

# Frisches Sushi im Norden

Neuer familia-Markt kooperiert mit Epta

*Mit vielen Mitmachaktionen, Produkten von regionalen Start-ups und einer Sushibar möchte der neue familia-Markt in Weyhe-Leeste die Kundinnen und Kunden für sich gewinnen. Das Konzept von Kelly-Deli und Epta kommt dabei sehr gut an – das frisch zubereitete Sushi ist ein Umsatztreiber. Gekühlte und tiefgekühlte Produkte werden ebenfalls in Kühlmöbeln des Kältetechnikspezialisten präsentiert.*

„Wir legen viel Wert auf Platz, Sauberkeit und eine angenehme Atmosphäre. Dazu zählt auch, dass unsere Kund:innen im Verkaufsraum genug Platz haben, um mit ihren Einkaufswagen überall gut vorbeizukommen“, erzählt Daniel Ronke, Warenhausleiter des neuen familia-Marktes in Weyhe-Leeste in Niedersachsen. „Das Einkaufserlebnis finde ich sehr, sehr wichtig. Deshalb bieten wir viele

Aktionen vor Ort an, die im Onlinehandel nicht möglich sind. So haben wir zum Beispiel 100 Zehnerkarten für das Freibad in Weyhe verlost oder im Markt eine Genussmeile veranstaltet, bei der regionale Lieferanten ihre Produkte vorgestellt haben.“

## Chancen für Start-ups

Seit November vergangenen Jahres erweitert der familia-Markt die Ein-

kaufsmöglichkeiten im Landkreis Diepholz: Regionalität spielt eine wichtige Rolle beim Produktangebot, denn Daniel Ronke möchte auch gute Ideen von kleinen Firmen und Start-ups unterstützen. Dazu gehört zum Beispiel das „Golden Secret Granola“, ein handgeröstetes Müsli im Glas von einem Start-up aus Bremen. Das Granola kommt bei den Kund:innen ebenso gut an wie die Konserven



### Energieverbrauch von Kühlmöbeln

Warum äußere Faktoren so viel Einfluss nehmen

› Seite 3



### Obst im Mittelpunkt

EptaConcept entwirft Eyecatcher-Kühlmöbel

› Seite 5



### Stark durch Weiterentwicklung

Business Excellence Manager Stefano De Vitti im Interview

› Seite 6/7

mit Hühnersuppe oder Rindergeschnetzeltem der regionalen Metzgerei Guder.

**Chic in Schwarz**

Auf den rund 2200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche werden gekühlte und tiefgekühlte Produkte in Möbeln von Epta präsentiert. Vor allem das hohe, geschlossene Kühlregal SkyView Plus der Epta-Marke Bonnet Névé hat es dem Warenhausleiter angetan: „Das schwarze Kühlmöbel in der Abteilung mit den Molkereiprodukten gefällt mir besonders gut. Es ist sehr chic und nicht zu hoch, sodass man überall gut drankommt.“ Die Abteilung umfasst insgesamt rund 40 m Kühlung und 65 m Tiefkühlung. Auch die gut 65 Mitarbeitenden sind zufrieden mit den Möbeln. Das Handling mit den Türen stört sie nicht, im Gegenteil, es mache optisch mehr her und wirke hochwertiger, melden sie Daniel Ronke zurück. Außerdem sind die Möbel energieeffizienter. Deshalb sind auch fast alle Kühl- und Tiefkühlmöbel mit Türen oder Schiebedeckeln ausgestattet. Lediglich die gekühlten Getränke im Kassenbereich, einige SB-Wurst- und Fleischwaren sowie Obst und Gemüse entnehmen Kund:innen dem Kühlregal SkyView Plus ohne Türen. Im Tiefkühlbereich kommen neben der TK-Insel Cosmos 4 Eco und dem TK-Schrank SkyLight auch spezielle Aufsätze zum Einsatz, um den vorhandenen Verkaufsraum bestmöglich

auszunutzen und die Flächenproduktivität zu erhöhen. Im Bedienbereich erhalten Kund:innen frischen Käse aus der rund 7 m langen Theke sowie Fleisch und Wurst aus einer etwa 12 m langen Theke.

