. Das Epta-Concept-Team plant, entwirft und erstellt Konzepte, bei denen der Verkauf von Waren im Mittelpunkt steht. Dazu zählen etwa Shop-in-Shop-Lösungen für den Lebensmitteleinzelhandel, Salat-, Obst-, Sushi-, und Tapasbars, Reifeschränke sowie Sonderverkaufsflächen und Metzgereien. Die Kund:innen profitieren dabei von einem Ansprechpartner, der sie vom Anfang bis zum Ende des Projekts begleitet. Damit das reibungslos funktioniert, hat das

Team von Epta Concept Verstärkung bekommen: Eine Projektmanagerin koordiniert die Lieferanten und organisiert die praktische Umsetzung des Projekts vor Ort so, dass sie glatt über die Bühne geht.

Mitglied im dLv

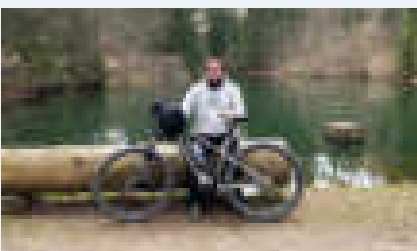
Um den Ausbau ihres Arbeitsgebiets zu unterstreichen, ist Epta dieses Jahr dem Deutschen Ladenbau Verband, kurz dLv, beigetreten. Dieser ist mit rund 180 Mitgliedsunternehmen die führende Interessenvertretung der Branche in Deutschland. Der Verband bringt Produzenten, Planer, Generalunternehmer, Dienstleister und Akteure des Handels mit dem Ziel zusammen, die Zukunft des stationären Handels

mit innovativen Stores gegen die Online-Konkurrenz zu sichern. Epta beteiligt sich daran mit kreativen Konzepten für die Ladengestaltung, mit innovativer energieeffizienter Kältetechnik und Kühlmöbeln, die eine attraktive Warenpräsentation in den Vordergrund stellen.



WUSSTEN SIE SCHON ...?

Eptas erster Jobradler



Bereits kurz nach der Mitteilung, dass die Mitarbeiter:innen von Epta

Deutschland ein Jobrad bekommen können, unternahm er bereits seine erste Tour im Spessart: Sebastian Ortoneda, Servicetechniker im Team Systemgastronomie/Mitte, ist Eptas erster Jobradler. Weil er viel im bergigen Spessart unterwegs ist, hat er sich für ein E-Mountainbike von Conway entschieden. Damit kann er längere Touren entspannter fahren –

wie zum Beispiel zum Breitsee im Hochspessart, wo auch das Foto entstanden ist.

Seit April 2021 bietet Epta Deutschland den Mitarbeitenden ein Jobrad an, das sie sowohl für berufliche als auch für private Touren nutzen können. Das Unternehmen möchte damit einen Beitrag zum Umweltschutz und zur Gesundheit der Mitarbeiter:innen leisten.

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:

sonderstag – Kommunikationsdesign, Anna Schmah

Verantwortlich für den Inhalt:

Joachim Dallinger, Epta

