

# Kältenews

N°1 / 2026



TITELSTORY

## Good Never Stops – Kältelösungen für jeden Bedarf

**Flexibel bedienen**  
Hybride Theken von Eurocryor überzeugen  
> Seite 6

**Besondere Einkaufserlebnisse schaffen**  
EptaConcept beweist Geschmack  
> Seite 14

**„Ultrafrische“ im Fokus**  
NordicStar-Familie zeigt sich effizient  
> Seite 18



# Die Zukunft des Handels gestalten

*Auf der diesjährigen Euroshop präsentierte sich die Epta-Gruppe als Komplettanbieter integrierter Lösungen, stellte unter anderem ein ganz neues Kühlmöbel der Energieeffizienzklasse B vor, die Plattform „MyEpta“ und ein Shop-in-Shop-Konzept mit Kühlmöbeln der Marke Eurocryor. Der gesamte Messeauftritt stand zudem unter dem Wertversprechen „Good Never Stops“ des Kältetechnikspezialisten. Ein Rundgang.*

Ein Global Retail Festival feierte die Euroshop, Weltleitmesse des Einzelhandels, dieses Jahr anlässlich ihres 60. Geburtstags. Fünf Tage lang traf sich das Who is Who des Retail in 14 Hallen auf dem Düsseldorfer Messegelände: Mehr als 18.000 Fachbesucher:innen aus 141 Ländern ließen sich von den Innovationen der 1840 Ausstellerunternehmen aus 61 Nationen inspirieren. Dabei konnte die Messe erneut ihre Internationalität unterstreichen: Zwei Drittel der Besuchenden kamen aus dem Ausland, jede fünfte Person aus einem Land außerhalb der EU. Im Mittelpunkt der Ausstellungen standen in erster Linie KI-basierte Anwendungen und Checkout-Lösungen, energieeffiziente Kältetechnik, moderne LED-Lichtsysteme sowie flexible Ladenbaukonzepte. Eine wichtige Erkenntnis der Messe: Budgets werden gezielt

dort eingesetzt, wo Effizienzsteigerung und Nutzen für Kund:innen zusammenkommen.

## **Good Never Stops als Botschaft**

Auch der 1700 qm große Messestand der Epta-Gruppe thematisiert genau das: flexible Ladenbaukonzepte und energieeffiziente Kühlmöbel, die Effizienz und Warenpräsentation optimal verbinden. Wer Halle 15 betritt, kann den Stand B24/42 schon von Weitem sehen. Die hohen Wände dominieren, wirken aber nicht trennend, sondern laden mit zahlreichen Durchgängen zum Entdecken ein. In der Mitte des Stands präsentiert Epta nicht nur ihr neues Wertversprechen Good Never Stops, das sich als Botschaft durch alle Ausstellungsbereiche zieht, sondern auch die größte Innovation: das neue Kühlmöbel



Zenith VP. Vorgestellt wurde es von einer riesigen LED-Wand umgeben, die ein Tor zu allen Serviceleistungen hinter den Epta-Produkten bildete und gleichzeitig symbolisch darstellte, dass mit diesem Kühlmöbel die bisherige Energieeffizienz-Bestmarke geknackt worden sind. „Als Effizienzklassen bei gewerblichen Kühlmöbeln eingeführt wurden, war Klasse C die beste am Markt. Heute zeigen wir, wie viel mehr geht. Denn Zenith erreicht Energieeffizienzklasse B“, erklärt Joachim Dallinger, Leiter Marketing und Produktmanagement bei Epta Deutschland. Das hohe Kühlregal setzt neue Maßstäbe bei Energieverbrauch und Merchandising und stand deshalb im Zentrum des Messestands. Darüber hinaus wurde es in einem zusätzlichen Ausstellungsbe- reich in zwei weiteren Varianten gezeigt.

#### Von Technik bis Ladenbau

Um Zenith VP herum sind die Bereiche gruppiert, die Epta zu einem Komplettanbieter integrierter Lösungen machen: EptaConcept mit mehreren Ladenbaukonzepten, EptaTechnica und EptaService. Die einzelnen Stationen präsentierten die unterschiedlichen Facetten von Good Never Stops: So zeigte die Premiummarke Eurocryor mit „Good Preserves for Freshness that Lasts“, wie sich Frischebereiche attraktiv und zugleich flexibel gestalten und Impulskäufe, Cross-Selling und visuelle



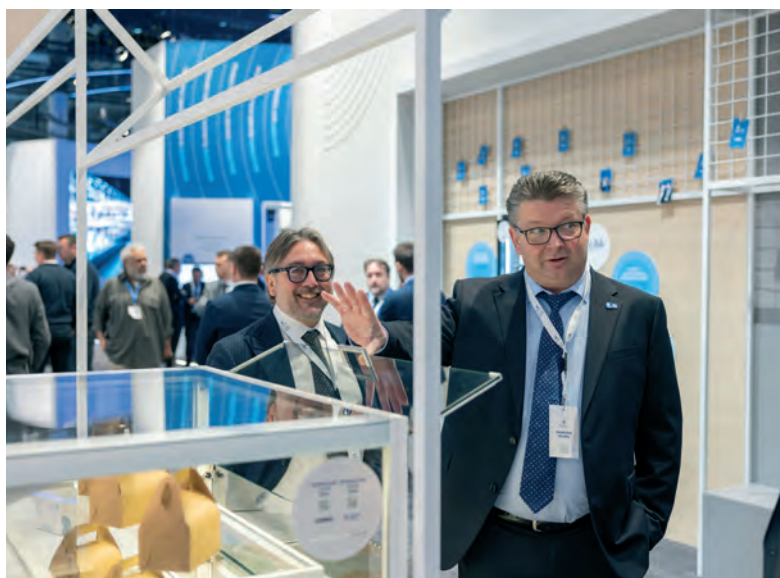
**„Der persönliche Austausch mit unseren Kundinnen und Kunden sowie mit Gästen hat die Euroshop erst wirklich wertvoll gemacht. Nicht nur die Gespräche, sondern auch die vielen Impulse tragen dazu bei, dass wir uns weiterentwickeln und noch passgenauere Lösungen anbieten können.“**

*Reinhard Kern, Leiter Vertrieb Epta Deutschland*

Wirkung steigern lassen. Mit der NordicStar-Produktfamilie im Bereich „Good Connects Global Reach with Local Care“ präsentierte Epta Lösungen speziell für „ultrafrische“ Lebensmittel sowie Convenience-Produkte. Sie überzeugen mit hoher Flächenproduktivität und sehr guter Warensichtbarkeit dank transparenter Seitenwände.

