

# Mein Shop

Mein Job · Mein Leben · Mein Partner

Nr. 6  
2022

Dezember & Januar

Lekkerland.de

## NEUE SHOP-CREW GESUCHT?

So finden Sie die Besten  
für Ihr Team - Tipps  
fürs Bewerbungsgespräch

## GROSSER TREND- REPORT

Unter dem Tannenbaum liegt  
in diesem Jahr ganz viel  
Expertenwissen für Sie:  
Unsere Category Manager verraten,  
welche Trends 2022 prägten -  
und welche 2023  
relevant sein werden.  
Mehr dazu ab Seite 8

### DIE TOP 10: SPIRITUOSEN

Diese Hochprozentler gehören ins Sortiment — 20

### FRESH AND TASTY

Wie unser modernes Backshop-Konzept Sie erfolgreich macht — 42

### GROSSE AUSWAHL, KLEINE PREISE

Warum die Lekkerland Eigenmarken ins Shopsortiment gehören — 48



# Rotkäppchen

Der Moment seid ihr!





Redaktionsschluss 18.11.2022

## Impressum

Das Magazin Mein Shop wird verlegt und herausgegeben von der MEDIAPPOINT GmbH im Auftrag der Lekkerland SE, Europaallee 57, 50226 Frechen.

E-MAIL  
meinshop@lekkerland.de

INTERNET  
Lekkerland.de

VERANTWORTLICH  
Janine Hoffe

PROJEKTLEITUNG  
Dominik Schlefers

REDAKTIONELLE LEITUNG  
Ingo Gschwilm

REDAKTION UND GRAFIK  
C3  
Creative Code and Content GmbH  
Heiligegeistkirchplatz 1  
10178 Berlin

E-MAIL  
meinshop@c3.co

REDAKTION  
Elena Rudolph

MITARBEIT  
Tatjana Pokorny (fr),  
Florian Sievers (fr)

ART-DIREKTION  
Melanie Kollath,  
Christian Kühn

FOTOREDAKTION  
Simone Gutberlet,  
Carsten Kalaschnikow

PROJEKTMANAGEMENT  
Laura Kohlberg,  
Benjamin Taudien

LEKTORAT  
Helmut Hillger (fr)

LITHO  
PIXACTLY media GmbH, Hamburg

DRUCK  
johnen-druck GmbH & Co. KG  
Bornwiese 5  
54470 Bernkastel-Kues

Mein Shop wird kostenlos an Lekkerland Kundinnen und Kunden verteilt. Sämtliche in diesem Magazin enthaltenen Informationen wurden sorgfältig recherchiert und auf ihre Richtigkeit überprüft. Sollten dennoch Irrtümer auftreten, kann der Herausgeber keine Haftung übernehmen. Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers. Für unverlangt eingesandte Fotos oder Manuskripte wird keine Haftung übernommen. Mitarbeitende der Lekkerland SE sind von der Teilnahme an Gewinnspielen ausgeschlossen.

## Liebe Leserinnen und Leser!

**D**as Jahr 2022 war und ist ein außergewöhnliches Jahr. Warenverfügbarkeit, Kosten- und Preissteigerungen und Personalnot beeinträchtigen das Leben vieler Menschen und Unternehmer:innen hierzulande. Im Außer-Haus-Konsum – und in zahlreichen anderen Branchen – waren wir zudem von schlecht planbarer Frequenz und dem damit verbundenen Absatz betroffen.

Aber 2022 war für unsere Branche auch ein Jahr voller Chancen. So ist die Nachfrage nach gekühlten Getränken, verzehrfertigen Snacks und anderen Produkten zum Mitnehmen nach dem Ende der Corona-Maßnahmen wieder deutlich gestiegen.

### Category-Expert:innen zeigen Trends auf

Welche Trends in diesem Jahr den Außer-Haus-Konsum geprägt haben und was unserer Meinung nach 2023 wichtig wird, erklären

unsere Category-Expert:innen in der Titelseite dieser Ausgabe ab Seite 8.

Liebe Leserinnen und Leser, im Namen von Lekkerland bedanke ich mich für die Zusammenarbeit in 2022. Ich wünsche Ihnen schöne Feiertage mit der Gelegenheit, etwas durchzuatmen (vielleicht helfen Ihnen dabei die Tipps ab Seite 36) – und anschließend einen guten Start in ein gesundes Jahr 2023!

Herzlichst,  
Ihr

**MARC BARTSCH**  
Als Director Sales Independent Customers verantwortet er bei Lekkerland die Zusammenarbeit mit Kunden wie Convenience-Shops und Kiosken.



### Mein Shop – jetzt auch online

Viele weitere sowie wöchentlich neue Tipps und Infos für Ihren Geschäftserfolg finden Sie in unserem Online-Magazin. Künftig werden wir die Inhalte der Mein Shop und des Web-Magazins noch stärker verknüpfen – um Ihnen noch mehr Service zu bieten. Deshalb trägt der Online-Auftritt nun ebenfalls den Titel Mein Shop. Schauen Sie doch mal vorbei!  
[Lekkerland.de/magazin](https://Lekkerland.de/magazin)

### Besuchen Sie uns auf Facebook!

Aktuelle News, Tipps und Tricks zu den Themen Unterwegskonsum und Shopalltag veröffentlichen wir auch regelmäßig auf unserem Facebook-Kanal.  
[facebook.com/LekkerlandDeutschland](https://facebook.com/LekkerlandDeutschland)





**Sterne für alle.  
Der Rest ist  
schnuppe.**



**Heineken®**

*Cheers! Auf die Neugier!*

Art. Nr. 219865 | Art. Nr. 214079



## MEIN JOB

- 8 GROSSER TREND-REPORT**  
Unsere Expert:innen fassen zusammen, was 2022 wichtig war – und verraten, was 2023 wichtig wird
- 18 Shop-Porträt**  
Familie Mete-Leszinski ist mit ihren Tankstellen auch dank Lekkerland auf Wachstumskurs
- 20 Top 10: Spirituosen**  
Das sind die beliebtesten Hochprozentiger im Unterwegskonsum
- 22 Arbeitsrecht-Mythen**  
Probezeit, Arbeitsvertrag, Kündigung: Was sagt das Gesetz?
- 24 Einfach und praktisch**  
Interessantes über das Kundenportal Mein Lekkerland und Lekkerland24.de
- 28 Shopgestaltung**  
Fünf Tipps für mehr Ordnung im Shop
- 30 Topseller**  
Spannende Neuheiten und beliebte Bestseller aus unserem Sortiment

## MEIN LEBEN

- 34 Fit fürs Bewerbungsgespräch**  
Mit den Tipps von Lekkerland Coach Axel Weber finden Sie die Besten für Ihr Team
- 36 Stressfreie Weihnachten**  
Sechs alltagstaugliche Ideen für mehr Freude und weniger Hektik vor dem Fest

## MEIN PARTNER

- 40 SERIE: Stufe für Stufe zum Foodservice-Erfolg**  
Wie Hot Meals den Bistro-Umsatz stärken und Kund:innen begeistern
- 42 FRESH AND TASTY**  
Wie Sie mit unserem 360-Grad-Bistrokonzept vom wachsenden Geschäft mit Snacks zum Mitnehmen profitieren können
- 48 Tolle Produkte, tolle Preise**  
Wieso Sie mit Lekkerland Eigenmarken im Sortiment bei Konsument:innen punkten können
- 50 Lieferantenporträt**  
gourmetfein kombiniert Nachhaltigkeit mit einem perfekten Verkaufskonzept
- 52 Prepaid**  
Alles Wissenswerte zur neuen Apple Gift Card
- 54 Zigarren-Angebot**  
Diese acht Artikel gehören ins Sortiment



34



# HEISSER UMSATZ AUS DER KÜHLTRUHE.



## DAS SCHÖNSTE, WAS NÜSSEN PASSIEREN KANN!



## DAS SIND DIE TOP 10 DER SPIRITUOSEN

Ob zum Mixen von Cocktails und Longdrinks, als Aperitif oder pur: Spirituosen wie Gin, Wodka oder Rum sind sehr beliebt. In unserem Category Check ab Seite 20 erfahren Sie, welche Spirituosen aktuell besonders gefragt sind.

EVERYBODY'S DARLING

## Schokolade schmeckt fast allen

Kaum eine Süßigkeit ist weltweit so begehrt wie Schokolade. Auch in Deutschland gibt es kaum jemanden, dem sie nicht schmeckt: Wie eine Befragung des Meinungsforschungsinstituts YouGov ergab, essen 91 Prozent der Menschen in Deutschland zumindest hin und wieder Schokolade – manche sogar täglich (2 Prozent) oder mehrmals in der Woche (9 Prozent); und knapp jede und jeder Dritte immerhin noch mehrmals im Monat (29 Prozent).\* Doch zu welchen Sorten greifen die Verbraucher:innen in Deutschland am liebsten? Das hat der Bundesverband der deutschen Süßwarenindustrie (BDSI) veröffentlicht:

**21**

**PROZENT**

essen am liebsten

Vollmilch- bzw. Milkschokolade.

**17**

**PROZENT**

greifen lieber zu Bitter- oder Zartbitterschokolade.

**11**

**PROZENT**

mögen es nussig-cremig – ihre Liebessorte ist Nougat-Schokolade.



**9**

**PROZENT**

können bei weißer Schokolade nicht Nein sagen.

**7**

**PROZENT**

stehen auf Haselnuss-Schokolade.

**5**

**PROZENT**

lieben Salz-Karamell-Schokolade, 4 Prozent Trauben-Nuss-Schokolade und 3 Prozent Marzipan-Schokolade.

# DIE BESTEN SORTIMENTE ZUR RICHTIGEN ZEIT

Eine wachsende Nachfrage nach NACHHALTIGEN PRODUKTEN, nach VEGANEN und VEGETARISCHEN ARTIKELN und nach PREISLICHEN ALTERNATIVEN – diese Trends haben nach Einschätzung der Lekkerland Expert:innen 2022 geprägt und werden auch 2023 relevant sein. Die passenden Sortimente erhalten Sie bei Lekkerland.

## „Premixed Longdrinks wachsen weiter“

Herr Korten, blicken wir zurück auf das auslaufende Jahr: Welcher Faktor hat 2022 das Getränkegeschäft bestimmt?

MICHAEL KORTEN: Das war natürlich der anhaltend heiße Sommer. Dadurch liefen grundsätzlich alle Erfrischungsgetränke überdurchschnittlich gut, von Wasser über Limonaden bis hin zu Eistees. Wermutstropfen war die gerade zu dieser Zeit eingeschränkte Warenverfügbarkeit bei einigen Produkten.



**ENORMES WACHSTUM**  
Energydrinks und Premixed Longdrinks sind weiter beliebt.

- 1 Take Off Energy Drink, 24 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 224504)
- 2 DPG Red Bull Winter Edition Feige-Apfel, 24 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 625043)
- 3 Gentleman Jack & Cola 10% vol., 12 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 609779)



Welche Getränke-Trends kommen 2023 auf uns zu?

Weiterhin verzeichnen wir ein enormes Wachstum bei den Premixed Longdrinks (PMLDs), und auch die Nachfrage nach Energydrinks ist ungebrochen stark. Das wird garantiert auch im kommenden Jahr weiter anhalten. Daher empfehlen wir Shopbetreiber:innen, dass sie beide Produktgruppen entsprechend im Sortiment berücksichtigen und möglichst gekühlt anbieten.

Welche Produkte gehören in dieser weiterhin unsicheren Zeit außerdem noch unbedingt ins Sortiment?

Wir sehen hohe Energiepreise, Inflation, Ukraine-Krieg, Klimakrise, die immer noch nicht beendete Pandemie und so weiter. Aber: Unser Getränkeangebot bedeutet für Shopbetreiber:innen Sicherheit. Schließlich bieten wir immer gut laufende Produkte von Preiseinstieg bis Premium, und zwar die jeweils attraktivsten Neuheiten. Darum bekommen unsere Kundinnen und Kunden bei uns das beste Getränkesortiment zur richtigen Zeit.



