

N°2 / 2025



Kältenews



Titelstory

Hybride Bedientheken für mehr Flexibilität

**Foodtrends: Antworten auf die Bedürfnisse
von Konsument:innen**

Hanni Rützler im Interview

› Seite 4–5

Familientradition in der Kältetechnik

Hauser GmbH schließt sich der Epta-Gruppe an

› Seite 8

**„Wachstum bedeutet Bewegung – und
Bewegung bedeutet Veränderung“**

Geschäftsführer Bernd Haller im Interview

› Seite 10–13



Hybride Bedienungstheken für Wurst und Käse

Modernste Kühlung, effizientes Wärmerückgewinnungssystem und nachhaltige Verpackungen – im neuen Edeka Stepaniak in Berlin liegt ein Fokus auf Ressourcenschutz. Epta Deutschland lieferte die Kühl- und Tiefkühlmöbel sowie die Kühltheken.

Ein großer Baum aus Holz empfängt die Kund:innen in der Obst- und Gemüseabteilung des Edeka Stepaniak in Berlin. Er ist Jan Stepaniaks persönliches Highlight im neuen Markt in der Falkenberger Chaussee 99. „Der Baum symbolisiert Natur und Frische, auf die wir im gesamten Markt großen Wert legen. Deshalb haben wir viel Holz eingesetzt, das den Charakter des früheren Dorfes Falkenberg widerspiegeln soll“, erklärt der Inhaber, der insgesamt vier Märkte zusammen mit seinen Töchtern führt. „Der Obstbaum steht auch in unseren anderen Märkten. Er ist das Erkennungszeichen für Edeka Stepaniak und soll den Kund:innen zeigen, dass sie sich darauf verlassen können, bei uns immer den gleichen Service und die gleichen, vielfältigen Produkte zu bekommen.“

Effiziente Energienutzung

Der neue Edeka in Hohenschönhausen mit 1540 m² Verkaufsfläche, der im Februar 2025 eröffnet worden ist, befindet sich in einem Neubau mit 139 Wohnungen. Auf einem Teil des Daches ist ein Spielplatz auf einer begrünten Fläche angelegt worden. Nachhaltigkeit spielte bei der

Einrichtung eine wichtige Rolle: „Wir haben die modernste Kühlung im Markt mit einem Wärmerückgewinnungssystem, über das wir die Abwärme der Kälteanlage zum Heizen nutzen können“, sagt der selbstständige Edeka-Kaufmann. „Bei Verpackungen bevorzugen wir ebenfalls Lieferanten, die nachhaltige Verpackungen anbieten, zum Beispiel Speiseeis in reinen Pappbechern. Noch besser ist natürlich gar keine Umverpackung.“

„Wir haben die modernste Kühlung im Markt mit einem Wärmerückgewinnungssystem, über das wir die Abwärme der Kälteanlage zum Heizen nutzen können.“

Jan Stepaniak





Maximale Flexibilität bei der Präsentation von Wurst und Käse

Auf Bedientheken für Fleisch, Wurst und Käse wollte Jan Stepaniak trotz Personalnot und veränderten Kaufverhaltens nicht verzichten. Deshalb hat er sich für eine hybride Lösung entschieden, die gleichzeitig ein Testlauf für seine übrigen Märkte ist. „Momentan nutzen wir sie als Bedientheke für Wurst und Käse, aber wir haben die Möglichkeit, zu bestimmten Zeiten auf SB umzuschwenken, das macht uns flexibler“, erklärt Jan Stepaniak. „Beim Fleisch setzen wir auf die klassische Bedientheke, denn Beratung ist uns dort wichtig und wird von den Kund:innen auch sehr gewünscht – vor allem im Spezialitätenbereich.“ Die Mitarbeitenden berichten, dass die Theke eine gute Höhe habe, sich leicht reinigen lasse und sie gerne mit ihr arbei-

teten. Dabei hebt der Kaufmann die integrierten Waagen in den Handläufen hervor. Sie ermöglichen einen besseren Eingriff in die Theke.