#### Internationale Pressekonferenz

In der Talking Epta Arena fand am dritten Messetag eine eigene Pressekonferenz statt. Journalist:innen aus der ganzen Welt versammelten sich, um von Marco Nocivelli,



CEO der Epta-Gruppe, und Thomas Loibl, CEO von Hauser, zu erfahren, dass die einzigartige Partnerschaft der beiden Unternehmen auf gemeinsamen Werten und einer Verpflichtung zu Nachhaltigkeit basiert. Sie betonten, dass sie zusammen eines der am breitesten gefächerten Produktportfolios auf dem Markt anbieten werden. In Interviews mit Christian Le Gousse, Chief Commercial Officer, Aurélien Tissot, Senior Marketing Director, Michele Vitali, After Sales Europe General Manager, und Carmine Infante, Chief of Growth Officer, sprach Group Communication Director Vanessa Curti über die Highlights des Messeauftritts, das neue Wertversprechen Good Never Stops der Epta-Gruppe, den Wandel vom Produktanbieter zum Anbieter integrierter Lösungen und den damit verbundenen Anspruch des Unternehmens, seine Kundinnen und Kunden bei der Transformation vom Supermarkt zum integrierten Supermarkt zu unterstützen. Dabei betonten die Teilnehmenden, dass Technologie und Menschen weiterhin zusammengedacht werden müssten. Deshalb investiert Epta in Trainings und Fortbildungen und legt besonderen Wert darauf, Wissen und Fähigkeiten zu teilen, etwa in der EptaService Academy, die in Rumänien gegründet wurde und in weiteren Ländern etabliert werden soll. Zahlreiche Vorträge in der Talking Epta Arena lieferten Einblicke in die Welt der Kältetechnik und des Einzelhandels.



**„Die Euroshop hat einmal mehr unterstrichen, wie entscheidend innovative und zukunftsfähige Lösungen für den Handel sind. Die große Resonanz an unserem Stand zeigt, dass wir mit unserem Portfolio die richtigen Antworten auf aktuelle Marktanforderungen geben und unsere Kundinnen und Kunden gezielt unterstützen können.“**

*Bernd Haller, Geschäftsführer Epta Deutschland*

*Das Interesse an den Vorträgen in der Talking Epta Arena war groß.*





## Neue Maßstäbe in energieeffizienter Warenpräsentation

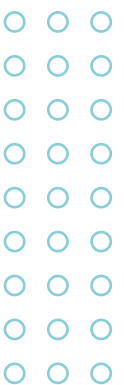
„Good Points Upwards – Designed to Let Good Shine.“