**MICHAEL KORTEN**  
leitet als Director Category Beverages den Getränke-Einkauf bei Lekkerland.





### ① PRAKTISCH

Die Nachfrage nach Snacks to go steigt – gern auch nachhaltig und aus Mehrwegbehältern.

- 1 Alpro Haferdrink Barista For Professionals glutenfrei, 8 x 1 l Pg. (Art.-Nr. 620540) • 2 Salomon Green Heroes Crunchy Chik'n® Burger Vegan, 1 x 1 kg Bt. (Art.-Nr. 606355) • 3 Go Fresh Salatmix Italia mit Pasta, 1 x 315 g Pg. (Art.-Nr. 617193)



### PETER GANGHOF

ist als Director Category Foodservice bei Lekkerland für das Geschäft mit heißen Getränken und Snacks für unterwegs verantwortlich.



## „Die Nachfrage nach schnellen Snacks to go steigt“

Herr Ganghof, was waren 2022 die wichtigsten Entwicklungen bei Snacks und Getränken für unterwegs?

PETER GANGHOF: Zeit ist ein immer knapperes Gut, und die Zahl der Einpersonenhaushalte wächst. Darum wird immer weniger zu Hause gekocht, und die Nachfrage nach schnellen Snacks to go steigt. Immer gefragter sind dabei nachhaltige, vegetarische oder vegane sowie regionale Produkte. Daneben bietet die konstant hohe Nachfrage nach Kaffee und Kaffeespezialitäten weiterhin enorme Wachstumschancen.

Welche Trends werden im nächsten Jahr anhalten, welche neuen sehen Sie voraus?

Auch 2023 spielt Kaffee mit seinen vielfältigen Spezialitäten und Marken eine wichtige Rolle. Aber auch der Trend zu nachhaltigen Produkten und Konzepten wird weiter an Fahrt aufnehmen. So wünschen sich Verbraucher:innen zunehmend Mehrwegsysteme und ökologische Verpackungen. Auch der Anteil an pflanzlichen und veganen Produkten wird erheblich zunehmen – sie haben sich etabliert und konnten eine stabile Käuferschicht gewinnen.

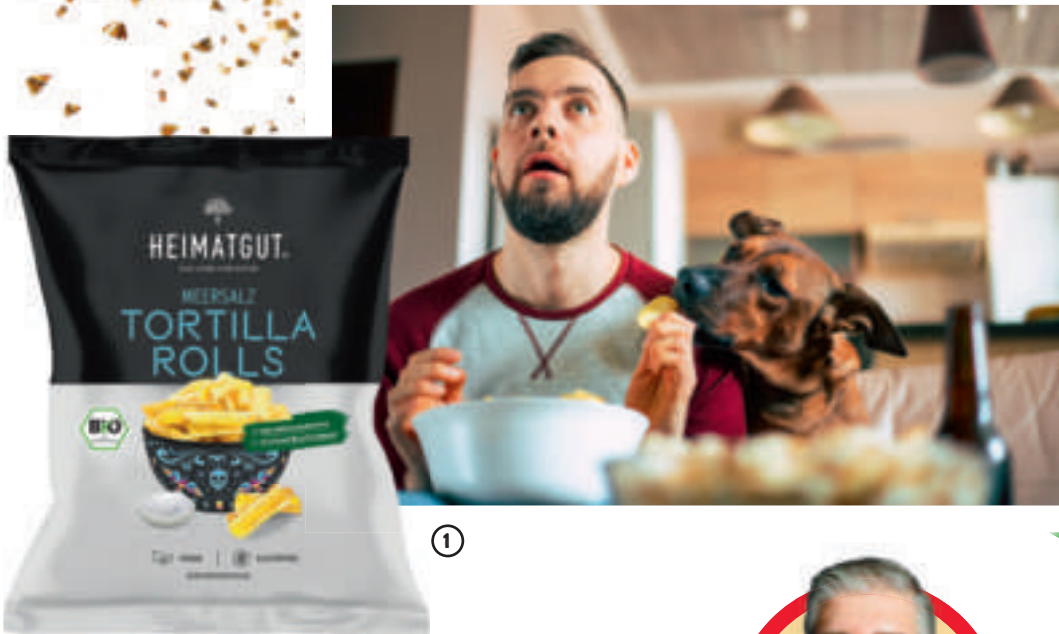
Welche Produkte gehören demzufolge jetzt unbedingt ins Shopsortiment?

Elementar sind Anker-Produkte in hoher Qualität, die die Stammkundschaft kennt und mag. Zusätzlich sollten Shops mit Aktionen für Abwechslung sorgen, beispielsweise mit unserer Foodservice-Monatsaktion. Einen festen Platz sollten auch unsere frischen Convenience-Produkte von Go Fresh haben. Sandwiches, Wraps, Salate, geschnittenes Obst oder Smoothies sind das wachstumsstärkste Segment in der Unterwegsversorgung. Sie sind jung und modern, permanent verfügbar und überzeugen mit geringen Verarbeitungskosten für Shopbetreiber:innen. Dazu kommt unser Öko-Clean-Angebot für einen nachhaltig sauberen und hygienischen Tankstellenshop.

Und welchen Geheimtipp haben Sie noch für Shopbetreiber:innen?

Ein tolles Einkaufserlebnis hat auch mit einer guten Kommunikation zu tun. Modernes Marketing über visuelle Medien gewinnt darum noch mehr an Bedeutung. Hierzu bieten wir Shopbetreiber:innen tolle Lösungen an.





①

## „Vegane und vegetarische Produkte gefragt“

Herr Klein, was waren bei salzigen und süßen Snacks die wichtigsten Entwicklungen im ablaufenden Jahr?

MORITZ KLEIN: Nach wie vor waren 2022 viele Alternativen zu herkömmlichen Süßwaren ein Thema. Dabei hat die Industrie das Potenzial von veganen/vegetarischen und zuckerreduzierten Produkten erkannt und sukzessive über alle Kategorien hinweg umgesetzt. Darüber hinaus ist den Verbraucher:innen das Thema Nachhaltigkeit sehr wichtig. Und für das wichtige Segment Eis bedeutete die Saison 2022 wegen der konstant hohen Temperaturen die langersehnte Rückbesinnung der Verbraucher:innen auf Erfrischungen unterwegs und spontane Belohnungen.

②



**GUTER MIX**  
Kundinnen und Kunden freuen sich im Shop über eine Mischung aus bekannten Marken und Trendthemen, etwa veganen Riegeln.

- 1 Heimatgut Tortilla Rolls Meersalz Bio, 12 x 125 g Bt. (Art.-Nr. 621675) •
- 2 KitKat Vegan, 24 x 41,5 g Rg. (Art.-Nr. 621143) • 3 lycka Bio Schokoriegel Kokos vegan, 24 x 40 g Rg. (Art.-Nr. 621407)

③



**MORITZ KLEIN**  
verantwortet als Director Buying und Category Manager Food bei Lekkerland das Angebot an süßen und salzigen Snacks.

Welche Trends sehen Sie als Experte für 2023 voraus?

Das relativ größte Wachstum wird auch im kommenden Jahr in den Bereichen vegetarische oder vegane beziehungsweise nachhaltige, zuckerreduzierte Snacks zu verzeichnen sein. Den Löwenanteil des Volumens werden aber auch weiterhin die altbekannten Markenartikel bei Süßwaren ausmachen.

Welche Produkte sollten angesichts von Inflation und Kaufzurückhaltung jetzt unbedingt ins Sortiment?

Gerade in Zeiten, in denen negative Schlagzeilen um die Welt gehen, ist es wichtig, die emotionalen Bedürfnisse der Verbraucher:innen in den Vordergrund zu stellen. Sie suchen nach etwas, das sie kennen und lieben. Neben den Trendprodukten sollte darum nach wie vor ein Fokus auf A-Marken liegen. Bei Eis lassen kommende Neuheiten der Ankermarken Magnum und Cornetto sowie Ankündigungen wie Snickers Creamy von Mars oder Kinderschokolade am Stiel und Yogurette-Eis von Ferrero einen Run erwarten. Prognosen sprechen von anhaltendem Wachstum bis 2027.

Und welchen Geheimtipp haben Sie noch für Shopbetreiber:innen?

Bieten Sie Ihren Kundinnen und Kunden einen guten Mix aus bekannten Marken und einigen Trendthemen und beschäftigen Sie sich intensiv mit Alternativen bei Eigenmarken. Hier hat Lekkerland bereits ein tolles Portfolio, das wir gezielt ausbauen werden!





# DU BIST ABER GROB GEWORDEN

!?!?!  
.....



DESPERADOS 65CL DPG  
ARTIKEL-NR. 234382

**GO DESPERADOS**



**LUKAS ZIEGLER**  
ist als Director Buying  
und Category Management  
bei Lekkerland für  
Eigenmarken zuständig.

## „2023 wird das Jahr der Eigenmarken“

Herr Ziegler, was hat 2022 das Geschäft mit  
Eigenmarken geprägt?

LUKAS ZIEGLER: Da ist vor allem die Inflation zu nennen, die in Deutschland derzeit so hoch ist wie seit 40 Jahren nicht mehr. Das hat preisattraktive Eigenmarkenartikel quer durch alle Warengruppen in den Fokus von Verbraucherinnen und Verbrauchern gerückt. Hier ist Lekkerland mit seinen Eigenmarken im Convenience-Bereich Vorreiter: Wir verfügen über ein umfangreiches und attraktives Sortiment zu Preisen deutlich unterhalb der vergleichbaren Markenartikel. Diese Artikel waren und sind einer der wichtigsten Umsatzgaranten für Shopbetreiber:innen.

Welche Trends werden im nächsten Jahr anhalten?

2023 wird das Jahr der Eigenmarken – preislich attraktive Alternativen werden für Umsatz sorgen. Auch wenn uns die Themen Krieg, Inflation und „den Gürtel enger schnallen“ wohl leider noch eine Weile begleiten werden, wollen Konsument:innen auf kleine Glücksmomente im Alltag nicht verzichten. So gehörte in diesem Jahr das Candy-Shop-Trio Kaugummi, Saurer Apfel und Zuckerwatte von Durstlöscher zu unseren erfolgreichsten Produkten. Diese drei Produkte passen zum aktuellen Retrotrend und sind zudem preislich äußerst attraktiv positioniert.

**ATTRAKTIV**  
Die Eigenmarken von Lekkerland,  
wie etwa die beliebten  
Durstlöscher, sind beliebte  
Alternativen zu Markenprodukten

- 1 QuickVit Durstlöscher Zuckerwatte,  
12 x 0,5 l Pg. (Art.-Nr. 617759) •
- 2 QuickVit Durstlöscher Saurer Apfel,  
12 x 0,5 l Pg. (Art.-Nr. 617758) •
- 3 QuickVit Durstlöscher Bubble Gum,  
12 x 0,5 l Pg. (Art.-Nr. 608087)



Welche Produkte sollten außerdem künftig im  
Regal auftauchen?

Wenn sie zum Shop passen, empfehlen wir alle Artikel aus unserem Eigenmarkensortiment. Denn das umfasst ausschließlich die schnellstrotzenden Artikel in den wichtigsten Warengruppen. Verkaufen Sie viele Chips? Dann listen Sie Mr. Knabbits. Verkaufen Sie viele Energydrinks? Dann listen Sie TAKE OFF. Verkaufen Sie viel Wodka? Dann listen Sie Zarewitsch und Premixed Longdrinks wie Wodka Energy oder Wodka Lemon. Konsument:innen haben so die Wahl. Und Marktforschungsstudien zeigen, dass sich Marke und Eigenmarke nicht gegenseitig kannibalisieren, sondern gemeinsam wachsen.

Und welchen Geheimtipp haben Sie noch für  
Shopbetreiber:innen?

Kennen Sie schon das BÄÄÄM!? TAKE OFF präsentiert seit einigen Wochen die zweite Deutsche Eishockey-Liga live auf Sprade.TV und tritt dabei mit einem knuffig-gruseligen Monster als Markenbotschafter auf. Bis zum Ende der Eishockeysaison werden so mehr als 2,2 Millionen Werbekontakte Durst auf TAKE OFF bekommen. Von dieser Aufmerksamkeit können Shopbetreiber:innen kostenlos profitieren, wenn sie TAKE OFF – möglichst prominent – in ihrem Shop platzieren.