Weiter verbesserte Kühlmöbel

„Bei einer Investition in neue Kühlmöbel entscheide ich nach dem Preis-Leistungs-Verhältnis und danach, ob ich beim gesamten Projekt nur eine Ansprechperson für die Kältetechnik habe“, betont der Kaufmann. „Seit 2004 habe ich sehr gute Erfahrungen mit Epta gemacht. Ich bin so zufrieden, dass ich nicht zu einem anderen Anbieter wechseln muss.“ Was ihm bei den neueren Kühlmöbelgenerationen positiv aufgefallen ist: Die Qualität der Türen in puncto Stabilität und Halterungen hat sich erheblich verbessert, insbesondere bei den Kühlmöbeln für Molkereiprodukte.



Foodtrends: Antworten auf die Bedürfnisse von Konsument:innen

Hanni Rützler, Ernährungswissenschaftlerin, Geschäftsgründerin und -inhaberin von future-foodstudio, beschäftigt sich seit Jahrzehnten mit Foodtrends, die von nachhaltiger Bedeutung sein werden. Sie möchte Verständnis für Veränderungsprozesse wecken und Chancen aufzeigen, die der Wandel mit sich bringt. Im Interview spricht sie über die wichtigsten Erkenntnisse ihres 12. Food Reports und geht auf die Rolle des Lebensmitteleinzelhandels ein.



Kältenews: Was reizt Sie an den Entwicklungen im Foodbereich, dass Sie jedes Jahr einen Food Report schreiben?

Hanni Rützler: Ich habe das Thema Food schon früh für mich entdeckt. Während meines Ökologiestudiums in den USA lebte ich in drei verschiedenen Familien und sie hatten eines gemeinsam: schlechtes Essen. Es war mir unverständlich, wie so nette Menschen so schlecht essen können. Das hat mich so sehr beschäftigt, dass ich in Wien ein Studium irregulare begonnen und dafür alle Fächer zusammengesucht habe, die sich nicht nur mit Ernährung, sondern vor allem mit Essen befassen: von Chemie, Physik, Biologie, Psychologie und Soziologie bis hin zu Philosophie. Weil wir was, wie und warum wir essen, nicht nur aus naturwissenschaftlicher Perspektive betrachten können, wenn wir bessere Lösungen für unsere Ernährung finden wollen. Nach dem Studium habe ich an der ersten großen interdisziplinären Studie zur Esskultur in Österreich mitgearbeitet. Und meine Begegnung mit Matthias Horx, dem Gründer des Zukunftsinstituts, hat mich dann dazu geführt,

nicht nur das Hier und Jetzt zu erforschen, sondern auch mögliche Zukünfte. Mit meinen Food Reports möchte ich Landwirt:innen, Lebensmittelproduzent:innen, den Handel und Gastronom:innen dafür sensibilisieren, den Wandel außerhalb ihrer Unternehmen besser zu verstehen, um daraus im Inneren die für sie richtigen Strategien zu entwickeln. In meiner nächsten Publikation – so viel sei hier verraten – gehe ich noch einen Schritt weiter und versuche, die komplexen Zusammenhänge, die unser Essen und unsere Ernährung verändern, sichtbar zu machen.

Wie definieren Sie den Begriff Foodtrend?

Foodtrends sind aus meiner Sicht nicht schnelllebige Produkttrends, die wir in Supermärkten oder auf Instagram sehen. Sie sind Antworten auf Bedürfnisse der Konsument:innen und enthalten Lösungsvorschläge für Probleme in unserem Ernährungssystem. Es sind längerfristige Trends, die sich im Schnitt über zehn bis 15 Jahre erstrecken. Sie entstehen meist in Nischen, an den Rändern unseres Ernährungssystems, und sie brauchen, um besser wahr-

genommen zu werden, ein neues Wording. Ein Beispiel: Bei Lebensmitteln bleiben Regionalität und Herkunft ein wichtiges Thema, auch angesichts des Klimawandels. In diesem Zusammenhang wird in Österreich vermehrt Exotisches wie Oliven, Reis, Zitronen oder Ingwer angebaut. Dieses Phänomen der regionalen Produktion von exotischen Lebensmitteln habe ich „Local Exotics“ genannt – es ist mittlerweile für immer mehr innovative Landwirt:innen und Gärtner:innen zu einer Inspirationsquelle geworden.