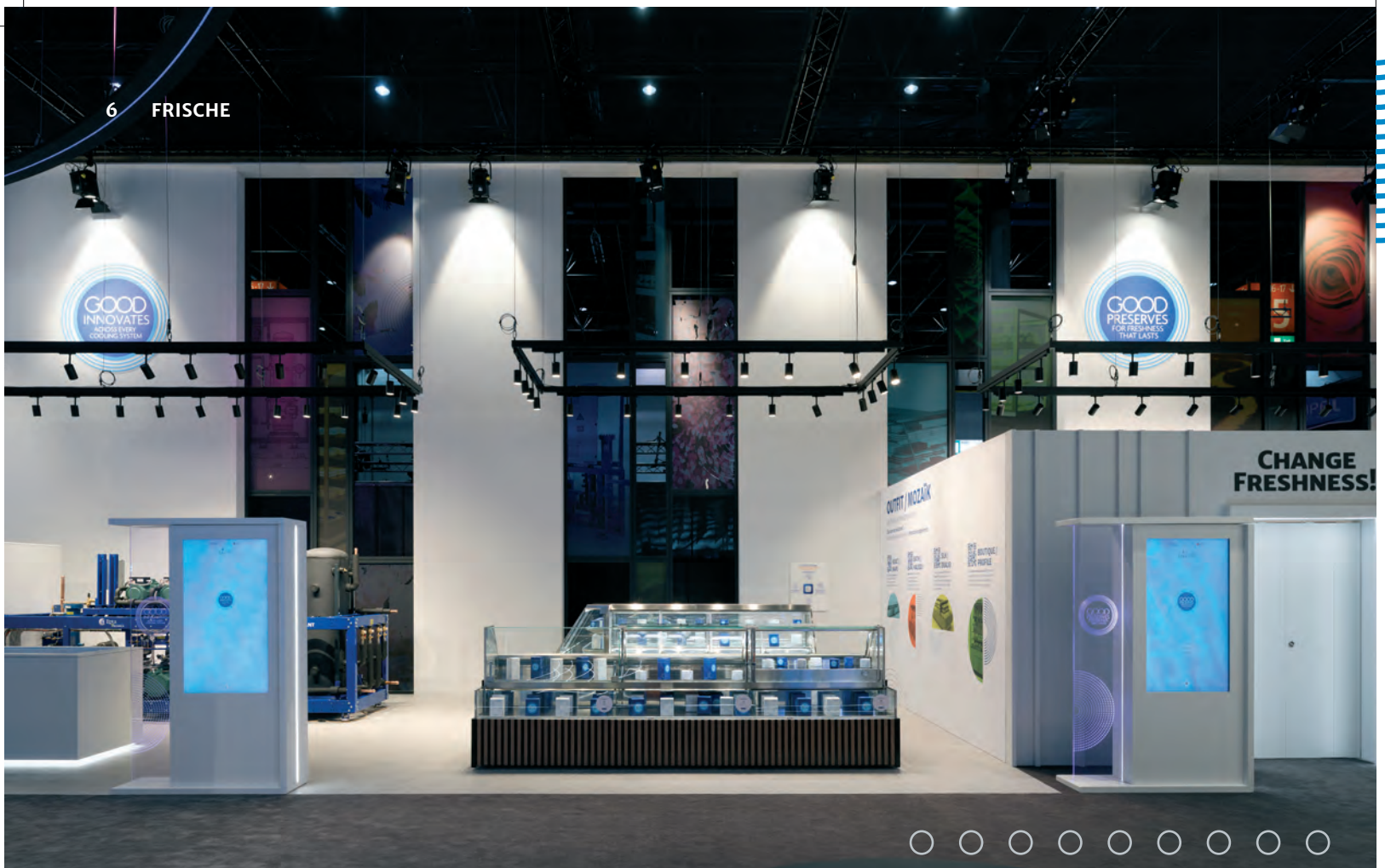
Im Zentrum des Epta-Messestands stand das neu entwickelte Kühlregal Zenith VP. Es ist das erste Kühlmöbel für den Lebensmitteleinzelhandel von Epta, das von Grund auf nach den Kriterien der Nachhaltigkeit und Effizienz konzipiert worden ist, ohne dass Kompromisse bei Optik, Qualität und Zuverlässigkeit gemacht wurden. Zenith VP punktet mit seinem geringen Energieverbrauch und der Energieeffizienzklasse B. In der Variante Advanced+ konnte eine Reduzierung des Energieverbrauchs von 36 Prozent im Vergleich zum Vorgängermodell SkyView erreicht werden. In der Ausführung Advanced sind es immer noch 29 Prozent. Möglich machen das ein größerer Verdampfer, Lüfter mit Tag-Nacht-Steuerung sowie eine verbesserte Isolierung. Das Möbel ist sowohl mit Türen als auch in einer offenen Ausführung erhältlich. Außerdem steht neben dem Remote-Möbel eine Integral-Version zur Verfügung, die mit einem eingebauten Aggregat und dem Kältemittel Propan betrieben wird. Die Abwärme kann dabei

an ein Waterloop-System oder, in der Ausführung Air, an den Markt abgegeben werden. Dies ermöglicht eine maximale Flexibilität bei der Marktplanung.



Ein Highlight auf dem Epta-Stand: das neue Kühlmöbel Zenith VP





# Flexibel bedienen

*Qualitativ hochwertige und individuelle Kühltheken sind das Markenzeichen der Premiummarke Eurocryor. Sie zeigte auf dem Messestand, wie sie Lebensmitteleinzelhändler:innen bei den aktuellen Herausforderungen unterstützt – und dabei den Fokus immer auf die präsentierten Produkte legt.*

Vielseitigkeit ist eine der Grundvoraussetzungen für moderne Supermärkte. Der Lebensmitteleinzelhandel braucht heute flexible Lösungen, die sich an wechselnde Kundenströme zu verschiedenen Tageszeiten anpassen lassen. Umschaltbare Verkaufstheken erleichtern die Organisation des Frischebereichs und ermöglichen es Einzelhändler:innen, Selbstbedienungs- und Bedienungsangebote flexibel zu kombinieren. Im Bereich „Good Preserves for Freshness that Lasts“ zeigte die Epta-Gruppe, wie die hochwertigen Theken der Marke Eurocryor Einzelhändler:innen dabei unterstützen.

## Flexible Theken nutzen

Sichtbarkeit ist entscheidend. Das gilt auch für die Produkte in Kühlmöbeln. Die CrossOver-Theken von Eurocryor bieten Cross-Selling-Möglichkeiten, indem sie Bedienung- und Selbstbedienungstheken in einen Kühlmöbel vereinen. Auf der Euroshop zeigte der Kältetechnikhersteller CrossOver Scene (Hot & Cold),

eine Theke mit gekühltem Selbstbedienungsbereich vorne und einem Bedienbereich für warme Produkte hinten. Dort lassen sich warme Speisen zubereiten, die Kund:innen von den Mitarbeitenden erhalten. Im vorderen Bereich können passende gekühlte Zusatzprodukte angeboten werden. Zudem besteht die Möglichkeit, dass das Bedienpersonal kurz vor Arbeitsende die übrig gebliebenen Gerichte verpackt und gekühlt im vorderen Thekenbereich als SB-Ware lagert.

## FrISChe, vorverpackte Produkte in Szene setzen

CrossOver Scene convertible trägt der Entwicklung Rechnung, dass Fachpersonal nur noch schwer zu finden ist. Die Theke verfügt über einen festen Selbstbedienungsbereich im vorderen Teil und einen flexiblen Bedienbereich. Dieser kann sowohl zur Bedienung als auch zur Selbstbedienung genutzt werden. Beide Remote-Möbel sind in den Längen 93,7, 125, 187,5, 250, 312,5 und 375 cm erhältlich und erreichen die Energieeffizienzklasse D.