**Reisrollen zum Mitnehmen**

Eine weitere Besonderheit im familia-Markt in Weyhe-Leeste ist die Sushibar, die in Kooperation von Epta mit KellyDeli entstanden ist. „Die Kund:innen nehmen das Sushi zum Essen mit nach Hause, sehen aber vor Ort, wie es der Koch frisch zubereitet. Dieser Show-Cooking-Effekt ist super!“, sagt Matthias Tilk, zuständig für die Vertriebsplanung bei der familia-Handelsmarkt GmbH & Co. KG. „Das war auch genau der Grund, weshalb wir uns für das Konzept von KellyDeli und Epta entschieden haben. Die Kund:innen können sich mit eigenen Augen von der Frische überzeugen – und die ist nun mal das Wichtigste bei Sushi.“

**Rundum-sorglos-Paket**

Entworfen wurde die Sushibar vom Team von Epta Concept. Sie kommt als Gesamtpaket 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



Mit Kühlinseln lässt sich der Tiefkühlbereich offen gestalten.

Anforderungen angepasst und leicht abgewandelt, zum Beispiel mit einer Decke. Immer Teil des Konzepts ist die halbhohle steckerfertige SB-Kühltheke Country Sushi der Epta-Marke Eurocryor, in der die Köche das zubereitete, verpackte Sushi platzieren. Die abgestuften Etagern des offenen Möbels sind aus hochwertigem Edelstahl. KellyDeli stellt den Sushikoch und kümmert sich um alles, was mit dem Zubereiten der japanischen Spezialitäten zu tun hat. „Unsere Kund:innen nehmen das Sushi sehr gut an, was sich in den Umsätzen widerspiegelt“, berichtet Daniel Ronke, „selbst Schüler:innen kommen in der Pause und kaufen es.“



Offenes Regal SkyView Plus für Obst und Gemüse



Country Sushi mit transparenter Rückwand von Eurocryor

**Wie viel Energie verbraucht ein Kühlmöbel?**

Der Energieverbrauch und damit die Energiekosten sind eine wichtige betriebswirtschaftliche Größe für ein Unternehmen. Im Lebensmitteleinzelhandel entfallen rund 48 Prozent auf die Kälte-technik, 10 Prozent auf die Klimatisierung, 22 Prozent auf die Beleuchtung und 20 Prozent auf sonstige Verbraucher. Zu Recht möchten Einzelhändler deshalb vor der Anschaffung wissen, mit welchem Energiebedarf der Kälteanlage sie rechnen müssen.

Der Jahresenergieverbrauch der Beleuchtung ist nahezu unabhängig von den Umgebungsbedingungen und lässt sich einfach ermitteln, indem die Leistung mit der zu erwartenden Betriebszeit multipliziert wird. Anders verhält es sich mit Kälteanlagen und Kühlmöbeln, denn deren Verbrauch variiert je nach Umgebung. Der Kompressor ist der Hauptverbraucher der Kälteanlage: Je niedriger die Verdampfungstemperatur und je höher die Verflüssigungstemperatur, desto höher ist der Energieverbrauch. Durch den Einsatz von Kühlmöbeln, die sich mit einer hohen Verdampfungstemperatur betreiben lassen, und den Einsatz ausreichend dimensionierter Verflüssiger oder Gaskühler lässt sich eine Anlage effizient planen. Außerdem kann sie für warme Außentemperaturen optimiert werden, indem die Epta-Systeme Full Transcritical Efficiency (FTE) oder Extreme Temperature Efficiency (ETE) zum Einsatz kommen. Der Energieverbrauch ändert sich im Laufe eines Jahres auch aufgrund schwankender Umgebungstemperaturen. Das muss bei einer Berechnung ebenfalls berücksichtigt werden.

**Verbrauch abhängig von Nutzung**

Bei Kühlmöbeln hängt der Energieverbrauch von Warenbeschickung, Türöffnungszyklen, Nachtdeckung, Markttemperatur und -feuchte ab. Wie bei



der Kälteanlage bedingen auch hier die äußeren Faktoren den Energieverbrauch. Im Laufe eines Jahres können diese stark schwanken – je nachdem, ob es sich um einen Verkaufs- oder einen Ruhetag des Marktes handelt. Wie kommt man nun zu einer realistischen Einschätzung des Energieverbrauchs und inwieweit hilft die Angabe auf dem EU-Energielabel weiter?