Welches sind die größten Foodtrends 2025?

Die mächtigen Trends der vergangenen Jahre „professionalisieren“ sich. Damit meine ich, dass sich Synergien zwischen den einzelnen Trends bilden und diese damit auch stärken. Daraus lassen sich drei Trendcluster ableiten: Gesundheit, Nachhaltigkeit und Klimaschutz, Food Waste und Wege aus der linearen Lebensmittelproduktion sowie Regionalität und Globalisierung in Produktion, Verarbeitung und Handel.

Wie können Ihrer Meinung nach Lebensmittel-einzelhändler:innen von den aktuellen Entwicklungen profitieren?

Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) ist der mächtigste Player im Food-Bereich. Die Innovationskraft in puncto Trends liegt allerdings in der Industrie; der Handel reagiert rasch und greift gute Ideen und Produkte auf. Er könnte seine Machtposition nutzen, um zum Beispiel Basiskriterien für Nachhaltigkeit zu etablieren. Da die Themen Nachhaltigkeit und Gesundheit immer wichtiger werden, könnte der LEH hier eine bedeutsame Rolle einnehmen, indem er den Kund:innen proaktiv neue Produkte aus diesem Themenspektrum schmackhaft macht. Das braucht einen langen Atem und eine klare Strategie. Auch in puncto Versorgungssicherheit ist das ein wichtiges Zukunftsthema. Wie schaffe ich es, dass es Kund:innen nicht mehr nur um den Preis geht? Das ist eine Herausforderung, führt aber dazu, dass man authentisch bleibt oder wird, Vertrauen bei den Kund:innen aufbaut und sie langfristig bindet. Ich wünsche mir hier mehr Mut, Zukunft zu denken. Denn wir wissen, dass es so nicht weitergehen kann.

Steigende Lebensmittelpreise haben den Kauf nachhaltiger Produkte stagnieren lassen. Welche Entwicklung sehen Sie in diesem Bereich?

Aktuell lässt sich beim Kauf von nachhaltigen und Bio-Produkten wieder eine Stabilisierung feststellen. Lebensmittel und Speisen zählen – anders als Mieten oder Kreditraten – zum freien Budget, deshalb wird dort als Erstes gespart. Nichtsdestotrotz passiert sehr viel rund um nachhaltige Produkte: Der Zero-Waste-Trend etwa beschäftigt die gesamte Lebensmittelproduktionskette –

von der Landwirtschaft über Lebensmittelindustrie, Handel und Gastronomie bis hin zu den Konsument:innen. Und weil nach wie vor etwa ein Drittel unserer Lebensmittel im Abfall landet, gibt es hier auf allen Ebenen noch großes Sparpotenzial. Auch beim Plant-Based-Food-Trend geht es um Nachhaltigkeit, Tierwohl und Klimaschutz. Je besser Fleischersatzprodukte schmecken, desto eher werden Konsument:innen bereit sein, ihren Fleischkonsum zu reduzieren. Doch keine Angst: Das Schnitzel, die Currywurst und der Schweinsbraten werden dennoch überleben, auch wenn wir sie nicht mehr dreimal pro Woche und zu diesen Preisen essen werden.



„In meinem Food Report richte ich den Fokus auf Lösungen und Best Practices, getreu der Überzeugung, dass es diese sind, die das nachhaltige Mindset beflügeln und den positiven Wandel vorantreiben.“

Hanni Rützler

Epta bekennt sich zum Schutz der Erde

Mit ihren Innovationen im Bereich der Kältetechnik will die Epta-Gruppe einen großen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz leisten. Dazu verpflichtet sich das Unternehmen mit seinem neuen Unternehmenszweck. Ein Beispiel für das Engagement: die neue Kühlvitrine The Unit, die aus nachhaltigen und größtenteils recycelten Materialien besteht, die wiederverwendet werden können.

