

15. September 2010

Lekkerland prämiiert innovative Shopideen
Convenience-Großhändler wird 50

Neben vielen Aktionen anlässlich seines 50jährigen Jubiläums hat Lekkerland in diesem Jahr erstmals einen Kundenaward für innovative Shopideen ausgelobt und nun die besten Shopideen prämiert.

27. Juli 2010

Matthias Wehmann neuer Head of Food Service bei Lekkerland Deutschland

Matthias Wehmann (45) ist seit dem 1. Mai 2010 Head of Food Service bei der Lekkerland Deutschland GmbH & Co. KG.

28. April 2010

Lekkerland: Umsatzstarkes Geschäftsjahr 2009
Mit der "Agenda for Growth" richtig aufgestellt

Der Convenience-Großhändler Lekkerland AG & Co. KG hat seinen Umsatz im Jahr 2009 um 3,5 Prozent auf 12,0 Mrd. Euro gesteigert.

22. April 2010

Lekkerland testet ab 2011 Hybrid-LKW
Convenience-Experte setzt auf alternative Antriebstechnologien

Steigende Energiepreise und die Notwendigkeit CO2 einzusparen – Lekkerland sieht es als seine Aufgabe an, alternative Energiekonzepte ständig auf ihre Alltagstauglichkeit hin zu überprüfen.

15. April 2010

Ein Blick hinter die Kulissen von Lekkerland

Der Convenience-Großhändler lädt zum „Tag der Logistik“ in sein Logistikzentrum in Allershausen ein.

Welche verschiedenen Abläufe und Arbeitsschritte gibt es in einem Lekkerland Logistikzentrum? Und was ist Pick-by-Voice?

12. März 2010

Food Service auf der Internorga 2010 live erleben

Lekkerland Food Intelligence präsentiert sein Produktangebot in einer offenen Show Cooking Arena.

Tankstellenshops, Betriebsrestaurants, Krankenhäuser und die Systemgastronomie erwarten ein

Produktangebot, das den Geschmack der Verbraucher trifft und einfach und schnell zuzubereiten ist.

03. Februar 2010

Ralph Dreger neuer Vice President Operations

Ralph Dreger ist neuer Vice President Operations der Lekkerland Deutschland GmbH & Co. KG.

01. Februar 2010

Convenience ist fester Alltagsbestandteil

Zweite Studie „Convenience in Europa“: Wie, wann, wo und was essen und trinken die Deutschen, die Österreicher und die Schweizer unterwegs?

Welche Produkte bevorzugen die Konsumenten, wo kaufen sie diese Produkte ein, sind diese Vorlieben an bestimmte Tageszeiten gebunden? Fragen, denen sich die Studie „Convenience in Europa“ widmet, die 2009 zum zweiten Mal
