

Energiesparende **und** intelligente **KÜHLUNG**

Stromeinsparung schont die Umwelt und auch den Geldbeutel, besonders in Zeiten hoher Energiekosten. Und auch eine smarte Optik ist bei Kühlmöbeln von Vorteil: Denn der Kunde möchte freie Sicht auf die Ware.

TEXT: L. SALLI / V. FOTOS: EPTA DEUTSCHLAND GMBH; HALSER GMBH; GERHARD HOPF; NORDCAP



● Tankstellen möchten ihre Verkaufsflächen optimal nutzen und dafür sind innovative Kühlmöbel essenziell. Diese sollten modern aussehen, wenig Strom verbrauchen und auch auf kleinem Platz so konstruiert sein, dass sie viele Produkte fassen können. Besonders wichtig ist es außerdem, gleichzeitig eine attraktive und gut organisierte Umgebung für die Kunden im Shop zu schaffen.

Die optimale Customer-Journey im Kühlbereich

Damit sich der Kunde am Kühlregal gut orientieren kann, bieten die meisten Kühlmöbel-Hersteller mehrere verschiedene Konzepte an. „Von kompakten Table-Top-Kühlern bis hin zu Verkaufsautomaten können unsere Geräte an die spezifischen Platzanforderungen und die individuelle Produktvielfalt angepasst werden“, sagt Joachim Dailinger, Leiter Marketing & Produktmanagement bei der „Epta Deutschland GmbH“.

Durch vielseitiges Customizing und unterschiedlichste Geometrien finde man als Hersteller „immer eine Lösung, damit der Endkunde möglichst einfach, ergonomisch und ohne Hindernisse auf die Waren zugreifen kann“, sagt Gerhard Hetzmannseder, Director Products & Engineering bei der „Hauser GmbH“. „Durch die neue Ausrichtung, noch mehr Einblick in die Produkte zu geben, bietet dies große Vorteile in Richtung Warendruck und Präsentation.“

„Durch flexible, in Höhe und Neigung verstellbare Auslageflächen können Waren so präsentiert werden, dass der Gast eine optimale Sicht auf die Produkte hat“, Eric Busch, Konzeptberater bei „NordCap Team Solutions“. „Durch unsere Flex-Rollen-Systeme ist es möglich, die Auslage so zu organisieren, dass Ware automatisch nachrutscht, wenn das vorderste Produkt entnommen wurde.“ Auf Wunsch können

bei „NordCap“ auch unterschiedliche und veränderbare Lichtfarben in die Geräte integriert werden, um je nach Produkt oder Tageszeit das passende Ambiente zu schaffen.

Für kleine Flächen geeignet

„Für Kleinstflächen bieten wir Kühl- und Wärmevitrinen für die klassische Bistrozeile an“, sagt Eric Busch von „NordCap Team Solutions“. „Hier können kalte und heiße Produkte präsentiert und ausgegeben werden. Durch unsere Easy-Change-Frontscheiben können diese Geräte in Sekunden zu Selbstbedienungsvitrinen gemacht werden.“ Für die Zweitplatzierung von Getränken ist hingegen die „Cool Bottle“ als Ergänzung zu diesen Geräten geeignet. Um das Thema Fastlane zu bespielen, eignen sich wiederum individualisierbare, kleine Kühlregale. „Unser ‚Hot Vario‘ ist die perfekte Lösung für den verpackten Hot Snack in Selbstbedienung. Durch den modularen Aufbau können vorhandene Flächen mit einem Gerät aktiviert werden“, so der Konzeptberater. „Ist das Konzept erfolgreich, können einfach weitere Module ergänzt und so Wand- oder Turmwelten geschaffen werden.“ In Verbindung mit einer offenen SB-Kühlvitrine kann auch das kalte Sortiment in SB abgebildet werden. „Das ‚Caleo‘ ist die Lösung für die Shopmitte. Hier kann man aus kalten, warmen und neutralen Modulen wählen und sich so seine eigene SB-Insel schaffen“, so der „NordCap Team

Solutions“-Konzeptberater. Ergänzt durch ein Kaffeemodul finde der Kunde, der sich ausschließlich verpflegen will, hier alles, was er braucht. „Für alle Fastlane- oder SB-Lösungen ist es immer wichtig sich mit dem Check-Out-Prozess zu beschäftigen“, sagt Konzeptberater Eric Busch. „Ein Kunde, der sich nur schnell einen Snack kaufen möchte,

“

Durch unsere Easy-Change-Frontscheiben können die Geräte in Sekunden zu Selbstbedienungsvitrinen gemacht werden.

Eric Busch, Konzeptberater, „NordCap Team Solutions“



möchte nicht Zeit in einer Kassenschlange verlieren. Deshalb ist es nicht uninteressant, sich mit Self-Check-Out-Systemen auseinanderzusetzen.“

Ebenfalls für kleine Flächen geeignet sind die Produkte von „Hauser“. „Wir bieten eine breite Produktpalette mit vielen verschiedenen Varianten und Abmessungen an. Die Designgestaltung ►

Die Insellösung „Caleo“ von „NordCap“ ist die ideale Lösung für die Shopmitte und für Selbstbedienung.



Wurde 2023 in Serie gebracht: das halbhohes Wandkühlregal „Renima“ mit den vielfältigsten Geometrien des Herstellers „Hauser“.