### Verkaufsinsel für Impulskäufe

Die halbhohe offene Verkaufsinsel Twin Mini mit integriertem Kälteaggregat ist kompakt, elegant und wurde entwickelt, um Impulskäufe zu fördern. Sie eignet sich insbesondere für die Präsentation hochwertiger Lebensmittel in Selbstbedienung wie etwa Convenience-Produkte. Die Waren werden in Szene gesetzt, während das Möbel selbst in den Hintergrund tritt. Ermöglicht wird dies durch die transparente Rückwand und die Etagere aus Glas. Die obere Ablagefläche lässt sich gut für die Präsentation von Trockenprodukten nutzen. Twin Mini SV ist 128 cm breit und in drei Längen (125, 187,5, 250 cm) erhältlich. Die Integral-Version wird mit dem natürlichen Kältemittel Propan betrieben und erreicht die Energieeffizienzklasse C. Aufgrund des integrierten Aggregats wird für das Möbel kein externes Kälteaggregat benötigt, sodass es auch in kleinen Märkten Platz findet und schnell installiert werden kann. Twin Mini SV ist darüber hinaus mit Kopfmöbel zum Anschluss an eine zentrale Kälteanlage und als größere Verkaufsinsel Twin SV verfügbar.



*CrossOver Scene convertible überzeugt: Die Theke bietet Bedienungs- und Selbstbedienungsbereich in einem.*

*Hochwertige Lebensmittel kommen in der Verkaufsinsel Twin Mini SV besonders gut zur Geltung.*





# Für jede Leistung die passende Kälteanlage

*Mit Eco2Compacta und Eco2Giant zeigte EptaTechnica, dass vom kleinen Nahversorger bis zur Großfläche für jeden Leistungsbedarf die passende CO<sub>2</sub>-Kälteanlage zur Verfügung steht. Die Kälteanlage Eco2Compacta mit zwei Tiefkühlverdichtern eignet sich für kleine Supermärkte und Convenience-Stores, die Anlage Eco2Giant für große Verkaufsflächen und Logistikzentren.*

Auf dem Messestand stellte das Team von EptaTechnica unter dem Motto „Good Innovates across every Cooling System“ zwei Kälteanlagen vor: Die standardisierte Anlage Eco2Compacta wurde speziell für Convenience-Stores entwickelt. Sie punktet mit ihrer kompakten Bauweise, ihrer Effizienz und ihrem zuverlässigen Betrieb. Zum ersten Mal war sie auf der Euroshop mit zwei Tiefkühlverdichtern zu sehen. Ihre Kälteleistung liegt im mittleren Temperaturbereich bei 15 bis 45 Kilowatt (kW) und im niedrigen Temperaturbereich bei 0 bis 9 kW. Der integrierte Gaskühler macht Eco2Compacta zu einer Plug-and-play-Anlage: Lediglich die Saug- und Flüssigkeitsleitungen sowie das Stromkabel müssen angeschlossen werden. Dadurch wird die Installation erheblich vereinfacht und verkürzt.

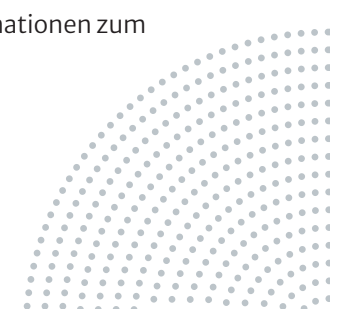
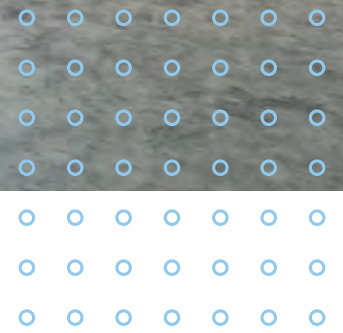
## **Amortisationszeit prognostizieren**

Die Anlage Eco2Giant befindet sich am anderen Ende der Leistungsskala und eignet sich insbesondere für die

Anforderungen von SB-Warenhäusern und Logistikzentren. „Diese Kälteanlage ist für den australischen Markt entwickelt worden. Auf Wunsch des Kunden haben wir hier CO<sub>2</sub>-Kühlung, Klimatisierung und Wärmerückgewinnung in einem System vereint“, erklärt David Wirth, Power Packs Manager bei der Epta-Gruppe. „In der Beratung unserer Kundinnen und Kunden nutzen wir sowohl unser praktisches Know-how als auch moderne Analyse-Tools, die uns genaue Prognosen zu Energieverbrauch und Amortisationszeit ermöglichen.“

## **Mehr Infos dank „MyEpta“**

Jede Kälteanlage ist inzwischen mit einem Tag der Near Field Communication (NFC) ausgestattet, das auf die neue Plattform „MyEpta“ verlinkt. Dort finden sich alle wichtigen Dokumente und Informationen zum jeweiligen Produkt.



# „MyEpta“ revolutioniert Store-Management

**Wie können Lebensmitteleinzelhändler:innen wichtige Informationen rund um ihre Kälteanlagen und Kühlmöbel zentral gebündelt erhalten? Mit der neuen multifunktionalen Plattform „MyEpta“, die etwa Handbücher, KPIs, Dokumentationen und Serviceaktionen zur Verfügung stellt.**

Mit „MyEpta“ erhalten Lebensmitteleinzelhändler:innen eine kompakte Übersicht über ihre Kühlmöbel und Kälteanlagen sowie die damit verbundenen Dokumente und Informationen. Dafür sind weder eine Netzwerkverbindung noch zusätzliche Hardware oder markenspezifische Steuerungsgeräte erforderlich. Das gelingt einfach über die jeweilige Asset ID oder Store ID. Über ein Near-Field-Communication-(NFC-)Tag, das sich auf jeder Kälteanlage und jedem Kühlmöbel befindet, kommt man über MyEpta auf die entsprechende Seite der sogenannten Asset ID. Dort finden sich, kompakt zusammengestellt, alle digitalen Dokumentationen zu dem jeweiligen Kühlmöbel – darunter alle Spezifikationen, Bedienungs- und Installationsanleitungen. Über die Asset ID kann man auch direkt auf das Ersatzteilportal von Epta zugreifen. Die Asset-ID soll den täglichen Betrieb vereinfachen.