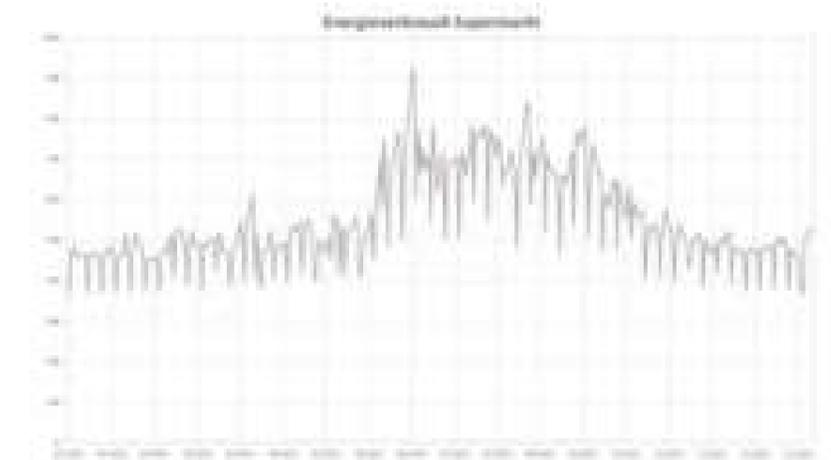
**EU-Label zum Vergleich**

Die Angaben auf dem EU-Energielabel basieren auf konstanten Umgebungstemperaturen und einer festgelegten Nutzung des Kühlmöbels. Es werden also keine jahreszeitlichen Unterschiede oder abweichenden Nutzungen berücksichtigt. Deshalb liegt der tatsächliche Energieverbrauch eines Möbels aufgrund der schwankenden Umgebungsbedingungen unter dem auf dem EU-Label angegebenen Wert. Das EU-Energielabel unterstützt jedoch bei der Kaufentscheidung, weil es Vergleiche der

unterschiedlichen Kühlmöbel möglich macht. Für eine realistische Einschätzung des Energieverbrauchs einer Kälteanlage oder eines Kühlmöbels ist es notwendig, neben dem äußeren Klima und den Bedingungen innerhalb des Marktes den kompletten Betriebszyklus zu betrachten. Dadurch lässt sich verhindern, dass man ein System wählt, dass nur in einem Betriebspunkt effizienter ist, allerdings nicht über den gesamten Betriebszyklus hinweg.

**Mit FTE und ETE sparen**

Um den Energieverbrauch zu optimieren und zu minimieren, empfiehlt Epta den Einsatz von natürlichen Kältemitteln. Fällt die Wahl auf CO<sub>2</sub>, bietet sich der Einsatz der FTE- und ETE-Systeme an. Zusätzlich ist die Klimatisierung des Verkaufsraums ebenso sinnvoll wie eine zyklische Wartung durch den Epta-Service, um sicherzustellen, dass die Wärmeüberträger sauber und so optimal wie möglich arbeiten.



## Verkaufen ohne Kontakt

Die Epta-Marke Iarp hat den Vendingautomaten New York weiterentwickelt und nun als neues Modell unter dem Namen Brooklyn auf den Markt gebracht. Als Teil der Coldistrict-Reihe ist er noch umweltschonender, effizienter, flexibler und zusätzlich vernetzt. Der Automat für verpacktes Speiseeis verfügt über drei Etagere aus Metall, die sich auf vier erweitern lassen, sowie sechs Produktschalen pro Etage. Mit einer Länge von 74,8 cm, einer Tiefe von 83 cm und einer Höhe von 182,6 cm besitzt Brooklyn ein Nettovolumen von 264 Litern. Der Vendingautomat wird umweltschonend mit dem natürlichen Kältemittel Propan betrieben und mit LEDs beleuchtet.

### Aufmerksamkeitsstarkes Design

Auf den 4,3 Zoll großen Farbtouchscreen lassen sich über eine USB-Schnittstelle fortlaufend Bilder laden. Die Metalloberflächen sowie die dreifach verglasten Türen können mittels Digitaldruck individuell gestaltet werden. Die Seitenteile, die Türen sowie



Der Vendingautomat Brooklyn von Iarp mit dem natürlichen Kältemittel Propan

die Produktausgaben lassen sich mit Stickers bekleben und ziehen auf diese Weise die Aufmerksamkeit der Kund:innen auf sich.

### Einfache Wartung

Dank der herausnehmbaren Technikbox und des wartungsfreien Kondensators geht die Wartung schnell und einfach vonstatten. Brooklyn ist, eben-

so wie die übrigen Vendingautomaten von Iarp, mit Telemonitoringsystemen kompatibel, kann also aus der Ferne überwacht werden, und unterstützt die gängigen Zahlungssysteme. Die Umluftkühlung garantiert gleichmäßige Temperaturbedingungen im gesamten Automaten. Der Vendingautomat für verpacktes Speiseeis erreicht die Energieeffizienzklasse C.