# Blanchet

Entspannt genießen,  
lachen, leben...  
und dazu **Blanchet.**

Blanc de Blancs  
Trocken  
027041  
National

Rosé de France  
Trocken  
381962  
National

Rouge de France  
Trocken  
381948  
National

Merlot  
Trocken  
498940  
Regional  
LC 01,07

Chardonnay  
Trocken  
499116  
Regional  
LC 01,02,07

Blanc de Blancs  
Halbtrocken  
611994  
Regional  
LC 01,02,07,40

Blanc de Blancs  
Lieblich  
842531  
National

Rosé de France  
Lieblich  
842137  
National





**CARSTEN WEBER**  
verantwortet als Vice  
President Business  
Unit Electronic Value &  
Non-Food unter anderem  
das Prepaid-Sortiment  
von Lekkerland.

## „Der Trend zur Geschenkkarte setzt sich fort“

Herr Weber, was waren die wichtigsten Entwicklungen in Ihrem Bereich 2022?

CARSTEN WEBER: Aus iTunes wurde die Apple Gift Card. Diese ist nun universell einsetzbar in der gesamten Apple-Welt und hat sich sofort zu einem der beliebtesten Prepaid-Produkte in unserem Sortiment entwickelt.

Welche Prepaid-Trends werden das kommende Jahr bestimmen?

Der Trend zur Geschenkkarte als wichtigstes Geschenk wird sich weiter fortsetzen – jede/-r dritte Deutsche verschenkt sie zu Weihnachten, aber auch zu anderen Anlässen. Außerdem werden wir regionale und lokale Geschenkkarten sehen. Und Mobile Device User wollen noch mehr Datenvolumen, etwa zum Streamen unterwegs. Dies wird sich in neuen 5G-Mobilfunktarifen widerspiegeln, getrieben vom zunehmend besser ausgebauten 5G-Netz.

Welche Produkte sollten jetzt ins Sortiment genommen werden?

In unsicheren Zeiten wird auf das Budget geschaut – auch und besonders beim Mobilfunkangebot. Lekkerland verfügt über die besten und günstigsten SIM-Karten-Angebote ohne lange Vertragsbindung.

Und welchen Geheimtipp haben Sie noch für Shopbetreiber:innen?

Bitcoin und die Geldanlage-Form ETF werden neue Impulse ins Gift-Card-Sortiment bringen – lassen Sie sich überraschen!



### GERN GEGEBEN

Geschenkkarten sind weiter das beliebteste Geschenk der Deutschen – auch zu Weihnachten.

- 1 Apple 50 EUR Blister, 1 x 10er St. (Art.-Nr.: 618065) •
- 2 Google Play 25 EUR Blister, 1 x 10er St. (Art.-Nr.: 906209) •
- 3 Amazon 50 EUR Blister, 1 x 10er St. (Art.-Nr.: 913986)



## „Potenziell risikoreduzierte Produkte immer beliebter“

Herr Oberwalleney, welche Entwicklungen waren 2022 bei Tabakwaren wichtig?

MARKUS OBERWALLENEY: Potenziell risikoreduzierte Produkte wie E-Zigaretten und Tabakerhitzer werden im Shop immer beliebter. Als wichtigste Entwicklung sind hier Einweg-E-Zigaretten (E-Shishas) zu nennen.

Welche Trends werden im nächsten Jahr anhalten, welche neuen sehen Sie voraus?

Rapper und Musiker bringen nun auch E-Zigaretten unter ihrem Namen auf den Markt. Bei Einweg-E-Zigaretten sind Fruchtaromen wie Wassermelone oder Blaubeere nachgefragt. Zudem werden Einweg-E-Zigaretten zukünftig häufiger über einen wiederaufladbaren Akku verfügen und nachfüllbar sein – also nicht mehr wirklich „Einweg“.

Welche Produkte sollten Shopbetreiber:innen künftig in ihr Sortiment aufnehmen?

Wir empfehlen neben klassischen Shishas auch Shisha-Kohle für den Gebrauch zu Hause.

Und welchen Geheimtipp haben Sie noch für Shopbetreiber:innen?

Achten Sie auf Fälschungen bei Einweg-E-Zigaretten von fliegenden Händlern sowie die Verkehrsfähigkeit der vertriebenen Artikel! Das Scannen des auf der Verpackung befindlichen QR-Codes kann einen Hinweis auf eine mögliche Fälschung geben.



1



3

2



**MARKUS OBERWALLENEY**  
leitet bei Lekkerland als Vice  
President Buying & Category  
Management Tobacco  
den Bereich Tabakwaren.

### STEIGENDER UMSATZ

Einweg-E-Zigaretten mit ansprechenden Geschmacksrichtungen wie Mango oder Blaubeere sind immer beliebter.


- 1 InnoCigs 500 Einweg-E-Zigarette Peach Mango 17 mg/ml, 1 St. (Art.-Nr.: 624840) •
- 2 Geek Bar Einweg-E-Zigarette Blue Spot Blaubeere 18 mg/ml, 1 St. (Art.-Nr.: 624832) •
- 3 VQube E-Shisha Plus 600 Berry Mix 0 mg/ml, 1 St. (Art.-Nr.: 616972)

# DIE UMSATZPARTY GEHT WEITER



NEUER  
LOOK

ARTIKEL  
INFO ▼

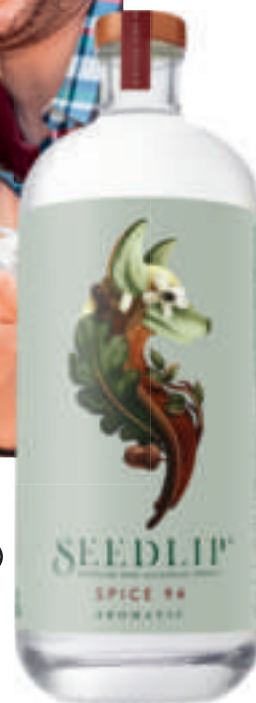
Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
380450		Zarewitsch Vodka Energy Premium Mix 10% vol.	24/250 ml Ds. DPG

 **Lekkerland**  
the convenience company

IM TREND

Nachhaltige oder funktionale Produkte sind vor allem bei jungen Verbraucherinnen und Verbrauchern ebenso gefragt wie alkoholfreie Spirituosen.

- 1 el origen Organic Plantain Chips Paprika Bio, 12 x 80 g Bt. (Art.-Nr. 621995) • 2 DPG Collide Grapefruit-Ingwer, 24 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 625189) • 3 Seedlip Spice alkoholfrei, 1 x 0,7 l Fl. (Art.-Nr. 621235)



## „Kundinnen und Kunden sind weiter neugierig“

**Frau Panalickal, was waren die wichtigsten Newcomer-Trends 2022?**

STEFANIE PANALICKAL: Nachhaltigkeit war definitiv weiter der wichtigste Trend für viele Produktgruppen. Diese Entwicklung beobachten wir schon seit einer Weile. Aber inzwischen ist es für viele Konsumentinnen und Konsumenten schon eine echte Haltungsfrage, dass sie darauf achten, wie nachhaltig ihre Produkte sind. Zugleich gibt es zunehmend Anbieter, die das Thema für ihre Produkte wirklich von A bis Z im Griff haben. Die Auswahl an entsprechenden Artikeln wächst also.

**Welche Trends werden im kommenden Jahr bedeutsam sein?**

Trotz zahlreicher sich überlagernder Krisen sind Kundinnen und Kunden weiter neugierig auf Foodtrend-Produkte. Diese sind darum ein wichtiger Baustein, um Konsumentinnen und Konsumenten zu binden. Nachhaltigkeit ist unverändert wichtig, ebenso wie das Thema Gesundheit, bedingt durch die weiter anhaltende Pandemie. So werden pflanzliche Zutaten und Snacks nicht nur ausgetestet, sondern in den täglichen Speiseplan integriert. Besonders junge



**STEFANIE PANALICKAL**  
verantwortet als Head of Category Management Buying & Category Management Food das Newcomer-Programm bei Lekkerland.

Menschen aus der sogenannten Generation Z sind sehr aufgeklärt und achten genau auf Inhaltsstoffe oder Zusätze. Sie wünschen sich etwa zuckerfreie Produkte oder solche ohne Palmöl. Interessant ist, dass diese Menschen in den kommenden Jahren in höhere Einkommensklassen aufrücken werden. Das bedeutet für Shopbetreiber:innen, dass sie sich auf ein weiter wachsendes Geschäft mit solchen Produkten einrichten können.

**Welche Produkte sollten also jetzt ins Sortiment aufrücken?**

Neben nachhaltigen Produkten sollten Shops auch funktionale Produkte anbieten, die etwa mit Mineralstoffen angereichert sind oder einen hohen Eiweißgehalt haben. Damit decken Konsumentinnen und Konsumenten gern ihren zusätzlichen Nährstoffbedarf ab. Und: Nüchtern ist bei vielen Verbraucherinnen und Verbrauchern das neue Cool. Auch alkoholfreie und alkoholreduzierte Spirituosen werden darum weiter zulegen in der Beliebtheit. Für das Newcomer-Programm von Lekkerland sind wir permanent auf der Suche nach solchen und anderen innovativen Produktneuheiten.



# GROSSE RIEGEL - GROSSER GENUSS!

21 Riegel à 85 g  
LL Art.-Nr. 064206



24 Riegel à 70 g  
LL Art.-Nr. 581324



30 Riegel à 75 g  
LL Art.-Nr. 641787



24 Riegel à 80 g  
LL Art.-Nr. 581622





BUCH-SCHWABACH

**INDUSTRIE-CHIC**

Offen liegende Leitungen, viel stylisches Grau: Der brandneue Shop in Buchschwabach wartet mit einer besonders modernen Inneneinrichtung auf.

# ALLES IN FAMILIENHAND

Mit ihren Tankstellen sind Svenja Mete, ihr Mann und ihre Schwester **AUF WACHSTUMSKURS**: Erst wurde das Stammhaus der Familie modernisiert, nun zieht ein Neubau weitere Kundinnen und Kunden an. Immer dabei: das ansprechende Sortiment von Lekkerland.

**W**enn es tags wird, dann freuen sich viele Menschen im Industriegebiet von Buchschwabach auf eine leckere Pizza. Und die – das wissen die Mitarbeitenden eines Logistikunternehmens, eines Autohauses und mehrerer Handwerksbetriebe ringsum – bekommen sie seit Kurzem frisch gebacken aus dem Pizzaofen in der ENI-Tankstelle in ihrer unmittelbaren Nachbarschaft.

Im Mai 2022 haben Svenja Mete, ihre ältere Schwester Lena Leszinski sowie ihr Mann Andi Mete die neue Tankstelle in Buchschwabach nahe Nürnberg eröffnet, die sie gemeinsam als Geschäftsführende betreiben. Die Station liegt fast direkt an der viel befah-



„Unsere Brötchen und Mittagssnacks begeistern unsere Kund:innen!“

**SVENJA METE**  
Geschäftsführerin, Mete-Tankstellen

renen B14 und lockt darum auch viele Pendler:innen an. Zum Angebot der drei Betreiber:innen gehört ein großer Shop mit umfangreichem Bistroangebot wie Kaffeespezialitäten, frischen Backwaren und neben Pizza auch warmen Snacks wie knackigen Bockwürsten oder Leberkäse-Semmeln.

Das Shopgebäude sowie die zugehörige Waschanlage haben die drei Shopbetreiber:innen in modernem Anthrazit gehalten, im Inneren des Shops überzeugt die Einrichtung mit einem stylischen Industrie-Chic mitsamt offen liegenden Leitungen und rohem Beton. „Es war uns sehr wichtig, dass unser Neubau ansprechend und zeitgemäß aussieht“, betont Svenja Mete.



### FRISCH GEBACKEN

Andi Mete am Pizaofen, der zur Mittagspause Beschäftigte aus der gesamten Nachbarschaft zum Essen in den Shop lockt.