Die Epta-Gruppe hat ihren Unternehmenszweck neu definiert. Mit „Preserving our planet with conscious innovation. Together“ macht sich der Kältetechnikspezialist den Erhalt des Planeten zur Aufgabe, indem er mit bewussten Innovationen Lebensmittel und die Umwelt schützt sowie die Zukunft gestaltet. Doch das funktioniert nur im Zusammenspiel mit anderen. Die Mitarbeitenden sind ebenso gefordert wie Kund:innen, Partner:innen und Unterstützende. Gemeinsam lässt sich eine nachhaltige Zukunft schaffen, in der Innovation und Verantwortung Hand in Hand gehen. „Was treibt die Mitarbeitenden von Epta jeden Tag an? Es ist die Vision von einer Welt, die auch morgen noch bewohnbar und lebenswert ist“, erklärt der CEO der Epta-Gruppe Marco Nocivelli. „Dafür stehen wir jeden Morgen auf und arbeiten hart.“

Modular aufgebaut und nachhaltig isoliert

Eine besondere Innovation von Epta stellt die neue Kühlvitrine The Unit dar. Das steckerfertige Möbel für Getränkeflaschen und -dosen besteht aus nachhaltigen und größtenteils recycelbaren Materialien und ist so konzipiert, dass es sich leicht reparieren lässt. Zudem können die einzelnen Bestandteile am Ende des Produktlebenszyklus wiederverwendet werden. Möglich macht das unter anderem das modulare Design und ein Kassetten- und Griffsystem. Dadurch ist jedes Bauteil leicht zugänglich und austauschbar, sogar der Kompressor. Deckel und Boden der Vitrine bilden eine zusammenhängende Einheit. Die Isolierung besteht zu 100 Prozent aus biologisch abbaubarem Kork und nicht aus einem synthetischen Schaum.

The Unit wird mit dem Kältemittel Isobutan (R600a) betrieben und erreicht die Energieeffizienzklasse B.





Zentrallager von Transgourmet in Betrieb

Innerhalb von sieben Monaten stemmte Epta ein großes Projekt für Transgourmet, Spezialist im Belieferungsgroßhandel für Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung: Für den Neubau des Logistikzentrums hat der Kältetechnikexperte Kälte-, Klima- und Lüftungsanlagen projektiert, geplant, installiert und in Betrieb genommen.

Mitte Februar dieses Jahres hat Transgourmet den Umzug seines Logistiklagers von Dresden nach Striegistal abgeschlossen. Nach der Planung eines Schweizer Ingenieurbüros, das auf Kältetechnik spezialisiert ist, hat Epta nicht nur die Kältetechnik, sondern auch die Lüftungs- und Klimaanlage, Schalt- und Regelschränke sowie Pufferspeicher für Heizung und Kältetechnik geliefert, installiert und in Betrieb genommen. Das Unternehmen übernimmt zudem den Aftersales-Service und die Wartungen.

Effizient dank Warmsole

Der 10.000 m² große Neubau mit angeschlossenen Büroräumen wird über die Kälteanlage beheizt und gekühlt. Dazu zählen die insgesamt 6800 m² großen Tiefkühlager, Frischelager sowie Ein- und Ausgangsbereiche für Waren. Transgourmet lagert darin Trocken- und Kühlprodukte, die sie seinen Kund:innen liefert. Für die notwendige Kälte sorgen zwei Verbundkälteanlagen mit je 360 Kilowatt (kW) Normalkühlungs- und 240 kW Tiefkühlleistung, die mit dem natürlichen Kältemittel CO₂ betrieben werden. Die aus dem Prozess anfallende Abwärme wird über Plattenwärmetauscher und Pufferspeicher unter anderem für die Warmsoleabtauung im Tiefkühlager eingesetzt. Damit kann der

Abtauprozess energieeffizient ohne zusätzliche Energiequelle realisiert werden.