## Transparenz auf einen Blick

Unter der sogenannten Store ID werden alle Kühlmöbel eines Marktes sowie die zugehörige Kälteanlage zusammengefasst. Ein Dashboard bündelt unter anderem Geräterlisten, Service-Tools und Verträge. Es besteht zudem die Möglichkeit, auf das zentrale Global-Alarm-Management und die Plattform SwitchOn, die die Fernüberwachung und -steuerung von Kühlmöbeln und Kälteanlagen sicherstellen, zuzugreifen.

„MyEpta“ liefert eine datenbasierte Unterstützung für Wartungs- und Investitionsmaßnahmen, sodass Lebensmitteleinzelhändler:innen fundierte Entscheidungen treffen und die Leistung ihres Marktes optimieren können. Epta bezeichnet die Plattform als Zukunft des Store-Managements.





# Deutschlandweit in Ihrer Nähe

Mit mehr als 600 Servicetechnikerinnen und Servicetechnikern deutschlandweit bietet EptaService ein flächendeckendes Servicenetz. Kundinnen und Kunden profitieren von kurzen Wegen, schnellen Reaktionszeiten und einem verlässlichen Partner für alle Servicefragen. Das Epta-Servicecenter erreichen sie rund um die Uhr und an 365 Tagen im Jahr, um Probleme oder Störungen zu melden und eine:n Servicetechniker:in anzufordern – flexibel und unkompliziert.



[www.epta-deutschland.com](http://www.epta-deutschland.com)

Epta Deutschland GmbH  
Standort Gifhorn

Epta Deutschland GmbH  
Standort Osnabrück

Epta Deutschland GmbH  
Standort Dresden

Epta Deutschland GmbH  
Hauptsitz Mannheim



 Servicefahrzeuge im Einsatz

# Seit 100 Tagen Business Unit Leiter After Sales bei Epta Deutschland: Henning Wehrstedt



**Kältenews: Sie sind seit 100 Tagen Business Unit Leiter After Sales bei Epta Deutschland. Wie haben Sie diese Zeit erlebt?**

**Henning Wehrstedt:** Die ersten Wochen waren geprägt von unseren MiteinanderFeiern sowie der Euroshop – großartige Gelegenheiten, um viele Kolleginnen und Kollegen sowie Kund:innen persönlich kennenzulernen. In der darauffolgenden Zeit ging es dann darum, tief in die Abläufe unseres Servicebereichs einzutauchen und ein umfassendes Verständnis dafür zu entwickeln, wie wir die Erwartungen unserer Kund:innen bestmöglich erfüllen können. Dazu gehörten unter anderem eine Mitfahrt im Feld sowie der intensive Austausch mit Kolleginnen und Kollegen aus der Servicedisposition, mit Kund:innengruppen und dem Abrechnungsbereich. Insgesamt habe ich in kurzer Zeit viele wertvolle Einblicke gewonnen und freue mich darauf, dieses Verständnis in den kommenden Monaten weiter zu vertiefen.

**Sie arbeiten seit längerer Zeit im Serviceumfeld. Was macht Ihnen am Servicegeschäft Spaß und was macht guten Service für Sie aus?**

Ich arbeite seit rund 15 Jahren im Serviceumfeld – und das nach wie vor mit großer Leidenschaft. Besonders reizvoll finde ich das Zusammenspiel von Prozessen, IT-Systemen und Menschen auf der einen Seite sowie den sich stetig wandelnden Anforderungen unserer Kund:innen auf der anderen. Unser tägliches Handeln trägt dabei unmittelbar zur Lösung konkreter Anliegen

**„Guter Service bedeutet für mich, Anliegen unserer Kund:innen effizient, verlässlich und innerhalb eines angemessenen Zeitrahmens zur Zufriedenheit aller Beteiligten zu lösen.“**

*Henning Wehrstedt*





bei – unabhängig davon, in welchem Kontext wir mit Kund:innen in Kontakt stehen. Guter Service bedeutet für mich, Anliegen unserer Kund:innen effizient, verlässlich und innerhalb eines angemessenen Zeitrahmens zur Zufriedenheit aller Beteiligten zu lösen.

#### Was macht für Sie EptaService so besonders?

EptaService zeichnet sich für mich durch die hohe Komplexität und Dynamik der Anforderungen aus, auf die wir aufmerksam, verantwortungsbewusst und gleichzeitig flexibel reagieren müssen. Veränderungen in unseren Serviceprozessen wirken sich unmittelbar auf den Arbeitsalltag vieler unserer mehr als 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus. Deshalb ist es wichtig, Anpassungen so fundiert und durchdacht wie möglich vorzunehmen, auch wenn wir aufgrund von Zeitdruck gelegentlich nachsteuern müssen. Besonders begeistert mich, dass Epta gezielt in die Ausbildung junger Kolleginnen und Kollegen investiert – und damit nachhaltig in die Zukunft des Unternehmens und in unser weiteres Wachstum.

#### An welchen Stellschrauben möchten Sie noch drehen? Wo sehen Sie noch Verbesserungspotenzial?

Ich sehe insbesondere im Bereich der weiteren Digitalisierung unserer Serviceprozesse noch Potenzial. Schnellere und effizientere Abläufe tragen nicht nur zu

einer höheren Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden bei, sondern wirken sich auch positiv auf unseren wirtschaftlichen Erfolg und das nachgelagerte vertriebliche Wachstum aus. Hier gilt es, gemeinsam die richtigen Prioritäten zu setzen und gleichzeitig zu akzeptieren, dass systemische und prozessuale Weiterentwicklungen stets mit zusätzlichem Aufwand und entsprechenden Investitionen verbunden sind.