Außendienstmitarbeiter Jürgen Kraus zusammengearbeitet. Und auch heute noch kümmert er sich bei beiden Tankstellen um fast das gesamte Angebot – von Süß- und Tabakwaren über das umfangreiche Eis-Sortiment bis zu Backwaren und Getränken. Dazu kommen Autozubehör und die beliebten e-va-Warengutscheine.

„Wir sind der Rundumversorger – und wir reden dabei immer offen und direkt miteinander, das ist sehr produktiv“, sagt Lekkerland Ansprechpartner Jürgen Kraus. Er unterstützt auf Wunsch auch bei der Beschaffung von Gerätschaften, Inventar oder Verkaufshilfen und berät bei der Umsetzung von Planogrammen und Produktplatzierungen.

„Jürgen macht alles möglich, was irgendwie geht“, lobt Svenja Mete, „er ist für uns viel mehr als ein Außendienstler.“ Die engagierte Shopbetreiberin ist immer auf der Suche nach neuen innovativen Produkten – und freut sich schon auf die nächsten Vorschläge von ihrem Lekkerland Ansprechpartner.

## Stammhaus der Familie

Eine weitere Tankstelle samt Shop betreibt die Familie im gerade mal acht Autominuten entfernten Roßtal: Die OMV-Tankstelle im Ortskern ist quasi das Stammhaus der Familie. Bis 2018 waren hier die Eltern der beiden Schwestern in Verantwortung, bevor sie an den Nachwuchs übergaben.

Nach einer umfassenden Modernisierung gibt es in Roßtal nun auch einen Backshop mit kleiner Sitzecke. Über die frischen Brötchen freut sich die umfangreiche Stammkundschaft aus dem Ort. Weil der Platz im Inneren begrenzt ist, wird jeder Zentimeter genutzt, um die Ware ansprechend zu präsentieren.

Der Neubau im Nachbarort Buchschwabach dagegen war von Anfang an auf das Geschäft mit Shop und Bistro ausgelegt. „Nach der Eröffnung haben die Kund:innen erst mal skeptisch getestet, wie frisch und lecker das alles wohl ist“, erinnert sich Svenja Mete. „Und inzwischen kommen viele vor allem für unsere Brötchen oder Mittagssnacks,

das begeistert unsere Kund:innen!“ Gegenseitige Konkurrenz machen sich beide Standorte dabei kaum, jeder hat seine eigene Kundschaft.

## Produktive, offene Gespräche

Schon die Eltern der beiden Schwestern haben bei ihrer Tankstelle mit dem Lekkerland



### OFFEN UND DIREKT

Die Betreiber:innen Andi und Svenja Mete (l.) sowie Lena Leszinski (r.) tauschen sich bei einem Kaffee mit Lekkerland Ansprechpartner Jürgen Kraus aus.





# DIE TOP 10: SPIRITUOSEN

Ob vielseitig zum Mixen, als Aperitif zum festlichen Abendessen oder einfach pur genossen: STARKE MARKEN-SPIRITUOSEN sind immer beliebt.



									
<b>JÄGERMEISTER</b> 35 % vol.	<b>ZAREWITSCH VODKA</b> 37,5 % vol.	<b>WODKA GORBATSCHOW</b> 37,5 % vol.	<b>CHANTRÉ</b> 36 % vol.	<b>JACK DANIEL'S TENNESSEE WHISKEY</b> 40 % vol.	<b>JIM BEAM WHITE BOURBON WHISKEY</b> 40 % vol.	<b>ROYAL WEINBRAND</b> 36 % vol.	<b>BÜCHTER WODKA STEPANOFF</b> 37,5 % vol.	<b>APEROL BITTER</b> 11 % vol.	<b>BURGHOF KORN</b> 32 % vol.
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
12 x 0,11 Fl.	12 x 0,2 l Fl.	6 x 0,7 l Fl.	24 x 0,1 l Fl.	6 x 0,7 l Fl.	6 x 0,7 l Fl.	12 x 0,2 l Fl.	12 x 0,2 l Fl.	6 x 0,7 l Fl.	12 x 0,2 l Fl.
Art.-Nr. 307908	Art.-Nr. 883501	Art.-Nr. 639283	Art.-Nr. 536898	Art.-Nr. 359484	Art.-Nr. 650560	Art.-Nr. 602375	Art.-Nr. 525820	Art.-Nr. 601224	Art.-Nr. 493609

**SIMONE MARASCIA**  
ist als Einkäufer bei Lekkerland  
für das Angebot an Spirituosen, Sekt  
und Champagner verantwortlich.



#### INTERVIEW

## „Gefragt sind starke Marken, Evergreens und Qualität“

Etabliert und verlässlich: Der Lekkerland  
Experte Simone Marascia berichtet, welche  
SPIRITUOSEN aktuell besonders gefragt sind.



**SPANNENDE MARKE**  
Der Berliner  
Pfefferminzlikör hat  
es geschafft, sich  
bundesweit zu etablieren.

Berliner Luft Klarer  
Pfefferminzlikör, 18 % vol.,  
6 x 0,7 l Fl.  
(Art.-Nr. 385284)

Herr Marascia, welche Trends  
sehen Sie als Experte zurzeit  
bei Spirituosen?

SIMONE MARASCIA: Vor allem  
drei Aspekte sind den Konsumentinnen  
und Konsumenten zurzeit wichtig:  
starke Marken, Evergreens und  
verlässliche Qualität. Wegen der  
aktuellen wirtschaftlichen Lage  
wünschen sie sich Produkte, die sie  
kennen. Mit solchen Spirituosen im  
Regal sind Shopbetreiber:innen  
gut gewappnet.

Welche Spirituosen empfehlen  
Sie dafür?

Jägermeister, der nicht nur sehr bekannt ist,  
sondern dank seiner 56 natürlichen  
Zutaten und der einjährigen Lagerung  
in mächtigen Eichenfässern auch für  
Qualität steht. Jack Daniel's als starke  
Marke. Wodka, der einfach eine  
vielseitige Spirituose ist, etwa zum  
Mischen. Und Aperol, der jetzt zur  
Festzeit besonders als Aperitif  
angesagt ist, um einen festlichen  
Abend einzuläuten. Das sind alles  
krisensichere Produkte, die in den  
vergangenen Jahren immer zu den  
bestverkauften Spirituosen gehörten.

Was sollten Shopbetreiber:innen  
beim Thema Spirituosen noch  
beachten?

Wichtig ist die richtige Sichtbarkeit  
der starken Marken und Evergreens!  
Rücken Sie die Flaschen im  
Spirituosenregal zentral in den  
Fokus – und stellen Sie dabei auch  
eine größere Anzahl nebeneinander.  
Das schafft den richtigen Raum  
für die Produkte und sorgt für  
stabilen Absatz.



Einen Ratgeber mit vielen Tipps  
zum Thema „Spirituosen erfolgreich  
verkaufen“, den Sie mit dem  
nebenstehenden QR-Code aufrufen  
können, finden Sie in unserem  
Online-Magazin unter  
[Lekkerland.de/magazin](https://Lekkerland.de/magazin).

# Chocingly good.

Bio

Vegan

Fair



## Bestellen und Veganuary-Umsatz sichern!

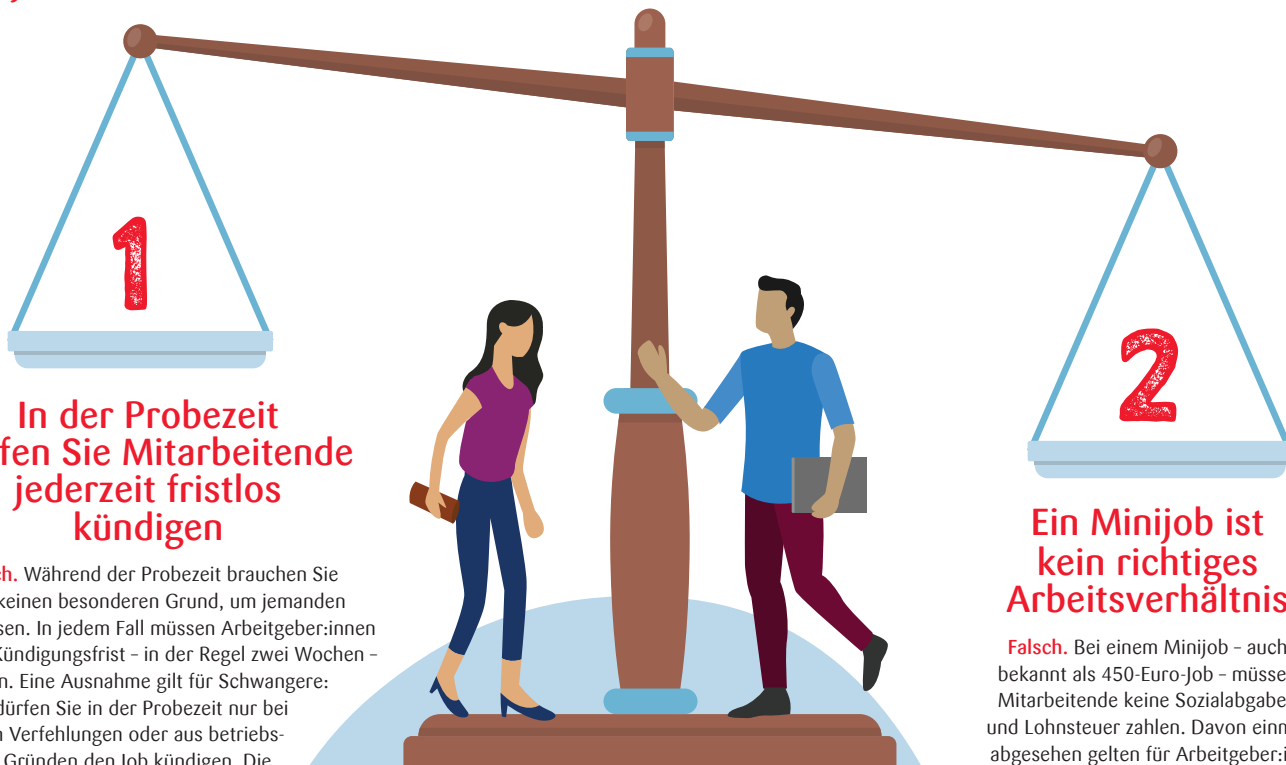
nucao Riegel Salted Caramel Bio  
→ Art.Nr 621602 | 12 × 33g

nucao Riegel Crisp&Crunch Bio  
→ Art.Nr 621603 | 12 × 31g

nucao Riegel Creamy Hazelnut Bio  
→ Art.Nr 621604 | 12 × 33g

nucao Riegel Almond Sea Salt Bio  
→ Art.Nr 621605 | 12 × 33g

# nucao



### In der Probezeit dürfen Sie Mitarbeitende jederzeit fristlos kündigen

**Falsch.** Während der Probezeit brauchen Sie zwar keinen besonderen Grund, um jemanden zu entlassen. In jedem Fall müssen Arbeitgeber:innen aber die Kündigungsfrist – in der Regel zwei Wochen – einhalten. Eine Ausnahme gilt für Schwangere: Ihnen dürfen Sie in der Probezeit nur bei schweren Verfehlungen oder aus betriebsbedingten Gründen den Job kündigen. Die Probezeit selbst darf übrigens höchstens sechs Monate betragen.

### Ein Minijob ist kein richtiges Arbeitsverhältnis

**Falsch.** Bei einem Minijob – auch bekannt als 450-Euro-Job – müssen Mitarbeitende keine Sozialabgaben und Lohnsteuer zahlen. Davon einmal abgesehen gelten für Arbeitgeber:innen und Arbeitnehmer:innen dieselben Rechte und Pflichten wie bei anderen Arbeitsstellen. Ein Minijob ist damit ein vollwertiges Arbeitsverhältnis.

## ARBEITSRECHT-MYTHEN

# WAS SAGT DAS GESETZ?

Probezeit, Arbeitsvertrag, Kündigung: Das ARBEITSRECHT ist kompliziert. Kein Wunder, dass viele Mythen darüber kursieren. Wir klären die vier meistgehörten auf.\*

### 3

### Nur schriftliche Arbeitsverträge und Kündigungen sind wirksam

**Jein!** Sie können Mitarbeitende durchaus formlos mündlich anstellen. Befristete Arbeitsverträge sollten Sie allerdings immer schriftlich festhalten, sonst gilt die Stelle als unbefristet. Und: Kündigen dürfen Sie tatsächlich nur schriftlich unter Einhaltung der Kündigungsfrist. Mit rotem Kopf „Sie sind gefeuert!“ schreien oder eine Kündigung per WhatsApp-Nachricht zu schicken, reicht nicht.