Energie optimal nutzen

Dem Thema Energieeffizienz kam bei der gesamten Planung und Umsetzung des Lagers eine wichtige Rolle zu. Die vorhandene Energie sollte vollständig genutzt werden. Deshalb wird der von der Photovoltaikanlage auf dem Dach produzierte Strom direkt zur Energieversorgung der Anlagentechnik eingespeist. Weitere aus dem Anlagenprozess zur Verfügung stehende Energie wird für die Gebäudeheizung und Warmwasserversorgung zur Verfügung gestellt.





Hauser schließt sich Epta-Gruppe an

Mit der strategischen Partnerschaft zwischen der Epta-Gruppe und der Hauser GmbH will der italienische Kältetechnikhersteller seine Präsenz im Lebensmitteleinzelhandel weiter ausbauen und seine Wettbewerbsfähigkeit stärken.

Die Epta-Gruppe und das österreichische Kältetechnikunternehmen Hauser haben eine verbindliche Vereinbarung unterzeichnet, nach der sich die Hauser GmbH der Epta-Gruppe anschließen wird. Damit will der italienische Kältetechnikhersteller seine Präsenz im Lebensmitteleinzelhandel weiter ausbauen. Die strategische Partnerschaft ist zudem ein wesentlicher Schritt in der langfristigen Vision beider Unternehmen, die sich als familiengeführte Betriebe zu nachhaltigem Wachstum verpflichten.

Geografische Präsenz vergrößern

Die geografischen Reichweiten der beiden Unternehmen ergänzen und erweitern sich, sodass sie ihren Kund:innen in ganz Europa eine noch bessere Servicequalität bieten können. Der Fokus wird auf Deutschland, Österreich, der Schweiz, Polen, der Tschechischen Republik, der Slowakei, Rumänien, Bulgarien, Ungarn, weiteren Ländern Südosteuropas, dem Vereinigten Königreich und Frankreich liegen. Die beiden Hauser-Produktionsstandorte in Österreich und Tschechien unterstützen diese regionale Präsenz.

Rund 10.000 Mitarbeitende

Durch den Zusammenschluss von Hauser und der Epta-Gruppe entsteht einer der führenden Akteure in der Branche, der einen konsolidierten Umsatz von rund 2 Milliarden Euro erwirtschaftet. Etwa 10.000 Mitarbeitende vereinen Innovation, Nachhaltigkeit und eine herausragende Servicekapazität miteinander.

Die Genehmigung des Geschäftsabschlusses durch die europäischen Kartellbehörden wird bis Ende des Jahres erwartet.

Marco Nocivelli, CEO der Epta-Gruppe (links), und Erwin Hauser, Sohn des Gründers und ehemaliger Geschäftsführer der Hauser GmbH, bei der Vertragsunterzeichnung



Nachhaltigen Innovationen verpflichtet

Mit einem Umsatz von 1,7 Milliarden Euro hat die Epta-Gruppe das Geschäftsjahr 2024 erfolgreich abgeschlossen. Auf dem deutschen Markt lag das Wachstum bei 68 Prozent, nicht zuletzt aufgrund des Joint Ventures mit Viessmann Refrigeration Solutions 2023. Im Bereich Nachhaltigkeit hat die Gruppe schon viel erreicht: 2024 wurden 96 Prozent aller Produktionsabfälle recycelt.

Die Epta-Gruppe hat das Geschäftsjahr 2024 mit einem Umsatz von 1,7 Milliarden Euro abgeschlossen – ein Wachstum von 17 Prozent gegenüber 2023. Vor allem die Geschäftsbereiche Lebensmitteleinzelhandel und After-sales-Service verzeichneten einen Anstieg, während der Food-&-Beverage-Sektor auf einem stabilen Niveau blieb. Mit 68 Prozent war das Wachstum auf dem deutschen Markt besonders hoch – nicht zuletzt aufgrund des Joint Ventures mit Viessmann Refrigeration Solutions 2023.