► „lässt quasi keine Wünsche offen“, sagt Gerhard Hetzmanseder, Director Products & Engineering, „Hauser GmbH“. „Ob Holzdekor in der gewünschten Optik oder eine ansprechende Farbe von Metallteilen, es ist alles dabei. Die Lösungen umfassen auch natürliche Kältemittel, die unser Klima nicht mehr belasten.“ Die Produkte des Unternehmens werden laufend weiterentwickelt, um immer die richtigen Lösungen anbieten zu können. „2023 wurde das halbhohe Wandkühlregal ‚Renima‘ mit vielfältigsten Geometrien in Serie gebracht“, sagt Gerhard Hetzmanseder von „Hauser“. „Gefolgt von



Den „Multifreeze Perform“ von „Epta“ gibt es sowohl mit drei als auch mit zwei Türen.

unserem ‚Best in class‘-Tiefkühlschrank ‚Mirengo RMG‘ mit hochtransparenter Optik, genannt ‚Total-View‘. Unser neues Wandkühlregal ‚Rebas‘ wurde auch im letzten Jahr in Serie gebracht.“

Energieeffizienz

Die hohe Energieeffizienz ihrer Produkte basiert laut „Epta Deutschland“ auf der unternehmenseigenen konsequenten Ausrichtung hin zu nachhaltigen und umweltfreundlichen Lösungen. „Wir setzen alles daran, die Energieeffizienz unserer Produkte stetig zu optimieren, um sowohl die Umweltbelastung zu minimieren als auch den Energieverbrauch für unsere Kunden zu senken“, sagt Joachim Dallinger, Leiter Marketing & Produktmanagement, „Epta Deutschland GmbH“. „Daraus resultiert nicht nur eine signifikante Reduktion der Betriebskosten, sondern wir liefern auch unseren Beitrag zum Umweltschutz.“

Das unternehmenseigene Ziel sei es, „in allen Produktkategorien ‚Best in Class‘-Lösungen anzubieten, die mindestens der Energieeffizienzklasse A entsprechen. Diese Klasse steht für herausragende Energieeinsparungen und minimalen Energieverbrauch, was im Hinblick auf die steigenden Energie-

kosten und die wachsende ökologischer Verantwortung von großer Bedeutung ist“, so Joachim Dallinger.

Und auch bei „NordCap“ legt man Wert auf Energieeffizienz: „Unsere Pro-

“

Wir setzen alles daran, die Energieeffizienz unserer Produkte stetig zu optimieren.

Joachim Dallinger, Leiter Marketing & Produktmanagement, „Epta Deutschland GmbH“



dukte gehören in ihrer Energieeffizienz zu den besten am Markt“, sagt Konzeptberater Eric Busch. Der „Umluft-Gewerbekühlschrank GKM 700 ECO“ hat beispielsweise die Energieeffizienzklasse A und ist zur Kühlung von Getränken und Lebensmittel geeignet. „Der Kühlschrank ist steckerfertig, sockelfähig und die Auflagerippen sind in die Seitenwände integriert (24 x Auf-

lagerippe (pro Seitenwand, integriert) für Rosteinschub, Abstand in mm: 55). Der Innenraum ist verdampferfrei“, so Eric Busch weiter. „Des Weiteren hat der Kühlschrank eine Digitalanzeige, einen ECO-Modus, HACCP-Kontrollfunktion und auch eine automatische Abtauung (bedarfsgerecht) sowie eine automatische Tauwasserverdunstung (elektrisch).“

Bei „Hauser“ hat man sogar ein eigenes Testlabor. „Die Kühlmöbel werden im eigenen zertifizierten Testlabor unter strikter Einhaltung der entsprechenden Normen EN 23953 und ganz speziell entlang der Ökodesign Richtlinie gebaut“, so Gerhard Hetzmanseder, Director Products & Engineering bei „Hauser“, und fügt hinzu: „Die Energielabels der Produkte hängen stark von der Art und Ausführung ab, jedoch bieten wir unse-

ren Kunden durchwegs die sehr guten ‚B‘-Labels. Bei unabhängigen Labortests sind die ‚Hauser‘-Produkte zumeist Testsieger.“

Gekühlte Vending-Konzepte

Auf spezifische Platzanforderungen könne man gut mit Vending-Konzepten eingehen: „Verkaufsautomaten bieten den zusätzlichen Vorteil, dass sie außerhalb der Öffnungszeiten und ohne Personal Produkte verkaufen können. Diese Zugänglichkeit und Selbstbedienung ermöglichen es den Kunden, Produkte schnell zu finden und unkompliziert zu erwerben, was die Effizienz der Customer Journey verbessert“, sagt Joachim Dallinger, Leiter Marketing & Produktmanagement bei der „Epta Deutschland GmbH“. „Kunden können leichter auf Produkte zugreifen und

“

Die Designgestaltung lässt quasi keine Wünsche offen, sei es ein Holzdekor oder die Farbe der Metallteile.

Gerhard Hetzmanseder, Director Products & Engineering, „Hauser GmbH“



eine positive Einkaufserfahrung machen, was die Kundenzufriedenheit und -bindung fördert. Tankstellenunternehmer profitieren von einer verbesserten Umsatzsteigerung und einer stärkeren Positionierung in einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld.“ ■