### Nach drei Abmahnungen dürfen Sie kündigen

**Das ist nicht ganz richtig** – es kommt immer auf den Einzelfall an. Bei besonders schweren Pflichtverletzungen wie Diebstahl von Firmeneigentum dürfen Sie Mitarbeitende zwar ohne Abmahnung oder schon nach nur einer Warnung entlassen. Bei leichteren Vergehen wie Zuspätkommen sind allerdings selbst drei Abmahnungen nicht zwangsläufig ein Kündigungsgrund. Achten Sie in jedem Fall darauf, die gesetzlich vorgeschriebenen Fristen einzuhalten, die sich unter anderem danach richten, wie lange die oder der Mitarbeitende schon bei Ihnen arbeitet.



\* Klarstellend wird darauf hingewiesen, dass Lekkerland mit diesem Artikel zu den aufgeführten Punkten keine Rechtsberatung durchführt.


# WECKT DAS

# BÄÄÄM!

# IN DIR



ARTIKEL  
INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
204311		Take Off Classic Energy	24/0,33 L Ds. DPG

 **Lekkerland**  
the convenience company



NICHTS MEHR VERPASSEN:  
**Aktionsmagazine**

Verpassen Sie mit unseren Aktionsmagazinen kein spannendes Angebot für Ihren Shop. Unsere Aktionsmagazine finden Sie auf „Mein Lekkerland“ hier: [portal.lekkerland.de/dokumente](http://portal.lekkerland.de/dokumente)

## MEIN LEKKERLAND – IHR KUNDENPORTAL

# ALLES IM BLICK VON DER BESTELLUNG BIS ZUR LIEFERUNG

Einfach praktisch: Über das digitale Kundenportal MEIN LEKKERLAND können Sie jederzeit Kontakt mit uns aufnehmen – und haben Ihre Bestellungen oder Rechnungen stets im Blick.

**JETZT REGISTRIEREN AUF:**  
[portal.lekkerland.de/registrieren](http://portal.lekkerland.de/registrieren)



EINER FÜR ALLES

### Der Lekkerland Login

Ob vom Smartphone, Tablet oder Desktop-Rechner – greifen Sie einfach und bequem auf unsere digitalen Services zu. Über den Lekkerland Login können sich Lekkerland24-Nutzer mit ihren Login-Daten auch im Kundenportal anmelden. Geben Sie in der Anmeldemaske einfach dieselben Login-Daten ein, die Sie für Lekkerland24 verwenden. So können Sie bequem zwischen beiden Plattformen hin und her wechseln.



Ob Sie nun eine Frage bezüglich Ihrer letzten Bestellung haben oder Artikel reklamieren möchten – manchmal ist es einfach lästig, im Shopalltag in Hotlines warten zu müssen. Über Ihr Kundenportal „Mein Lekkerland“ können Sie jederzeit direkt mit uns Kontakt aufnehmen, unabhängig von den Lekkerland Servicezeiten. Zudem haben Sie Ihre Bestellungen und wichtigen Dokumente stets im Blick. Egal ob mit Smartphone, Tablet oder Laptop, loggen Sie sich ganz einfach unter [portal.lekkerland.de/anmelden](http://portal.lekkerland.de/anmelden) ein und nutzen Sie unsere digitalen Services.

Sie haben die Möglichkeit, Service-Anfragen oder Reklamationen direkt an uns zu richten – mit wenigen Klicks und ganz ohne Wartezeit. Außerdem behalten Sie ganz einfach die Übersicht über all Ihre wichtigen Dokumente wie etwa Rechnungen oder Lieferscheine.

### Registrierung per Kundennummer

Sie nutzen den Webshop nicht und haben daher keine Zugangsdaten? Dann registrieren Sie sich einfach für „Mein Lekkerland“ mit Ihrer Kundennummer. Nach einer kurzen Prüfung Ihrer Angaben werden Sie freigeschaltet.



Hilfe rund um das Kundenportal und Ihren Zugang gibt es beim Mein Lekkerland-Support, den Sie unter der E-Mail [portal@lekkerland.de](mailto:portal@lekkerland.de) oder telefonisch unter 02234/9314400 erreichen.



# ZEIT FÜR DEINE PAUSE!

LL-Art.-Nr. 621143

LL-Art.-Nr. 96688

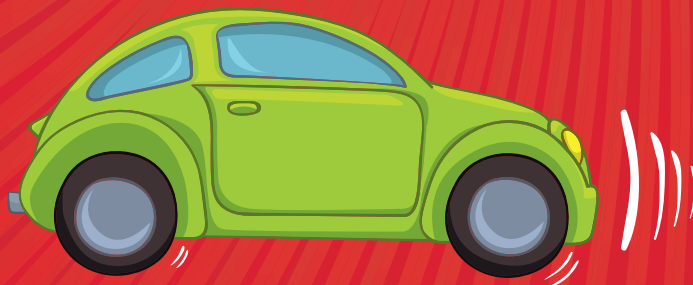
LL-Art.-Nr. 96695

LL-Art.-Nr. 629070

LL-Art.-Nr. 620228

LL-Art.-Nr. 629361

LL-Art.-Nr. 189024



Have a **break**, have a





# ECHT CLEVER: LEKKERLAND24

**UNSER  
ONLINESHOP  
LEKKERLAND24  
IST 24/7  
GEÖFFNET!**

Online ist einfach – das gilt auch in UNSEREM WEBSHOP!  
Sie nutzen Lekkerland24 noch nicht? Dann lassen Sie sich von den zahlreichen cleveren Funktionen überzeugen.


**O**nline zu bestellen macht Ihnen Ihr Leben als Shopbetreiber:in leichter. Denn egal wann und wo Sie sind, mit Lekkerland24 haben Sie jederzeit ganz bequem Zugriff auf unser topaktuelles, vielfältiges Sortiment. Erledigen Sie das Ordern neuer Produkte über Ihr Smartphone, Tablet oder am PC entspannt abends auf dem Sofa, in der Bahn oder zwischen zwei Terminen. Wenn Sie möchten, können Sie das Bestellen sogar delegieren: Mitarbeiterzugänge machen es möglich. Das Anlegen eines Mitarbeiterzugangs geht ganz einfach: Unter Mein Konto -> Mitarbeiter finden Sie die entsprechende Funktion. Sie möchten nicht, dass Mitarbeitende Ihre Einkaufskonditionen bei Lekkerland sehen? Dann machen Sie die Preise im Shop für Ihr Team unsichtbar: einfach den Haken im Feld „Preise sichtbar“ herausnehmen!

Unter dem Menüpunkt „Schnellerfassung“ geht die Bestellung übrigens besonders rasant! Sie finden dort ein Eingabefeld für Artikelnummern oder EAN-Codes, die Sie mit unserem praktischen Handscanner direkt von Produkten aus Ihrem Regal abschnappen können. Auch was Sie beim letzten Mal bestellt haben, weiß

Lekkerland24. Unter „Zuletzt bestellte Artikel“ finden Sie genau die Produkte, die Sie in Ihren letzten Bestellungen in den Warenkorb gelegt haben. Mit einem Klick landen Sie wieder dort. Oder Sie legen sich im Webshop eine Merkliste an: Die funktioniert wie ein digitaler Einkaufszettel, mit dem Sie Ihre Bestellungen perfekt organisieren können.

## Lekkerland24 „spricht“ auch Excel

Sie haben bisher über eine Excel-Liste bestellt und haben keine Lust und Zeit, das nun alles mühsam im Shop zusammenzutragen? Kein Problem – Lekkerland24 „spricht“ auch Excel! Sie finden im Shop eine Beispiel-Datei, in die Sie Ihre Daten einfach hineinkopieren können. Diese können Sie dann ganz bequem auf der Seite „Schnellerfassung“ hochladen – fertig! Das sind natürlich nicht die einzigen Funktionen von Lekkerland24, Sie können noch viel mehr tun – zum Beispiel Artikellisten mit Produktinformationen herunterladen.

 Sie haben Fragen zu Lekkerland24.de? Schreiben Sie uns eine E-Mail an: [hotline@lekkerland24.de](mailto:hotline@lekkerland24.de).

WEITERE INFOS ZU LEKKERLAND24 finden Sie im Artikel „Rund um die Uhr für Sie da: Lekkerland24“ in unserem Online-Magazin auf [Lekkerland.de/magazin](http://Lekkerland.de/magazin):



## JETZT REGISTRIEREN Noch nicht freigeschaltet?

Registrieren Sie sich auf [lekkerland24.de/jetzt/](http://lekkerland24.de/jetzt/) und lassen Sie dort ganz einfach Ihre Kundennummer für den Webshop freischalten

# Umsatz-Plus in der kalten Jahreszeit!



Ricola  
Original  
Kräuterzucker m.Z.  
75 g Beutel  
LL Art.-Nr. 89709

Ricola  
Original  
Kräuter o.Z.  
75 g Beutel  
LL Art.-Nr. 88937

Ricola  
Alpen  
Salbei o.Z.  
75 g Beutel  
LL Art.-Nr. 88893

Ricola  
Eukalyptus  
Kirsche  
75 g Beutel  
LL Art.-Nr. 618570

Ricola  
Zitronen-  
melisse o.Z.  
75 g Beutel  
LL Art.-Nr. 88862

Ricola  
Ingwer  
Orangenminze o.Z.  
75 g Beutel  
LL Art.-Nr. 613029



Ricola ist **Marktführer** im Bonbonmarkt und eine der **Top 3 Marken** im **Convenience-Kanal**<sup>1</sup>.

Ricola ist **Top-Spender** im TV!



> 1 Mrd. Kontakte in der kalten Jahreszeit<sup>2</sup>

Ideal für die kalte Jahreszeit:  
**Jetzt Ricola Beutel ordern** und **Umsatz ankurbeln!**



<sup>1</sup>IRI, Umsatz in €, Gesamtmarkt Bonbon, LEH > 200 qm +A/L/N +DM +APO + TS + Conv. Shops nach Konzernen, MAT KW34/2022

<sup>2</sup>The Nielsen Company, Brutto-Media-Aufwendungen 2019, Marktdefinition Ricola: Husten- und Kräuterbonbons exkl. Fisherman's Friend, Deutschland, 2019

# 1

## Auf der Straße

Der erste Eindruck zählt – und der entsteht schon auf der Straße. Fegen Sie darum den Bürgersteig vor Ihrem Shop, sammeln Sie Müll im Umfeld auf, stellen Sie Zubehör oder Fahrzeuge auf Ihrem Gelände ordentlich ab.

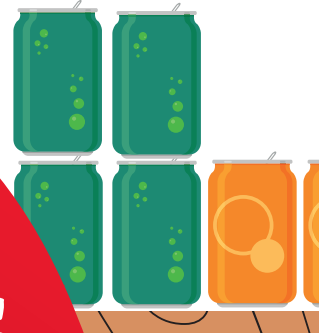
# 2

## Im Verkaufsraum

Ein freier Blick ins Innere, ein übersichtlicher Aufbau, ein aufgeräumtes Ambiente – so lockt Ihr Shop Kundinnen und Kunden nach drinnen. Blockieren Sie darum den Eingangsbereich nicht mit Aufstellern, ordnen Sie Regale so an, dass man sich schnell orientieren kann – und verzichten Sie auf zu viel Dekoration und Schnickschnack im Verkaufsraum.

# SHOPGESTALTUNG ORDNUNG MUSS SEIN

250 Millisekunden – so lange brauchen Menschen, um sich ein Bild von Ihrem Shop zu machen. Herrscht Unordnung, gehen viele rückwärts wieder raus. Doch wo es ordentlich ist, kaufen sie gern ein. **FÜNF TIPPS FÜR MEHR ORDNUNG** in Ihrem Shop.