27,7 Millionen Euro für technische Innovationen

Das Engagement des Kältetechnikherstellers für die Forschung und Entwicklung nachhaltiger Technologien ist ungebrochen hoch: 27,7 Millionen Euro investierte die Gruppe 2024 in Innovationen. Dadurch entstand zum Beispiel die Kühlvitrine The Unit, die zu Teilen aus recycelten Materialien besteht und am Ende ihres Produktlebenszyklus vollständig wiederverwertet werden kann.

96 Prozent Abfälle recycelt

Als Wegbereiterin für den ökologischen Wandel in der Kältetechnik setzt sich die Epta-Gruppe immer wieder Ziele. Einen Meilenstein erreichte sie 2024: das Recycling von 96 Prozent aller Produktionsabfälle. Zudem will sie



Die Mitarbeitenden sind der größte Erfolgsfaktor der Epta-Gruppe.

ihre Treibhausgasemissionen bis 2028 um 57 Prozent im Vergleich zu 2021 reduzieren. Das Ziel soll etwa durch den Einsatz erneuerbarer Energiequellen erreicht werden und dadurch, dass 100 Prozent der hergestellten Produkte mit natürlichen Kältemitteln erhältlich sind.

In der Produktionsstätte im italienischen Limana wird ein Großteil der Kühlmöbel von Epta hergestellt.



Bildunterschrift



„Wachstum bedeutet Bewegung – und Bewegung bedeutet Veränderung“

Epta Deutschland blickt auf ein außergewöhnliches Jahr zurück: Die Zahl der Mitarbeitenden hat sich verdoppelt, neue Märkte wurden erschlossen und mit dem Zusammenschluss der Epta-Gruppe mit der Hauser GmbH wurde ein bedeutender Meilenstein erreicht. Doch was bedeuten diese Entwicklungen für das Unternehmen, für die Mitarbeitenden – und für die Kundinnen und Kunden? Im Gespräch mit Bernd Haller, Geschäftsführer von Epta Deutschland, werfen Kältenews einen Blick hinter die Kulissen: Wie erlebt das Führungsteam diesen Wandel? Welche Vision treibt Epta Deutschland an? Und wie gelingt es, bei all der Dynamik, den Menschen im Mittelpunkt zu behalten?

Kältenews: Herr Haller, das vergangene Jahr war für Epta Deutschland geprägt von starkem Wachstum – die Zahl der Mitarbeitenden hat sich verdoppelt. Was bedeutet dieser Wandel für Sie persönlich und wie haben Sie ihn erlebt?

Bernd Haller: Das Zusammenwachsen der fünf Gesellschaften in Deutschland ist nach wie vor intensiv und erfordert ein Umdenken von uns allen. Noch mehr Kommunikation und Empowerment sind gefragt. Die letzten Monate waren ein Lernprozess mit vielen neuen Ideen und Impulsen, geprägt durch unsere unterschiedlichen Unter-

nehmenskulturen. Nicht alles klappt sofort, aber Offenheit, Zuhören und Vertrauen sind entscheidend. Wandel ist für mich Antrieb und immer eine Teamleistung – jeder trägt zum Erfolg bei.

Mit dem schnellen Wachstum verändert sich auch das Miteinander im Unternehmen. Wie gelingt es Ihnen, die Unternehmenskultur zu bewahren und gleichzeitig alle Kolleginnen und Kollegen gut zu integrieren?

Unsere Unternehmenskultur entwickelt sich kontinuierlich weiter – das ist eine natürliche Reaktion auf ein sich ver-

änderndes Umfeld. Dennoch wollen wir unseren Wurzeln treu bleiben: ein werteorientiertes, privat geführtes Unternehmen zu sein, dem die Mitarbeitenden vertrauen und in dem Entscheidungen transparent getroffen werden. Bei unserer heutigen Unternehmensgröße ist es nicht mehr möglich, jeden persönlich zu kennen. Umso wichtiger ist es, das Gemeinschaftsgefühl zu erhalten – auch wenn ich viele Aufgaben delegieren muss. Die Bereiche erarbeiten dabei selbstständig ihre künftige Arbeitsweise.