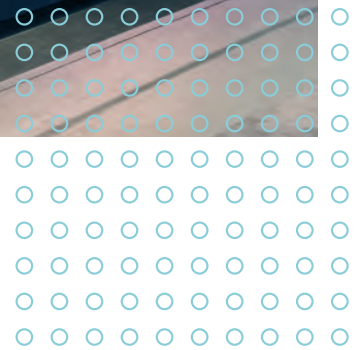
#### Was haben Sie sich für das erste Jahr bei Epta vorgenommen?

Für das erste Jahr steht für mich im Fokus, die bereits angestoßenen Veränderungen gemeinsam mit den Teams konsequent weiterzuführen und nachhaltig zu verankern. Ziel ist es, insbesondere in den Sommermonaten einen stabilen und leistungsfähigen Service sicherzustellen und gleichzeitig die Grundlage für weitere Verbesserungen zu schaffen. Dabei ist es mir wichtig, Transparenz zu fördern, Verantwortung klar zu verteilen und den offenen Austausch über Bereichs- und Funktionsgrenzen hinweg weiter zu stärken. So können wir gemeinsam die Leistungsfähigkeit unseres Service weiterentwickeln und langfristig erfolgreich gestalten.



# Unverwechselbare Einkaufserlebnisse

*Dass sich auch mit wenig Personal Gastronomieangebote umsetzen lassen, zeigte EptaConcept auf der Euroshop – auf ansprechende und inspirierende Weise. Die gestalteten Verkaufsräume verbinden Ästhetik mit maßgeschneiderten Kältelösungen und hoher Betriebseffizienz.*



Ein Einkaufserlebnis der besonderen Art vermittelt der von EptaConcept entwickelte Bereich den Besucherinnen und Besuchern. Unter dem Motto „Good Shapes Perfect Experiences“ war hier ein Shop-in-Shop zu sehen, in dem das Design-Know-how von EptaConcept mit den Verkaufslösungen von Eurocryor zu einem stimmigen Gesamtbild verschmolz. Das Konzept sah vor, dass die einzelnen Bereiche darin mehrere Funktionen übernehmen können, abhängig von Tageszeit und Kund:innenströmen.

### Durchdachtes Konzept

Der Verkaufsraum führte in einem Halbrund von einer Salatbar in Selbstbedienung über ein geschlossenes Kühlmöbel mit gekühlten Getränken zu einem Kochbereich und endet mit zwei hybriden Theken: eine in Bedienung mit italienischer Feinkost und eine mit SB-Convenience-Salaten. Dieses Konzept ermöglicht es, dass eine Person den gesamten Shop allein betreiben kann. Sie bereitet warmes Essen vor, serviert dieses über die Theke und bedient bei Wurst- und Käsespezialitäten. Die Salatbar lässt sich bequem von hinten über Schiebetüren nachfüllen. Gegen Ende der Arbeitszeit kann das vorbereitete Essen verpackt und in der SB-Theke zum Kauf angeboten werden.

### Hybride Theke mit Beleuchtung

Zum Einsatz kam die hybride Theke Bistrot, die sich einfach durch Umklappen des Glasaufsatzes von Bedienung zu Selbstbedienung umstellen lässt. Sie ist eine der wenigen hybriden Theken auf dem Markt mit LED-Beleuchtung, die sich verstellen lässt, je nachdem, welche Funktion die Theke gerade erfüllt. Auf diese Weise sind die präsentierten Produkte immer perfekt ausgeleuchtet. Die gekühlten Getränke finden im Tower Visualis Platz und auch die Salatbar gehört zu den Visualis-Theken von Eurocryor. Dadurch, dass sie vorne und hinten mit Glastüren geschlossen ist, hat sie einen geringen Energieverbrauch; trotzdem sind die Salatzutaten alle sehr gut sichtbar. Die verwendeten Materialien Holz, Glas und Edelstahl vermitteln Qualität und Hochwertigkeit.

### Anziehungspunkt Live-Cooking

EptaConcept ergänzte den Shop-in-Shop um Bereiche, die zum Entspannen einladen, zur Interaktion anregen und Kund:innen mit Live-Kochvorführungen unterhielten. Hier wurden sizilianische Cannoli, mit süßer Creme gefüllte, frittierte Teigrollen, zubereitet, verpackt und in der SB-Theke Gemini gelagert. Eingebunden war die Livecookingarea in eine halbrunde Theke, unter der schwarze Regale mit passenden Trockenprodukten platziert waren. Besonders praktisch: der gekühlte Stauraum unter dem Zubereitungsbereich.





# Flächenproduktivität trifft Energieeffizienz

*Impulskäufe steigern, die Kund:innenbindung stärken und in einem schnell wachsenden Segment wettbewerbsfähig bleiben – die Anforderungen an Convenience-Stores sind zahlreich. In „Good Redefines Smart Spaces“ zeigte Epta, wie sich kleine Verkaufsflächen optimal nutzen lassen und gleichzeitig wenig Energie benötigen.*

Einen smarten, kompakten Verkaufsraum gestaltete EptaConcept für den Bereich „Good Redefines Smart Spaces“. Hier drehte sich alles um die Präsentation von Convenience-Produkten – mit Fokus auf Funktionalität und Rentabilität. Der Kältetechnik kommt in Verkaufsräumen von unter 200 m<sup>2</sup> eine wichtige Rolle zu: Sie erhält die Frische der Lebensmittel, verlängert deren Haltbarkeit und nutzt die Fläche mit vertikalen Kühlmöbeln optimal aus. Mit intelligenter Steuerung lassen sich zudem die Betriebskosten senken.