Illustrationen: Shutterstock; Fotos: Lekerland



# DRINKS & SNACKS



Art.-Nr. 614569  
DPG Mr. Brown  
Vanilla  
Coffee Drink



Art.-Nr. 614569  
DPG Mr. Brown  
Cappuccino  
Coffee Drink



Art.-Nr. 614567  
DPG Mr. Brown  
Coffee Drink



Art.-Nr. 608398  
DPG Efes Pilsener



Art.-Nr. 499130  
Elephant Pretzels mit  
Meersalz Geschmack



Art.-Nr. 659661  
Elephant Pretzels mit  
Tomate & Kräuter  
Geschmack



Art.-Nr. 499065  
Elephant Pretzels mit  
Honig-Senf-Zwiebel  
Geschmack



# 3 In den Regalen

Damit Ihre Kundschaft sofort findet, was sie sucht, müssen die Waren in Ihren Regalen und Tresen nachvollziehbar sortiert sein. Unterschiedliche Warengruppen sollten nicht gemischt werden. Zudem stärken Sie Ihren Umsatz, wenn Sie die beliebtesten Artikel auf Augenhöhe Ihrer Kundinnen und Kunden platzieren.

# 4

## In den Gängen

Zwischen den Regalen brauchen Kundinnen und Kunden freie Bahn zur gewünschten Ware. In den Gängen dürfen darum keine leeren Kartons oder Verpackungsfolien herumliegen – und natürlich auch sonst kein Müll. Besen, Eimer und Co. gehören in den Abstellraum.

# 5 Die Ware

Halbleere Umverpackungen oder kreuz und quer liegende Artikel wirken ramschig und schrecken Konsument:innen ab. Räumen Sie leere Kartons direkt weg, holen Sie neue Gebinde nach vorn, füllen Sie leere Fächer auf. Es gilt: Ware verkauft Ware. Leere Regale machen hingegen keinen guten Eindruck.

## SHOP-KNOW-HOW

In unserem Online-Magazin auf [Lekkerland.de/magazin](http://Lekkerland.de/magazin) finden Sie zahlreiche weitere Tipps zur optimalen Platzierung von Waren und Regalen in Ihrem Shop. Beispielsweise im Artikel „Damit Ihre Kund:innen zugreifen: So optimieren Sie Ihren Shop!“, den Sie mit dem unten stehenden QR-Code erreichen können.



## PORTIONSPACKUNGEN HYGIENISCH & KALKULATIONSSICHER



- Weltweite Nr. 1 Mayonnaise-Marke<sup>1</sup>
- Schnell und einfach zu öffnen
- Im praktischen Kartonspender



THE  
VEGETARIAN  
BUTCHER™

THE VEGETARIAN BUTCHER SAGT

## JETZT FLEXITARISCHE ZUSATZUMSÄTZE SICHERN

Flexitarier sind Fleischliebhaber mit Gewissensbissen, aber sie lieben den Geschmack von Fleisch. 89% aller pflanzenbasierten Mahlzeiten werden von Fleischliebhabern gegessen.<sup>2</sup>



JETZT PROBIEREN!

# AUS UNSEREM SORTIMENT

Über diese **PRODUKTNEUHEITEN** UND **BESTSELLER** freuen sich Ihre Kundinnen und Kunden.



## Knusprige Waffel, zarter Karamellkern. Unsere Sorte des Jahres mit leckerem Karamell

Bieten Sie Ihren Shopperrn die neue Sorte KitKat Chunky Caramel an, eine leckere Kombination aus zartschmelzender Milkschokolade, knackiger Waffel und zartem Karamellkern.

**Diese perfekte Balance aus knusprig und zart schmeckt großartig und ist bestens geeignet für den Hunger zwischendurch.**

**Für unsere Schokolade verwenden wir 100 Prozent nachhaltig erzeugten Kakao von Rainforest-Alliance-zertifizierten Farmen.**

KitKat Chunky Caramel, 24 x 44 g Rg. (Art.-Nr. 620228)



## Snack-Liebling

Den erfolgreichen Chik'n Finger von Salomon Foodworld gibt es jetzt mit trendigem Buttermilk-Taste in knuspriger, besonders grober Homestyle-Panade - wie selbst gemacht.

**Sowohl als Snack als auch auf dem Brötchen oder als Beilage lockt er neue Kundinnen und Kunden an!**

Salomon Homestyle Chik'n Fingers Buttermilk, 1 x 1 kg Bt. (Art.-Nr. 857465)



## SUGAR MAMI: der Softdrink auf Erfolgskurs!

Abgeliefert: abverkaufstarker Launch mit Marketingmaschine Katja Krasavice! Nachgelegt: die Künstlerin im Dezember im ZDF bei „Ein Herz für Kinder“ inkl. Social Media Promo und Mega-Abverkaufsboost ab Januar wöchentlich auf RTL! Als Jurymitglied der Finalstaffel von „Deutschland sucht den Superstar“ gibt es für Katja und ihren Erfolgsdrink SUGAR MAMI kein Halten mehr!

**Bereitmachen: Der Fan-Ansturm wird auch Sie erfassen! Jetzt alle vier Sorten SUGAR MAMI ordern!**

1 DPG Sugar Mami Pfirsich, 12 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 618435) • 2 DPG Sugar Mami Cherry Lollipop, 12 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 618433) • 3 DPG Sugar Mami Granatapfel Erdbeere, 12 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 618432) • 4 DPG Sugar Mami Cactus Fruit, 12 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 618434)



## Nucao: vegan, bio, fair - und nachhaltig verpackt

Mit einem großen Rezeptur-Upgrade krempelt nucao, der Vorreiter für nachhaltige, vegane Bio-Schokolade, den Schokoladenmarkt um und zeigt zugleich, dass positives Wirtschaften keine Utopie mehr ist. Die Riegel, hergestellt aus fairem Kakao aus ökologischem Anbau, sind nachhaltig verpackt in heimkompostierbarer Zellulosefolie - hergestellt in Deutschland und der Schweiz.

**Für Ihre Kundinnen und Kunden wichtig zu wissen: Mit dem Kauf jedes Riegels werden Aufforstungsprojekte in Madagaskar und Nepal unterstützt. Ziel ist es, eine Milliarde Bäume zu pflanzen.**

1 Nucao Creamy Hazelnut Bio, 12 x 33 g Rg. (Art.-Nr. 621604) • 2 Nucao Crisp & Crunch Bio, 12 x 31 g Rg. (Art.-Nr. 621603) • 3 Nucao Salted Caramel Bio, 12 x 33 g Rg. (Art.-Nr. 621602) • 4 Nucao Almond Sea Salt Bio, 12 x 33 g Rg. (Art.-Nr. 621605)



## Have a break, have a muffin

Als Snack gegen das Nachmittagstief, bei jedem Geburtstag, auf der Weihnachtsfeier in der Firma oder sonntags auf dem Brunch-Tisch, eines darf nicht fehlen: luftig-leichte Muffins.

Wir backen unsere Muffins mit den besten Zutaten und viel Handwerkskunst. Fluffig im Teig, feinste Füllungen, hübsche und ansprechende Toppings machen unsere Muffins zu etwas ganz Besonderem! Wir, das sind die leidenschaftlichen Bäcker und Konditoren der HACK AG. Seit mehr als 90 Jahren gehören unser Herz und unsere Begeisterung dem Backhandwerk und das schmeckt man auch!

Cherry-Cheese Muffin, 36 x 140 g St. (Art.-Nr. 608264)



# So trendig kann Umsatz schmecken



50/12er Packung  
LL Art.-Nr. 614294



10/30er Packung  
LL Art.-Nr. 614295

Granatapfel ist eines der Top 10 verkauften Superfoods in Deutschland<sup>(1)</sup> & die Fruchtkombination ist besonders beliebt bei der Generation Z.<sup>(2)</sup>




**TAKE  
OFF**



**WE'RE ALL  
CREATURES**

**ARTIKEL  
INFO** ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
606921		Take Off Alien Invasion	12/0,5 L Ds. DPG

 **Lekkerland**  
the convenience company



## SECHS TIPPS FÜR WENIGER STRESS VOR WEIHNACHTEN

Es ist alle Jahre wieder dasselbe: Kurz vor dem Fest wird es hektisch. Vor lauter Arbeit ist man nicht rechtzeitig zu den notwendigen Weihnachtsvorbereitungen gekommen, hat erst einen Bruchteil der Geschenke gekauft. Wie es besser klappen kann, lesen Sie ab Seite 36.



ADAC PANNENSTATISTIK 2022:

## Warum Autos liegen bleiben

Die Gelben Engel hatten auch im vergangenen Jahr alle Hände voll zu tun: Rund 9.600 havarierte Fahrzeuge retteten die ADAC-Pannenhelfer im Jahr 2021 – pro Tag! Hier lesen Sie, was die Hauptpannenursachen waren.

**15,5  
PROZENT**

aller Pannen beruhten auf Motorschäden oder durch das Motormanagement (Einspritzung, Zündung, Sensorik) verursachte Schäden.

**46,2  
PROZENT**

der Autos, deren Halterinnen und Halter den ADAC um Hilfe baten, waren aufgrund einer leeren oder kaputten Batterie liegen geblieben.

**14,8  
PROZENT**

der Pannen gingen auf das Konto „Sonstige Ursachen“ – betrafen also Schäden an der Karosserie, der Lenkung, der Bremsen, des Fahrwerks oder des Antriebs.

**10,3  
PROZENT**

der Pannen waren auf den Generator, den Anlasser, die Beleuchtung oder die Verkabelung zurückzuführen.

**6,2  
PROZENT**

aller Einsätze entfielen auf Mängel an der Kraftstoffanlage, der Klimaanlage, der Heizung, der Auspuffanlage oder dem Katalysator sowie auf eher ungewöhnliche Ursachen wie etwa Schäden durch Marder, fehlenden Kraftstoff oder Fahrzeugöffnungen.

**STARTKLAR**  
Im Winter sind Starthilfekabel bei Shopkundinnen und -kunden vermehrt gefragt.

Starthilfekabel für  
Ottomotoren bis 2500 cm<sup>3</sup>,  
1 x St. (Art.-Nr. 620737)

## NEUE SHOP-CREW GESUCHT?

# SO FINDEN SIE DIE BESTEN FÜR IHR TEAM

Sie suchen eine neue Kraft für Ihr Shop-Team?

Axel Weber ist Coach und Ausbildungs Koordinator bei Lekkerland. Mit seinen Tipps sind Sie für KANDIDATENGESPRÄCHE gut gerüstet.

**B**ei der erfolgreichen Suche nach neuen Mitarbeitenden gibt es viel zu bedenken: 1. Wo ist die Stellenanzeige wirksam positioniert? 2. Wie ist sie am besten formuliert? 3. Wie findet man die Besten im Gespräch?

Antworten auf Frage eins liefert ein Meer von Online-Stellenportalen. Doch die Branchenriesen erreichen nicht immer die richtige Zielgruppe. Axel Webers Tipp: „Stellenanzeigen von Lokalisten wirken am besten in der Umgebung, beispielsweise bei der Lokalzeitung.“ Zu Frage zwei rät der Experte: „Wer Zeit und Mühe in eine aussagekräftige Stellenanzeige steckt, spart sie später bei der Sichtung von zu vielen nicht passenden Bewerberinnen und Bewerbern.“ Die Königsdisziplin des Mitarbeiter-Recruitments aber ist das Bewerbungsgespräch. Axel Webers wichtigste Tipps zu Frage drei im Überblick:

### Der erste Eindruck zählt

Ein Kaffee zu Beginn des Bewerbungsgesprächs kann die Atmosphäre auflockern. Höflichkeit, Pünktlichkeit und ein angemessenes Umfeld sollten selbstverständlich sein. „Das gilt für Bewerber:innen ebenso wie für Einstellende. Dieses erste wichtige Gespräch sollte für beide Seiten positiv sein. Schließlich werben sowohl der Kandidat als auch der Anbieter umeinander“, sagt Axel Weber.