Der Zusammenschluss mit Hauser hat für Aufmerksamkeit gesorgt. Was bedeutet dieser Schritt aus Ihrer Sicht für die Zukunft von Epta Deutschland – und was konkret für Ihre Kundinnen und Kunden?

Der Zusammenschluss markiert auch für unsere Kund:innen einen wichtigen Meilenstein – verbunden mit klaren Vorteilen auf mehreren Ebenen. Wir erweitern unser Leistungsportfolio, verdichten unser Servicenetzwerk und steigern unsere Innovationskraft durch zusätzliche Produktionsstandorte. Unser Ziel bleibt unverändert: die Positionierung als umfassender One-Stop-Shop für unsere Kund:innen. Mit diesem Zusammenschluss rücken wir diesem Anspruch einen entscheidenden Schritt näher.

Wenn Sie auf die kommenden Monate blicken: Welche Entwicklungen stehen für Epta Deutschland aktuell im Fokus – und welche Herausforderungen sehen Sie dabei?

Die Erwartungen unserer Kund:innen an Qualität, Service und Innovationskraft sind unverändert hoch. Wir sehen



in den letzten Monaten eine weitere Konsolidierung im Wettbewerbsumfeld der Kälte- und Klimabranche. Auch wir passen unsere Strukturen an und integrieren die Epta Kältetechnik Ost und Nord in die Epta Deutschland GmbH. Dies ermöglicht uns, Abläufe zu vereinheitlichen, Ressourcen gezielter einzusetzen und Service sowie Reaktionszeiten zu verbessern. Dabei bauen wir unsere regionale Präsenz vor Ort aus.

Die Veränderungen sind anspruchsvoll – doch sie sind ein wichtiger Schritt, um unseren Kund:innen langfristig höchste Qualität und maßgeschneiderte Lösungen zu bieten. So schaffen wir die Basis für nachhaltiges Wachs-



tum, getragen von einer anhaltend hohen Nachfrage und gestärkt durch unsere konsequente Kundenorientierung.

Der Markt ist in Bewegung. Welche Trends und Themen beobachten Sie besonders aufmerksam, und wie bereiten Sie sich darauf vor?

Die F-Gase-Verordnung bleibt ein zentrales Thema: Bestehende Anlagen müssen auf CO₂ umgerüstet werden. Für uns ist das weiterhin die bevorzugte Lösung. Parallel dazu stellt uns der Fachkräftemangel, insbesondere im technischen Bereich, vor große Herausforderungen. Neben dem demografischen Wandel konkurrieren wir mit verwandten Branchen um die Fachkräfte. Um dem entgegenzuwirken, investieren wir weiter in die eigene Aus- und Weiterbildung: Unser Epta Trainingcenter in Mannheim wird um je einen weiteren Standort in Osnabrück und Kesselsdorf erweitert. Perspektivisch wollen wir die Anzahl der Auszubildenden bei uns auf rund 200 ausbauen. Ein weiterer entscheidender Trend ist die Digitalisierung. Dabei geht es längst nicht mehr nur um die Fernüberwachung von Kälteanlagen, sondern um vorausschauende Wartung (Predictive Maintenance) und den gezielten Einsatz von KI-Technologien. Unser Geschäft ist und bleibt anspruchsvoll – schließlich geht es um den Schutz von Lebensmitteln. Hier sind Geschwindigkeit und Zuverlässigkeit entscheidend.

Epta Deutschland ist Teil eines größeren Ganzen. Welche Rolle spielt die globale Epta-Gruppe für die Mitarbeitenden in Deutschland – und wie zählt deren langfristige Vision auf die tägliche Arbeit und die Entwicklungsmöglichkeiten vor Ort ein?