## **Warenpräsentation als Wachstumstreiber**

Convenience-Stores überzeugen vor allem mit ihrem Angebot an hochwertigen Frische- und Tiefkühlprodukten. Deshalb ist die Qualität der Warenpräsentation ein

wichtiger Wachstumstreiber, unterstützt durch umsatzsteigernde und energieeffiziente Kühlmöbel, die gleichzeitig temperaturstabil sind und über eine optimale Warensichtbarkeit verfügen. Mit den steckerfertigen Kühlmöbeln der Marke Iarp zeigte Epta auf dem Messestand, wie sich attraktives Design, einfache Handhabung und maximale Energieeffizienz vereinen lassen.

## **Mit vermietbarem Smartscreen**

Das Zentrum von „Good Redefines Smart Spaces“ bildete das halbhohe steckerfertige Kühlmöbel NordicStar SV8 PI, aufgestellt in Form eines Dreiecks. Das anthrazitfarbene Möbel mit Türen, das Energieeffizienzklasse B erreicht, überzeugt mit seiner großen Präsentationsfläche und lässt sich mit weiteren Möbeln der Reihe kombinieren –

etwa mit Regalen für Trockenprodukte. Zum ersten Mal präsentierte Epta den steckerfertigen Tiefkühlschrank MultiFreeze Perform von Bonnet Névé mit Smartscreen. Hier kann Produktwerbung abgespielt werden. Lebensmittel Einzelhändler:innen haben die Möglichkeit, zusätzliche Einnahmen zu generieren, indem sie das Display an Unternehmen der Lebensmittelindustrie vermieten. Neben dem Möbel hing ein Bildschirm, der aufzeichnete, wer vor dem Tiefkühlmöbel stand, wie lange die Verweildauer vor dem Möbel war, wie oft die Türen geöffnet wurden und wer etwas gekauft hat. Auf diese Weise lässt sich beispielsweise überprüfen, ob die Werbung den gewünschten Effekt hat und die gewünschte Zielgruppe anspricht.

**Nachhaltige Kühlvitrine**

Im Convenience-Bereich befand sich zudem ein Food-&-Beverage-Corner, der Lösungen für die Präsentation von Eiscreme, Getränken und Snacks aufzeigte. Die Möbel vereinen attraktives Merchandising mit herausragender Energieeffizienz und Nachhaltigkeit: die Eistheke Delight 12 für frisches Speiseeis, das Kühlmöbel Alba 45 für verpackte Eiscreme, den Kühlpresenter Promoter für Getränke und die Kühlvitrine Unit, ebenfalls für die Präsentation von Getränken. Ihre Besonderheit:

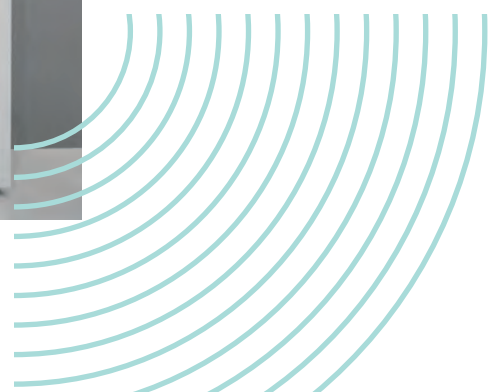


*Besonders innovativ: die Kühlvitrine Unit, die nach dem Prinzip der Kreislaufwirtschaft hergestellt wurde.*

Sie besteht größtenteils aus nachhaltigen und wiederverwendbaren Materialien und lässt sich leicht auseinander- und wieder zusammenbauen. Unit ist das erste Kühlmöbel von Epta, das nach dem Prinzip der Kreislaufwirtschaft entwickelt und hergestellt worden ist.



*Ein vermietbarer Smartscreen auf dem Tiefkühlschrank MultiFreeze Perform kann Einzelhändlern zusätzliche Einnahmen einbringen.*





# Für spezielle Produktanforderungen

*Im Messebereich „Good Connects Global Reach with Local Care“ wurden von der nordischen Kultur inspirierte Kühlmöbel, die minimalistische Ästhetik mit herausragender Energieeffizienz vereinen, vorgestellt. Sie eignen sich insbesondere für die Präsentation von Convenience-Produkten sowie „ultrafrischer“ Lebensmittel.*

Ein im Supermarkt weiterhin wachsendes Segment ist das der sogenannten Ultrafrische. Darunter fallen etwa frischer Teig, Sushi, Kräuter, frische Pasta, aber auch Fertiggerichte, Convenience-Salate oder Smoothies. Diese Produkte stellen hohe Anforderungen an die Temperatur und mitunter auch an die relative Luftfeuchte sowie die Luftgeschwindigkeit im Kühlmöbel. Sie verderben leicht und haben deshalb ein sehr kurzes

Mindesthaltbarkeitsdatum von bis zu fünf Tagen. Die richtige Konservierung spielt für dieses Sortiment eine sehr wichtige Rolle.

## **Durchgängige Kühlinself**

Speziell für „ultrafrische“ Produkte entwickelt worden ist die halbhohe Kühlinself SV5 Panorama der NordicLine-Produktfamilie. Sie eignet sich deshalb besonders gut für

die Obst- und Gemüseabteilung. Ihre Besonderheit trägt die Insel schon im Namen: Panorama. Die Glastüren umlaufen das gesamte Möbel und ermöglichen einen unverstellten Blick auf die präsentierten Produkte, unabhängig vom Standort des Betrachtenden. Diese attraktive Warenpräsentation fördert Impulskäufe. Gleichzeitig verbessern die neuen Isolierglasscheiben die Energieeffizienz des Remote-Möbels. Es erreicht nun die Energieeffizienzklasse C. Mit 120 cm verfügt SV5 Panorama über eine sehr hohe Nutzinnenhöhe. Es ist für Temperaturbereiche zwischen 0 und +2 Grad Celsius sowie +2 bis +4 Grad Celsius einsetzbar und in den Längen 450, 575, 700, 825 und 950 cm und in einer Tiefe von 211 cm verfügbar.