### Die Grenzen respektieren

In Bewerbungsgesprächen darf nicht jede Frage gestellt werden. „Es macht Sinn, als Arbeit-

geber:in vorab einmal den Gesetzestext zu bemühen“, empfiehlt Axel Weber. Erlaubt sind etwa Fragen nach dem Familienstand, der Schulbildung, den Qualifikationen oder besonderen Fähigkeiten wie IT-Kenntnissen oder Gabelstapler-Fahrfähigkeiten. Nicht erlaubt sind Fragen nach Schwangerschaft, Religion, privaten Vorlieben und mehr. Werden solche Fragen doch gestellt, dürfen Bewerber:innen lügen.

### Die richtige Methodik

Bewerbungsgespräche können strukturiert, teilstrukturiert oder strukturlos verlaufen. Axel Weber sagt: „Häufig macht das semistrukturierte Gespräch Sinn, weil es wichtige Themen mit System abklopft, beiden Seiten aber auch Raum für individuelle Vertiefung lässt.“ Dabei werden die wesentlichsten Fragen anhand einer Checkliste abgearbeitet, zwischendurch aber auch mal individuelle Fragen gestellt, die



Foto:Lekkerland; Illustration: Shutterstock

sich aus dem Gesprächsverlauf ergeben. So erhalten Sie einen guten Eindruck von dem Menschen, der Ihnen gegenüber sitzt, und können anschließend besser beurteilen, ob er zu Ihnen passt.

## Das Sechs-Augen-Prinzip

Je nach Shop- und Teamgröße macht es Sinn, das Gespräch zu zweit zu führen. „Zweigleisig“ lässt sich ein noch besseres Bild von der Bewerberin oder dem Bewerber ermitteln. Webers Tipp: „Vorher teamintern die Rollen für das Gespräch, etwa eine Dirigentin oder einen Dirigenten und eine Beobachterin oder einen Beobachter, festlegen, die oder der auch nachhaken kann.“

## Aus der Vergangenheit lernen

Ein Teil des Bewerbungsgesprächs kreist in der Regel um frühere Arbeitserfahrungen. Wie war der vorherige Job, was hat dort gefallen,



„Verlassen Sie sich auf Ihr Bauchgefühl.“

**AXEL WEBER**

ist Trainer und Coach im Personalbereich von Lekkerland und arbeitet mit Mitarbeitenden sowie Kundinnen und Kunden.

was weniger? Die Antworten geben nicht nur Aufschlüsse über das zu erwartende Handeln in der Zukunft, sondern auch über ernst zu nehmende Wünsche der Bewerbenden. Ein Beispiel: „In meinem letzten Job waren die Arbeitszeiten für mich nicht passend.“ Den Faden kann man aufnehmen und mit realen Möglichkeiten abgleichen.

## Fragen mit Mehrwert

Cleverere Fragen ergeben aussagekräftigere Antworten. Zu Axel Webers Lieblingsfragen zählt diese: „Wie gehen Sie mit Veränderungen um?“ Die Antwort kann zeigen, ob Kandidatinnen oder Kandidaten in der sich schnell wandelnden Zeit anpassungsfähig sind. Um den Umgang mit Fehlern abzuklopfen, empfiehlt Weber eine indirekte Frage: „Wann haben Sie sich das letzte Mal für etwas entschuldigt?“ Kandidatenwünsche wiederum beleuchtet diese Frage: „Was muss ich tun, damit Sie hier gerne arbeiten?“

## Bauchgefühl einbeziehen

Wer nach dem Gespräch faktische Zweifel an der Kandidatin oder dem Kandidaten hat, der sollte laut Axel Weber trotz Möglichkeit einer Probezeit auch das Bauchgefühl in die Entscheidung einfließen lassen: „Und da gilt dann die alte Personalweisheit: im Zweifel eher nein.“ Andersherum ist schnelles Handeln gefordert: Überzeugende Bewerber:innen sollten zügig positives Feedback und ein Angebot erhalten, denn sie werden vielleicht auch von der Konkurrenz umworben.

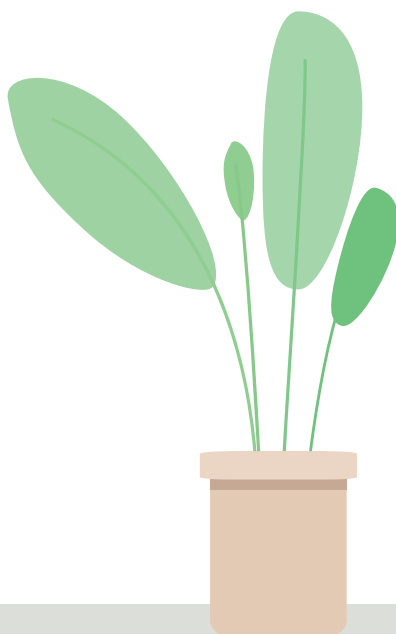


Weitere Artikel mit Tipps zum richtigen Umgang mit Mitarbeitenden sowie Kundinnen und Kunden finden Sie in unserem Online-Magazin auf [lekkerland.de/magazin](https://lekkerland.de/magazin).



Wie es Ihnen gelingt, ein guter Chef zu sein und neue Mitarbeitende lange zu halten, erfahren Sie im Artikel „Vier Tipps für eine gute Mitarbeiterführung an Tankstellen“ in unserem Online-Magazin auf [lekkerland.de/magazin](https://lekkerland.de/magazin). Der nebenstehende QR-Code führt Sie direkt dorthin.

**Das Thema der nächsten Ausgabe:**  
**KÖNIG KUNDE: OHNE FLEISS KEIN PREIS**  
- wieso es so wichtig ist, die Vorlieben und Wünsche seiner Kundinnen und Kunden möglichst gut zu kennen.



1

### Der frühe Vogel ...

Alle Jahre wieder: Kurz vor dem Fest wird es hektisch, weil noch Geschenke gekauft werden wollen, aber die Zeit im Berufsalltag oft nicht reicht. Unser Tipp: Werden Sie früher aktiv! Es ist ein gutes Gefühl, alle Präsente schon zu Beginn der Adventszeit beisammenzuhaben. So bleibt auch mehr Zeit für andere Aktivitäten.

2

### Vorweihnachtsfreude teilen

Die Weihnachtszeit ist eine klassisch intensive Verkaufszeit. Da geht es in Shops oft hektisch zu. Vereinbaren Sie mit Ihrem Team eine besonders herzliche Kundenansprache. In den Wochen vor dem Fest reagieren Kundinnen und Kunden besonders positiv auf gute Wünsche und persönliche Worte.

# 6 TIPPS FÜR STRESSFREIE WEIHNACHTEN

Oh, du fröhliche, oh, du stressige Vor-/Weihnachtszeit? Das muss nicht sein. Hier kommen alltagstaugliche Ideen für MEHR FREUDE und WENIGER HEKTIK vor dem Fest.

3

### Ein Herz für Kund:innen

Mit kleinen Aufmerksamkeiten lassen sich gerade im Advent Kundenherzen erobern. Warum nicht an der Kasse einen Teller mit verpackten Kleinigkeiten wie Gummibärchentütchen oder Bonbons für Kundinnen und Kunden arrangieren? Merke: Kleine Freuden erhalten die Freundschaft.

Foto: iStock/Getty Images



LL-Art. 614114



LL-Art. 594638

Prinzen Rolle. Die Rolle deines Lebens.



5

### Wichtel-Spaß fürs Team

Wichteln ist eine alte Weihnachtstradition und sorgt für Spaß im Team. Und so funktioniert's: Die Namen aller Teammitglieder auf Zettel schreiben und gefaltet in eine Tüte werfen, dann zieht jeder einen Namen. Für diejenige oder denjenigen ist ein kleines Geschenk (am besten Maximalpreis festlegen!) zu besorgen. Die Bescherung findet im Teamkreis statt und sorgt für heitere Stimmung.

4

### After-Work-Punsch

Die Adventszeit ist traditionell die Zeit der Weihnachtsmärkte. Nicht immer aber vertragen sich die eigenen Arbeitszeiten mit dem erträumten Bummelvergnügen. Tipp: rechtzeitig die Öffnungszeiten der Weihnachtsmärkte in der Umgebung erkunden. Dann klappt es auch mit dem spontanen After-Work-Punsch mit Freundinnen und Freunden oder Kolleginnen und Kollegen.

6

### Last-minute-Weihnachtsgruß

Für individuelle Weihnachtskarten fehlte im Trubel die Zeit? Kein Problem: einfach ein aktuelles Fest-Foto von sich und den Liebsten vor dem Weihnachtsbaum machen und mit X-mas-Grüßen via Handy verschicken. An solch persönlichen Botschaften haben alle Spaß – und manche schicken vielleicht sogar ein Bild zurück.

# Süße Winterzeit



**CANDY LIPSTICKS SPENDERBOX**  
Komprimatlolly als Lippenstift  
Inhalt: 100 Stück  
LL. Art. Nr.: 610085



**DOUBLE DIP SCHLECKPULVER**  
Kultiger Schleckstick mit 2 Sorten Schleckpulver zum Dippen  
Inhalt: 24 Stück  
LL. Art. Nr.: 724054



**SPIN ICE LOLLY**  
Per Knopfdruck drehbarer Lolly mit Deckel und bunten Perlen im Handgriff.  
Inhalt: 12 Stück  
LL. Art. Nr.: 489338



NEU

KATJA KRASAVICE

# SUGAR MAMI

SPARKLING SOFTDRINK



Art.-Nr. 618432

Art.-Nr. 638435

Art.-Nr. 618433

Art.-Nr. 618434

Art.-Nr. 618534

## NR.1: KATJA KRASAVICE

Top Künstlerin mit  
**> 5 Mio. Followern**  
auf Instagram & Tik Tok

## INNOVATIVES NEUPRODUKT

sorgt mit 4 noch nie dagewesenen Geschmäckern für Abwechslung in der Kategorie

## ABSOLUTER TOPSELLER

bei alkoholfreien Getränken in Q3\*

\*Quelle: iRI LEH>=200 am (inkl.HD)  
+ DM + C&C + GAM Sep 22

## MAXIMALE AUFMERKSAMKEIT

Katja als DSDS Jurorin bei RTL ab Januar + Teilnahme bei "Ein Herz für Kinder"\* im Dezember

\*Deutschlands größte TV-Spendenshow

**JETZT ORDERN!**



## DIE LEKKERLAND EIGENMARKEN: TOLLE PRODUKTE, TOLLE PREISE!

Vom Energydrink über TAKE OFF bis hin zu den Knabberartikeln von Mr. Knabbits: Unsere Eigenmarken ergänzen Ihr Sortiment perfekt um Produkte für besonders preissensible Konsumierende. Warum das so ist, lesen Sie auf Seite 48.

NATÜRLICH & FRISCH

## Wie viel und welches Mineralwasser den Menschen hierzulande schmeckt

Rund 150 natürliche Mineralbrunnen gibt es in Deutschland. Aus ihnen füllen die aktuell 189 Betriebe der Mineralbrunnenindustrie über 500 verschiedene Mineralwässer und 27 Heilwässer ab.\* Jedes davon mit einem unverwechselbaren Gehalt an Mineralstoffen und Spurenelementen – und mit mal mehr, mal weniger Kohlensäure. Da ist für jeden Geschmack was dabei. Kein Wunder also, dass Mineralwasser zu den beliebtesten alkoholfreien Getränken der Menschen in Deutschland zählt.\*\*

**1,5**  
LITER

sollen Erwachsene täglich trinken – so lautet die Empfehlung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE).\*

**53**  
PROZENT

trinken am liebsten Mineralwasser mit Kohlensäure.\*\*

**12,3**

MILLIARDEN  
Liter Mineralwasser wurden 2021 deutschlandweit abgefüllt.\*\*

**26,8**  
PROZENT

lieben ihr Mineralwasser „medium“ – also mit nur wenig Kohlensäure.\*\*

**8,5**  
PROZENT

mögen es fruchtig: Sie trinken am liebsten Mineralwasser mit Geschmackszusatz – zum Beispiel mit Zitrone oder Apfel.\*\*

Nur  
**5,9** PROZENT  
der Befragten gaben an, kein Mineralwasser zu konsumieren.\*\*

**123**  
LITER

betrug der Pro-Kopf-Verbrauch von Mineralwasser im Jahr 2021 in Deutschland. Dazu kamen mehr als 38 Liter Mineralbrunnen-Erfrischungsgetränke mit einem hohen Mineralwasseranteil.\*\*

**13,2**  
PROZENT

stillen ihren Durst mit Mineralwasser ohne Kohlensäure.\*\*

## DIE KÖNIGSDISZIPLIN

# HOT MEALS FÜR IHR BISTRO-GESCHÄFT

Das Finale auf der Foodservice-Treppe von Lekkerland ist da: Mit HOT MEALS erreichen Shopbetreiber:innen die höchste Stufe des aufeinander abgestimmten Bistro-Programms.