## Produktwelten gestalten

Mit Silk N/Dualio M von Costan/Bonnet Névé hat Epta eine kurze Kühlinsel zur Präsentation von frischen, verpackten Produkten auf den Markt gebracht. Sie punktet mit einer höheren Auslagefläche im Vergleich zu herkömmlichen Kühlmöbeln und einer Doppelverglasung für eine optimale Kühlleistung. Dank ihres geraden Designs passt sie zu jedem anderen Möbel am Point of Sale. Die Dekorpaneele, die Seitenteile und der Sockel lassen sich in jeder Farbe der Epta-Farbpalette oder mit einer speziellen Oberfläche der Finishing Collection individuell gestalten.

### Extra großes Füllvolumen

Die Version „Max“ von Silk N/Dualio M eignet sich vor allem für kleinere Verkaufsflächen, weil sich in ihr besonders viele Produkte präsentieren lassen. Möglich macht dies die Füllhöhe von 36,5 cm im Vergleich zu 23,5 cm der Standardversion. Mit vier Längen (125, 187,5, 250 und 375 cm), einem Kopfmöbel und einer Gesamttiefe von 189 cm lässt sich Silk N/Dualio M sehr flexibel einsetzen, etwa für spezielle Produktwelten mit veganen oder Bioprodukten. Unterhalb der Dekorpaneele befindet sich die effiziente LED-Beleuchtung mit 3000 oder



4000 Kelvin. Die Selbstbedienungskühlinsel ist standardmäßig mit einer Nachtabdeckung ausgestattet, um den Energieverbrauch zu senken. In der Temperaturklasse 3M1 erreicht Silk N/Dualio M die Energieeffizienzklasse F, in der Klasse 3M2 die Energieeffizienzklasse G.



## Ein Glanzpunkt für Obst und Gemüse

Einzelne Produkte lassen sich durch eine auffällige Präsentation stärker in den Fokus rücken. Für einen Lebensmitteleinzelhändler entwickelte EptaConcept ein hochwertiges und elegantes Kühlmöbel für den Verkauf von geschnittenem, verpacktem Obst.

Manchmal muss nicht der gesamte Verkaufsraum neu gestaltet werden, sondern es braucht nur eine kleine Veränderung in einem Marktbereich, mit der sich eine große Wirkung erzielen lässt. Das war der Fall in einem Supermarkt in Norddeutschland. Der Inhaber wollte seine Obst- und Gemüseabteilung mit einem besonderen Kühlmöbel als Eyecatcher aufwerten und wendete sich mit seiner Anfrage an EptaConcept. Petra Chmelova, EptaConcept-Designerin, erstellte mehrere Entwürfe mit Kühlmöbeln, in denen sich geschnittenes und verpacktes Obst präsentieren lässt und die Aufmerksamkeit der Kund:innen auf sich ziehen.

### Schwarzer Marmor trifft Milchglas

Der Marktinhaber entschied sich für eine Kombination aus zwei Stage-/Latitude-Kühlmöbeln der Epta-Marken Costan/Bonnet Névé. Die eigentlich steckerfertigen Möbel wurden so umgerüstet, dass sie sich an die vorhandene Verbundkälteanlage anschließen lassen. Die hochwertigen Materialien und die elegante Linienführung machen die Kühlmöbel zu einem Hingucker: Der Unterbau besteht aus echtem schwarzen Marmor, weißem Milch-

glas und einer blauen Beleuchtung. Trotz der klaren Linie umschließt der schwarze Marmor scheinbar schwebend die Kühlmöbel, sodass man keinen Anfang und kein Ende erkennt – ähnlich wie in einem Labyrinth.

### Hingucker für geschnittenes Obst

Beim Design hat Petra Chmelova einige Aspekte des Verkaufsraums aufgegriffen. Auch dort dominieren schwarz-weiße Elemente, etwa bei den Deckenlampen oder den Bedientheken. Die Theken werden ebenfalls indirekt blau beleuchtet. Die beiden Stage-/

Latitude-Möbel sind jeweils 2 m lang und 1,25 m breit, sodass im Gesamtmöbel auf einer Fläche von rund 3 m<sup>2</sup> geschnittenes, verpacktes Obst to go präsentiert werden kann.