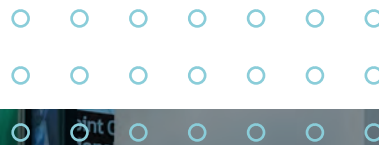
### Hohe Flächenproduktivität

Die hohe Kühlregalinself NordicStar MD3 e-Visio besteht aus einem einzigen Korpus und bietet Lebensmitteleinzelhändler:innen dadurch den Vorteil, auf geringerer Fläche mehr Produkte anbieten zu können. Im Vergleich zu zwei Kühlregalen, die Rücken an Rücken gestellt werden, benötigt MD3 e-Visio 30 Prozent weniger Stellfläche. Das Möbel kommt dank seiner kompakten Bauweise auf eine Tiefe von nur 150 cm. Das 2-in-1-Prinzip erleichtert und

verkürzt auch die Installation, die in der Hälfte der Zeit ausgeführt werden kann. Zudem verfügt MD3 e-Visio über Panorama-Seitenwände für eine maximale Waren-sichtbarkeit und erreicht die Energieeffizienzklasse C. Es ist in den Höhen 200 und 220 cm sowie in zwei Längen (125 und 250 cm) erhältlich. Der Temperaturbereich von +2 bis +4 Grad macht MD3 e-Visio zum perfekten Kühl-möbel für „ultrafrische“ Lebensmittel.

### Optimale Warensichtbarkeit

Doppelt verglaste, hochtransparente und entspiegelte Türen charakterisieren das hohe Kühlregal NordicStar MD5. Es punktet mit minimalen Blendeffekten und verbesserter Warensichtbarkeit für die Verbraucher:innen. Zudem verfügt es über ein platzsparendes Bodenverdampfungssystem mit Vereisungsschutz und lässt sich dank glatterer Oberflächen einfach reinigen. Zum Einsatz kommen kann es für alle Lebensmittel, die in den Temperaturbereichen von -1 bis +1 Grad, 0 bis +2 Grad sowie +2 bis +4 Grad Celsius gekühlt werden müssen. NordicStar MD5 ist 89 oder 109 cm tief, 205 oder 225 cm hoch und 125, 187, 250 oder 375 cm lang. Es erreicht die Energieeffizienzklasse B.



# Gemeinsam mehr erreichen

Wie lässt sich Veränderung positiv annehmen? Und wie kann man die innere Stärke und emotionale Balance entwickeln, die zur erfolgreichen Navigation in ungewissen Zeiten nötig sind? Auf diese Fragen ging Keynote-Speaker Marc Gassert in seinem Vortrag bei den MiteinanderFeiern in Gifhorn, Osnabrück und Mannheim ein. Er verdeutlichte, wie wichtig Disziplin, Achtsamkeit und innere Stärke für einen erfolgreichen Wandel sind. Um die Transformation von Epta Deutschland gemeinsam zu meistern, hatte das Unternehmen alle Mitarbeitenden zu vier MiteinanderFeiern an vier Standorten eingeladen. Rund 730 #EptaPeople folgten der Einladung und erlebten jeweils einen abwechslungsreichen Tag mit informativem und unterhaltsamem Programm.

## Spenden für karitative Zwecke

In Dresden gab es statt des Keynote-Vortrags einen Mitmach-Jahrmarkt mit Eisstockschießen, Essenständen und anderen Highlights. In einem interaktiven Quiz kämpften die Mitarbeitenden in Teams für einen guten Zweck. Die drei Gewinner an jedem Standort erhielten jeweils einen Scheck über 300 Euro, den sie gemeinnützigen Einrichtungen spendeten. Darunter der Tagestreff „Moin Moin“ der Diakonischen Gesellschaft Wohnen und Beraten und der Kinderschutzbund in Gifhorn sowie der Kältebus Berlin. Den Abschluss der Feiern bildete ein



Klaus Bartke, Area Sales Manager bei Epta Deutschland, übergibt dem Kinderhospiz Sterntaler einen Spendenscheck.

gemeinsames Essen mit Musik. „Die MiteinanderFeiern haben uns als neue Organisation vereint“, resümiert Jochen Weisgerber, Transformation Program Manager. „Unsere Mitarbeitenden schaffen den Wandel – und Marc Gassert hat uns mit seinem Vortrag Mut gemacht, diesen Weg mit Stärke, Klarheit und Vertrauen zu gehen.“ Und Madeleine Zeck, Teamleiterin Marketing und Mitorganisatorin der MiteinanderFeiern, ergänzt: „Wir freuen uns über die sehr positive Resonanz der Mitarbeitenden zu den Feiern. Es war einfach schön zu sehen, wie gut die gemeinsamen Momente ankamen und dass sich all die Mühe am Ende mehr als gelohnt hat.“

## WUSSTEN SIE SCHON?

# Good Never Stops

Auf der Euroshop hat die Epta-Gruppe ihr neues Werteverprechen vorgestellt: Good Never Stops. Es steht für das beständige Streben des Unternehmens nach den besten Lösungen für seine Kund:innen, sein langfristiges Engagement für Verlässlichkeit, Integrität und ethische Werte, die sein Handeln bestimmen, sowie einen kontinuierlichen, verantwortungsvollen und sinnvollen Fortschritt, der immer auch die Aspekte Nachhaltigkeit und Energieeffizienz berücksichtigt.

## 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: Designstudio Ann-Marie Falk, Christina Hof

Fotos: Tiziano Reguzzi/Tiziano Reguzzi Studio – Beight; Seite 13: Servicefahrzeug, Johannes Vogt

Verantwortlich für den Inhalt: Joachim Dallinger, Epta