

Das Lekkerland  
Vermarktungskonzept  
"Vitalness" f&#252;r  
Wellness-Produkte

Sich wohl fühlen in seiner Haut und sich bewusst ernähren - Lekkerland greift den Trend zu Wellness aktiv auf und berät seine Kunden mit dem Vermarktungskonzept „Vitalness feel well, act fit“ zur kompetenten Umsetzung im Shop.

In einem zunehmend hektischen Alltag ist Wellness zum Megatrend geworden. Entspannung, Wohlfühlen und Erholung: Statistiken belegen, dass Verbraucher auch in der Ernährung mehr und mehr nach Produkten suchen, die einen solchen Zusatznutzen bieten. Zwar spielen solche Produkte auch in Tankstellen-Shops und Kiosken eine wichtige Rolle, jedoch fehlte Ihnen bislang ein schlüssiges und ganzheitliches Vermarktungskonzept.

### **Maßnahmenpaket für über 100 Produkte**

Lekkerland fasst jetzt rund 100 Produkte aus den Bereichen Bio, Fitness und Energie unter Vitalness zusammen und bietet seinen Kunden dazu ein umfassendes Maßnahmenpaket an. Es beinhaltet spezielle Aktionsangebote mit Wellness Produkten sowie Werbematerialien für den POS. Anhand von besonderen Planogrammen unterbreitet der Convenience Großhändler seinen Kunden Vorschläge für die gebündelte und somit aufmerksamkeitsstarke Platzierung der Produkte im Shop.

### **Vielfältiges Informationsmaterial**

Um die Kunden noch umfassender zu informieren, wird das Unternehmen auch auf den fünf Lekkerland Frühjahrmessen 2007 wieder einen Schwerpunkt auf Vitalness legen und entsprechende Produkte mit einem separaten Stand vorstellen. Außerdem erhalten die Lekkerland Kunden regelmäßig mit der vierwöchigen Aktionssendung eine Vitalness Broschüre. Hier erfahren sie alles über das Vermarktungskonzept und über Top-Produkte aus den Bereichen Bio, Fitness und Energie.

Im Bereich seiner Leistungsmarken hat Lekkerland bereits auf den Trend reagiert und mit Santa Corina Aquafresh in den Geschmacksrichtungen Apfel, Zitrone und Orange ein Wasser mit Wellness Zusatznutzen eingeführt.