### Ihr Draht zu EptaConcept

concept@epta-deutschland.com  
Telefon +49 621 1281 536

Verschaffen Sie sich selbst einen Eindruck und scannen Sie den nebenstehenden QR-Code.



Affenstark: eine weitere Gestaltungsidee für ein Kühlmöbel, das die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich zieht



## „Kontinuierliche Weiterentwicklung macht uns zukunftsfähig“

*Stefano De Vitti arbeitet seit gut einem Jahr als Business Excellence Manager bei Epta Deutschland. Was sich hinter seiner Jobbezeichnung verbirgt, wie sich das Unternehmen seitdem verändert hat und welche Vorteile die Kundinnen und Kunden durch seine Arbeit genießen, erklärt er im Interview.*

### **Kältenews:** Was sind Ihre Hauptaufgaben als Business Excellence Manager bei Epta Deutschland?

**Stefano De Vitti:** Meine Aufgabe ist es, das Unternehmen ganzheitlich zu betrachten und dadurch unser Qualitätsmanagement kontinuierlich weiterzuentwickeln, zu verfeinern und zu verbessern. Meine Arbeit beruht auf dem Modell der European Foundation of Quality Management (EFQM), einem wichtigen Werkzeug für den Aufbau und die Weiterentwicklung eines umfassenden Qualitätsmanagementsystems. Es berücksichtigt die drei Faktoren Menschen, Prozesse und Ergebnisse und ermittelt daraus Stärken, Schwächen und Verbesserungspotenziale eines Unternehmens. In alle Prozesse binden wir die Mitarbeitenden ein, denn nur so lassen sich dauerhaft hervorragende Ergebnisse erzielen.

### **Warum ist Business Excellence für ein Unternehmen wichtig?**

Mit dem Business-Excellence-Modell gewinnt man einen Gesamtblick auf das Unternehmen. Dabei spielen die Unternehmenskultur, die Transformation, die Flexibilität und die Anpassungsfähigkeit im Hinblick auf die Zukunftsorientierung einer Organisation eine wichtige Rolle. Gleichzeitig geht es auch darum, die Unternehmensqualität zu strukturieren und zu messen. Auf diese Weise kann man Arbeitsweisen kurz- und langfristig verbessern, aber auch die Leistungsfähigkeit vorantreiben und Veränderungen proaktiv steuern. Die Idee der Business Excellence ist auf kontinuierliche Veränderung und Verbesserung ausgerichtet. Dadurch werden Unternehmen zukunftsfähig.

### **Welche Erfahrungen und Kenntnisse können Sie aus vorherigen Jobs in Ihren jetzigen einbringen?**

In meiner vorherigen Position als Qualitätsmanager bei einem Automobilzulieferer war ich für rund 150 Mitarbeitende in einem Produktionswerk verantwortlich. Die Kenntnisse, die ich dort im Qualitäts-, Projekt- und Prozessmanagement erworben habe, kann ich in meiner aktuellen Tätigkeit sehr gut nutzen. Mein Faible für Qualität habe ich bereits in der Weiterbildung zum technischen Fachwirt entdeckt. Obwohl das Thema sehr theoretisch ist, gefällt es mir, durch die Veränderung von Prozessen und Abläufen ein Unternehmen effizienter zu gestalten. Deshalb war die Fortbildung zum Qualitätsmanager für mich ein ganz logischer Schritt.

### **Sie sind seit rund einem Jahr bei Epta: Wie hat sich das Unternehmen seitdem in puncto Qualität verändert?**

Die Qualitätsarbeit bei Epta Deutschland hat sich zu einem lösungsorientierten Ansatz weiterentwickelt. Das lässt sich an folgendem Beispiel erläutern: Ein Kunde oder eine Kundin tritt mit einer Reklamation an uns heran. Dann verstehen wir dies als Lernansatz: Was können wir aus der Reklamation lernen? Wie lösen wir das Problem für den Kunden oder die Kundin und wie können wir es in Zukunft besser machen? Es geht also darum, auftretende Reklamationsfälle zur Zufriedenheit der Kund:innen zu lösen. Das gilt aber auch für andere Situationen. Wir wollen einen Lessons-Learned-Prozess einführen, um Verbesserungen voranzutreiben.