Die Zugehörigkeit zu einer internationalen Unternehmensgruppe ist die Grundlage für unseren Erfolg auf Landesebene. Unsere Branche entwickelt sich rasant – ohne die Innovationskraft und Kreativität aus der Gruppe könnten wir langfristig nicht bestehen. Gleichzeitig bringen wir aus Deutschland wichtige Impulse und Kundenperspektiven

in die internationale Entwicklung ein. Unsere Mitarbeitenden profitieren von vielfältigen Karrierechancen – sowohl innerhalb von Deutschland als auch international. Wer sich weiterentwickeln möchte, findet bei uns beste Voraussetzungen.

Abschließend: Was treibt Sie persönlich an, wenn Sie an die Zukunft von Epta Deutschland denken? Welche Vision haben Sie für die nächsten Jahre?

Wie oft im Berufsleben erhält man die Gelegenheit, ein Unternehmen an die Spitze des Marktes zu führen? Genau das ist unser Anspruch: Gemeinsam möchten wir eine führende Organisation in Deutschland aufbauen – im Team, auf Augenhöhe und mit einer klar definierten Unternehmenskultur. Dabei stehen die Interessen und Bedürfnisse unserer Kund:innen stets im Zentrum unseres Handelns. Die Vision der Epta-Gruppe bringt es auf den Punkt: Wir wollen der bevorzugte Partner unserer Kund:innen sein. Für mich ist es eine große persönliche Motivation, diese Vision in einem internationalen Umfeld Wirklichkeit werden zu lassen.



„Wandel ist für mich immer eine Teamleistung – jeder trägt zum Erfolg bei.“

Bernd Haller, Geschäftsführer von Epta Deutschland



Bestehende Kälteanlagen auf CO₂ umzurüsten bleibt eine große Aufgabe in der Kältetechnik.

Wer sich weiterentwickeln möchte, findet bei Epta beste Voraussetzungen – national und international.



Alarmer noch effizienter steuern



Die Daten der Kälteanlagen von Epta werden nun in einem einheitlichen Alarmmanagementsystem erfasst und überwacht.

Epta Deutschland nutzt seit Anfang des Jahres ein Global Alarm Management. Es löst das bisherige System auf Basis von Datenbankservern und SAP mit lokalen Einzellösungen vollständig ab. Die neue Plattform integriert, erfasst und überwacht Alarmer von Kälteanlagen mit unterschiedlichen Steuerungen in Echtzeit und in einem einzigen System. Zudem ist es in die Epta-Data-Plattform integriert.

Kund:innen profitieren von diesem einheitlichen Prozess, schnelleren Reaktionszeiten und kürzeren Ausfall- und Stillstandszeiten. Dadurch lassen sich die Kosten, etwa für Warenschäden, reduzieren und die Betriebssicherheit erhöhen. Es wird künftig auch möglich sein, dass Kund:innen einen Lesezugriff auf ihre Daten erhalten.

Das neue System haben die Epta-Gesellschaften aus Deutschland, Italien, Spanien und Rumänien gemeinsam entwickelt. Es wird sukzessive in weiteren Ländern ausgerollt.

WUSSTEN SIE SCHON ...?!

Wer eines der ersten Kuhlmebel baute

1834 baute ein US-amerikanischer Maschinenbauer und Erfinder ein Kuhlgerät, in dem Äther in Kuhl-schlange-systeme gepumpt wurde und das auf diese Weise kuhlte. Der Nachteil daran: Äther neigte in Verbindung mit Luft zur Explosion. Trotzdem wurde das Kuhlgerät auf Schiffen verwendet und gilt als Vorgänger der heutigen Kuhl-schränke. Jacob Perkins hieß der Erfinder, der 1766 in Newburyport in der Provinz Massachusetts Bay geboren wurde und 1849 in London starb.



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, Christina Hof
Fotos: Titelbild/Seite 2-3/8 / 11: Carlos Calvo / Seite 9/13: Johannes Vogt
Verantwortlich für den Inhalt: Joachim Dallinger, Epta

