

## Einkaufserlebnis deutlich verbessert

Energieeffizienz ist in Supermärkten schon lange ein Thema. Grund sind die steigenden Energiekosten. Immer mehr Betreiber setzen daher auf verglaste Kühlmöbel. Wirklich durchsetzen konnten sie sich bisher aber noch nicht. Für viele Marktbetreiber gelten sie als Kaufbarriere. Dem Kunden fehle der freie Griff zur Ware. „Wir kennen die Sorge“, sagt Joachim Dallinger, Leiter Produktmanagement & Marketing von Epta Deutschland. „Interne Studien haben aber erge-

### Verbesserte Einkaufsatmosphäre

Die Erfahrungen sind sehr positiv, heißt es beim Mannheimer Kältetechnik-Hersteller. „Vor allem die rahmenlose Bauart empfinden die Kunden als angenehm. Sie haben eine perfekte Sicht auf die Ware und spüren keine ausströmende Kälte. Ein deutlich gesteigertes Einkaufserlebnis“, ergänzt Joachim Dallinger. Daneben bedeuten die Türen aber auch weniger Arbeit für die Supermarktangestellten.

„Das wahllose Greifen nach Artikeln hört auf“, so Dallinger.

„Die Mitarbeiter im Markt müssen so weniger aufräumen und haben mehr Zeit für den Kundenservice.“ Mit den optimierten Kühlmöbeln Valea/Strateo, Onwave/Offlip und Aeria gewinnen am Ende beide:



Halbhohes Kühlregal Aeria

ben, dass sich die Kunden keineswegs von Glastüren abschrecken lassen.“

Kunde und Supermarktbetreiber. Hinzu kommt eine verbesserte Umweltbilanz.)

Die steckerfertigen Kühlmöbel Valea/Strateo und Onwave/Offlip sowie das halbhohes Kühlregal Aeria, bisher nur offen verfügbar, sind ab sofort auch mit doppelt verglasten Türen erhältlich. Die Isolierwerte zeigen je nach Kundenfrequenz eine Energieersparnis zwischen 40 und 60 Prozent.

Milchwoche, 12.01.2015