### **Was würden Sie als Ihren größten Erfolg bezeichnen?**

Der größte Erfolg ist die Leistung des gesamten Teams und besteht meiner Meinung nach in der positiven Entwicklung, die Epta im letzten Jahr durchgemacht hat. Die Mitarbeitenden und auch das Managementteam nehmen den neuen prozessorientierten Ansatz gut an und bearbeiten die Themen Führung, Personal und Menschen, Prozesse, Qualität und Kund:innenzufriedenheit aktiv.



Stefano De Vitti verantwortet seit gut einem Jahr als Business Excellence Manager die Qualität bei Epta.

### **Was bekommen die Kund:innen von Ihrer Arbeit mit?**

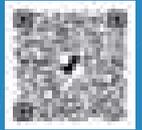
Durch die Minimierung von Problemen und die Optimierung von Prozessen im Unternehmen profitieren auch unsere Kund:innen. Wir wollen Ihnen effektivere und zielgerichtetere Antworten liefern und einen Ansprechpartner zur Seite stellen, der immer erreichbar ist und ihre Probleme löst. Wir möchten unseren Kund:innen kurz-, mittel- und langfristige Lösungen anbieten und so auch dafür sorgen, dass sie ihrem Kerngeschäft, dem Verkauf von Produkten, in Ruhe nachgehen können.

### **Welche Ziele haben Sie sich gesteckt?**

Mein Ziel ist es, das nach ISO 9001 zertifizierte Managementsystem bei Epta noch effektiver zu nutzen, selbst zu reflektieren und es kontinuierlich zu verbessern, damit wir stabil für die Zukunft aufgestellt sind. Das beinhaltet auch, Prozesse klarer zu strukturieren, zu planen und proaktiv zu gestalten. Hierbei möchten mein Team und ich alle Unternehmensbereiche methodisch und praktisch unterstützen.



# Tiefkühlen, aber hocheffizient



Mit SkyLight Integral Ultra/GranBering Integral Ultra der Epta-Marken Costan/Bonnet Névé erhalten Marktbetreiber:innen ein effizientes Tiefkühlmöbel, das seinesgleichen sucht. Sein geringer Energieverbrauch macht den TK-Schrank zur Wahl für eine nachhaltige Zukunft in der Lebensmittelkühlung.

Bis zu 30 Prozent weniger Energie benötigt der neue Tiefkühlschrank SkyLight Integral Ultra/GranBering Integral Ultra mit integriertem luftgekühlten Kälteaggregat im Vergleich zum Vorgängermodell. Damit erreicht er die Energieeffizienzklasse C. Das Möbel arbeitet mit einem hochinnovativen Kältekreislauf und sehr leistungsfähigen, drehzahlregulierten Verdichtern. Dadurch übertrifft das Modell sowohl beim Stromverbrauch als auch bei der Kühlleistung alle aktuellen Best-in-class-Lösungen. SkyLight Integral Ultra/GranBering Integral Ultra steht Remote-Möbeln in nichts nach: Es verfügt über die gleiche Grund- und Warenpräsentation



Niedriger Stromverbrauch, beste Kühlleistung: der neue TK-Schrank SkyLight Integral Ultra/GranBering Integral Ultra

sionsfläche sowie das gleiche Ladevolumen und ist mit zwei bis fünf Türen erhältlich. Der Tiefkühlschrank der Integral-Reihe ist nachhaltig, energieeffizient und flexibel einsetzbar. Außerdem punktet er dank der

vollverglasten Türen mit einer sehr guten Warensichtbarkeit und einer attraktiven Warenpräsentation. Konzipiert für den Hard- und Markendiscount, fügt er sich aber auch in jeden anderen Verkaufsraum gut ein.

## WUSSTEN SIE SCHON ...?

### Epta stellt auf der Chillventa aus

Nach einer pandemiebedingten Pause öffnet die Chillventa in diesem Jahr wieder ihre Tore: Vom 11. bis 13. Oktober 2022 dreht sich auf dem Nürnberger Messegelände wieder alles rund um die Kältetechnik. Auch die Epta-Gruppe präsentiert sich auf der Weltleitmesse

wieder mit einem Stand (Halle 7, Stand 332) und zeigt dort Neues aus den Bereichen Kühlmöbel und Verbundkälteanlagen. Darüber hinaus wird ein Schwerpunkt der Unternehmensgruppe auf den Themen Digitalisierung und Vernetzung liegen.



**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:**  
teambeige – Kommunikationsdesign, Anna Schmahl

**Verantwortlich für den Inhalt:**  
Joachim Dallinger, Epta

