



Bäumchen wechsel dich: Mit einem Handgriff wird die Bedientheke des Mannheimer Spezialisten **Epta** zur Selbstbedienungskühltruhe.

Acht Folgen geplant: Fast 50 000 Mal wurden die bisherigen acht Folgen der ersten Podcast-Staffel mit Vater und Sohn Tönnies laut der **Premium Food Group** aus Rheda-Wiedenbrück aufgerufen. Im Schnitt hörten die Nutzer nach Unternehmensdarstellung „mehr als 90 Prozent der einzelnen Folgen“. Ein überdurchschnittlich guter Wert für entsprechend lange Formate. Erklärt wird auch, warum es drei Jahre gedauert hat, bis die zweite Staffel an den Start ging (Iz 48-21). „Wir hatten extrem viele Themen auf den Hörnern und schlichtweg keine Zeit“, erläutert Clemens Tönnies zu Beginn der ersten Folge, die auf den gängigen Podcast-Plattformen veröffentlicht wurde. Anders als in der Debütstaffel laden sich die beiden Gesellschafter des Unternehmens firmeninterne, aber auch externe Gäste ein, um über aktuelle Themen zu sprechen. In der Premierenfolge der zweiten Staffel, die vor dem Ausbruch der Maul- und Klauenseuche in Brandenburg aufgenommen wurde und dieses Thema daher nicht behandelt, geht es vor allem um die Entwicklung der Branche und des Unternehmens.

Hybride Theke: Das Vertriebs- und Serviceunternehmen im Bereich der gewerblichen Kältetechnik, **Epta**, hat für den deutschen Lebensmitteleinzelhandel eine Kühltheke entwickelt, die sowohl Bedienungs- als auch Selbstbedienungsfunktionen bietet. So könnten im Bedarfsfall Personalengpässe überbrückt und frische SB-Waren angeboten werden, heißt es vom Unternehmen aus Mannheim. Unverpackte, frische Produkte wie Käse, Wurst und Fleisch fänden in der Theke ebenso Platz wie fertig zubereitete Speisen, Milcherzeugnisse und frisch verpackte Waren. Darüber hinaus lasse sich das Shape Trad LS getaufte Kühlmöbel leicht reinigen und warten und sei besonders ergonomisch für die Mitarbeiter.

Cooler Mix: Der Konzern **Unilever** lanciert für die Marke **Cremissimo** und dem **Classico-Mix** zwei neue Eissorten in den Varianten Haselnuss-Vanilla-Schokolade und Erdbeer-Vanilla. Auch gibt es die Kreation **Pistazie-Vanille**, die vegane aus zwei Sorbets bestehende Komposition **Himbeer-Spritz** und darüber hinaus das zunächst im Winter limitierte **Cremissimo Baileys**, jetzt ganzjährig in der TK-Truhe.

Konzentration stärken: Das Lebensmittelunternehmen **Bio-Zentrale** stellt seine pflanzenbasierte Schulkinder-Marke **Bio-Kids** in den Mittelpunkt einer besonderen **Zugabeaktion**. So erhalten Verbraucher bis Ende April beim Kauf von zwei Produkten ein exklusiv gestaltetes mit Ravensburger entwickeltes **Memo-Spiel** im **Bio-Kids-Design** gratis dazu. Aufmerksamkeitsstarke Displays und Aufsteller sollen für eine erhöhte Sichtbarkeit am POS sorgen. Zielgruppenaffine Social-Media-Aktivitäten begleiten die Promotion.