**D**er Hot-Meal-Einstieg wird nicht ohne Grund als Königsdisziplin auf der Foodservice-Treppe von Lekkerland bezeichnet. „Viele wollen es, nicht alle können es“, sagt Sebastian Friedrich. Der erfahrene Manager im Foodservice Culinary Team national von Lekkerland weiß um die Herausforderungen im Geschäft mit den warmen Mahlzeiten. Er kennt aber auch die Erfolge, die es mit sich bringen kann. Zum einen wird das Shopangebot mit den Hot Meals vielfältiger und spricht neue Kundenkreise an. Zum anderen erhöhen warmes Essen und größere Portionen die Verweildauer im Shop und damit die Chance für zusätzliche Umsätze. Und nicht zuletzt wachsen die Margen mit Quantität und Qualität des Speiseangebots.

Die wichtigste Grundlage für den letzten Schritt auf der Foodservice-Treppe sei, so der Experte, ein bereits gut etabliertes Geschäft im Kaffee- und Snackbereich. Denn von null auf hundert lasse sich kein Hot-Meal-Geschäft aus dem Boden stampfen.

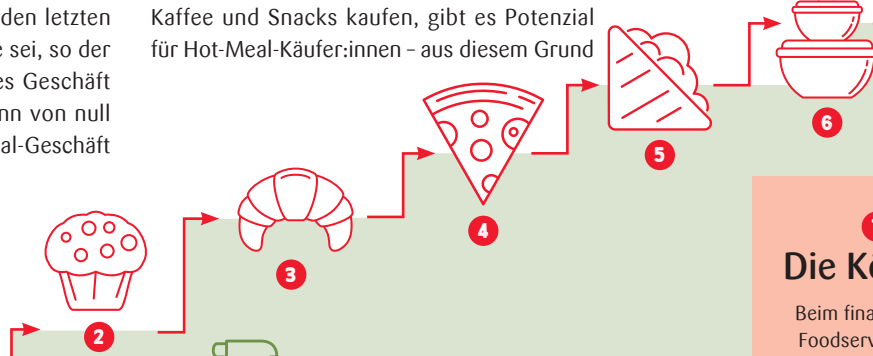
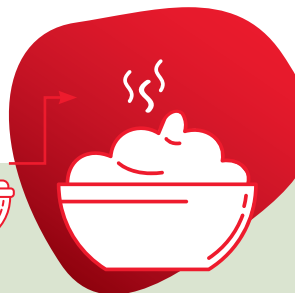
Sebastian Friedrich nennt die vier wichtigsten Voraussetzungen für Neueinsteiger, die vor dem Einstieg ins Hot-Meal-Business gegeben sein sollten. Wer die folgenden vier Fragen bejahen kann, liegt gut im Rennen:

### Stimmt das Umfeld?

Nur ein gepflegtes, sauberes und einladendes Shopumfeld mit entsprechenden Verweilgelegenheiten kann potenziellen Hot-Meal-Kundinnen und -Kunden die für einen Gastrobetrieb unerlässliche Kompetenz signalisieren. Merke: Ungepflegte Toiletten oder leere Vitrinen sind für viele Konsument:innen No-Gos.

### Sind die Kund:innen bereit?

Nur dort, wo Kund:innen schon regelmäßig Kaffee und Snacks kaufen, gibt es Potenzial für Hot-Meal-Käufer:innen – aus diesem Grund



**1**  
KAFFEE  
**Heiße Liebe**  
Ein florierendes Kaffeeesgeschäft ist die Basis jedes Bistro-Erfolgs. Der heiße Darling des Alltags ist immer auch ein guter Grund für Zusatzkäufe.

**ÖKO CLEAN**  
HYGIENE  
**ÖKO CLEAN**  
Mit den Produkten unseres ökologischen Reinigungskonzeptes stellen Sie sicher, dass Ihr Tankstellen-Shop auf allen Treppenstufen höchsten Hygieneansprüchen genügt.

**7** HOT MEALS  
**Die Königsdisziplin**  
Beim finalen Gipfelsturm auf der Foodservice-Treppe machen Sie Ihre Kund:innen in Schritt sieben mit warmen Mahlzeiten glücklich – die Krönung Ihres Bistro-Erfolgs.





hat Lekkerland die Foodservice-Treppe entwickelt, auf der zum Finale das Hot-Meal-Geschäft kommen kann.

## Ist Ihr Team startklar?

Ein Hot-Meal-Angebot ist kein Hexenwerk. Lekkerlands Convenience-Produkte sind leicht zu handeln und kommen mit Anrichtevorschlägen und Grammaturen wie in einem Kochbuch ins Haus. Dennoch muss ein Shopteam einige Gastroqualitäten lernen und Service-Lust entwickeln.

## Haben Sie ein Einstiegskonzept?

Sinnvoll ist der Hot-Meal-Einstieg mit Konzept. Wichtig: Unbedingt parallel mit den Experten von Lekkerland und dem oft hinzugezogenen



**SEBASTIAN FRIEDRICH**  
Manager Foodservice  
Culineria Team,  
Lekkerland SE

Ladenbauer – hier vermittelt das Foodservice-Verbleibsteam auf Wunsch Kontakte – sprechen. Der Ladenbau sollte zum Sortiment passen.

## Was der Kaffeeverkauf mit Hot Meals zu tun hat

Sebastian Friedrich erklärt, warum der durchdachte Auf- und Ausbau für den Erfolg im Hot-Meal-Geschäft entscheidend ist: „Viele Shopbetreiber:innen wollen am liebsten morgen Pizza, trendige Bowls oder warme Klassiker anbieten. Eine unserer ersten Fragen lautet dann: „Wie viel Kaffee verkaufen Sie?“ Die Antwort auf diese Frage beinhaltet einen guten Überblick über das vorhandene Potenzial. Andere Faktoren wie die Konkurrenzsituation im Umfeld, die Shopgröße und eventuell notwendige Investitionen in die Shopgestaltung spielen ebenfalls eine Rolle für den geplanten Aufstieg. Eine Möglichkeit, den Kundenbedarf an warmen Mahlzeiten zu erforschen, haben Shopbetreiber:innen mit einem Trick: Wer schon Brötchen mit Frikadellen oder Schnitzel verkauft und Kartoffelsalat oder Salat einsetzt, kann daraus mit etwas Flexibilität auch ein erstes kleines Hot-Meal-Angebot zaubern.

## Mit Meal Deals zum Erfolg

Wichtig für das Hot-Meal-Angebot ist eine zielorientierte Bewerbung des Angebots. Das kann durch freundliche Hinweise des Shopteams im Kundengespräch, durch optische Werbung und mit den beliebten Meal Deals erfolgen. „Kunden lieben gute Angebote“, weiß Sebastian Friedrich. Gemeint sind attraktive Offerten wie beispielsweise ein leckerer Burger mit günstigem Softdrink dazu. Oder auch Kennenlernangebote mit zwei Frikadellen zum Preis von einer.

Darüber hinaus empfiehlt Friedrich ein 360-Grad-Denken, das heute schon künftige Entwicklungen im Auge hat. Ein Beispiel: Die Zahl von Elektroautos wird zunehmen. Und damit auch die Zahl von potenziellen Shopkundinnen und -kunden, die beim Laden an der Tankstelle länger verweilen. Warum nicht an der Ladestation für das Hot-Meal-Angebot im Shop werben?

Last, but not least sollten Hot-Meal-Einsteiger Beharrlichkeit mitbringen. Angebote im Restaurant-Stil – ob Klassiker wie Schnitzel mit Bratkartoffeln, Currywurst und Pommes oder moderne vegetarische und vegane Varianten – wollen mit Geduld etabliert werden. Gelingt das, birgt der Umsatz zur Belohnung höhere Margen.



Sie erwägen den Einstieg in die Hot-Meal-Meisterklasse? Dann sprechen Sie Ihre/-n gewohnte/-n Lekkerland Ansprechpartner:in gern dazu an.

### 2 BACKWAREN OHNE OFEN/ SB-BACKWAREN

#### Appetithappen

Wenn das Kaffeegeschäft gut läuft, ist die Zeit reif für Schritt zwei: Mit Auftau- und SB-Backwaren gelingt der Einstieg ins Bistro-Geschäft auch ohne Ofen spielend leicht und umsatzsteigernd.

### 3 BACK- UND BELEGWAREN

#### Brötchen-Paradies

Ran an den Ofen: Das Angebot veredelter und belegter Brötchen ist der ideale dritte Schritt beim Ausbau Ihres Food-Angebots.

### 4 SNACKS

#### Ready to go

Mit Schritt vier kommen „Mini-Mahlzeiten“ ins Spiel: Kundinnen und Kunden lieben die herzhaften To-go-Snacks wie Pizza oder Burger, die Ihren Umsatz ankurbeln.

### 5 BISTRO STARTER & MASTER

#### Auf Erfolgskurs

In Schritt fünf geht es auf Basis der ersten Erfolge im Bistrogeschäft darum, die Shopzukunft mit dem individuellen Konzept FRESH AND TASTY und zertifizierter Ausbildung optimal zu gestalten.

### 6 FRESH TO GO

#### Grüne Frische

To-go-Produkte von Go Fresh bieten in Schritt sechs von Sandwiches über Wraps bis zu Smoothies eine attraktive Möglichkeit, das Bistro-Geschäft im Trend der Zeit auszubauen.



In unserem Gastro-Ordersatz, den Sie unter dem oben stehenden QR-Code erreichen, können Sie sich einen Überblick über unser vielfältiges Angebot an warmen Produkten für Ihr Bistro verschaffen. Die fünf ersten Teile dieser Serie finden Sie in unserem Online-Magazin auf [Lekkerland.de/magazin](https://www.lekkerland.de/magazin).





# EIN PERFECT DURCHDACHTES KONZEPT

Rundum sorglos - mit dem 360-Grad-Bistrokonzept FRESH AND TASTY können Tankstellenbetreiber:innen vom WACHSENDEN GESCHÄFT MIT SNACKS ZUM MITNEHMEN profitieren. Damit das Angebot immer passgenau auf die Bedürfnisse des Markts zugeschnitten bleibt, entwickelt es ein Team bei Lekkerland permanent weiter.

**D**ie 43 Meter hohe Werbesäule in Eichenzell leuchtet nachts über die Autobahnen A7 und A66, die sich hier kreuzen. Auch tagsüber ist sie als höchstes Gebäude in der Umgebung gut zu sehen. Für Trucker:innen, Pendler:innen oder lokale Anwohner:innen aus der Kleinstadt bei Fulda signalisiert die hohe Säule auch: Hier gibt es immer frische belegte Backwaren, heiße Pizza oder saftige Burger. Denn der Euro

Rastpark Eichenzell, auf dessen Gelände die Werbesäule steht, bietet das Bistrokonzept FRESH AND TASTY von Lekkerland an.

„Das ist für mich ein perfekt durchdachtes Konzept“, sagt Thomas Göttler, der den Autohof Eichenzell betreibt. Obwohl dessen Hauptgebäude samt Inneneinrichtung gerade mal zehn Jahre alt ist, hat er es zur Jahresmitte 2022 komplett umgebaut und modernisiert.



„Die Leute wollen to go, to go, to go.“

**THOMAS GÖTTLER**  
Betreiber  
Euro Rastpark Eichenzell

ALL I NEED IS  
YOU



MY  
CHERRY CHEESE  
MUFFIN.  
SUPER FRUITY,  
SUPER JUICY,  
CRASSLY FILLED.

## Mein Partner

Der Grund: Thomas Göttler wollte sein Bistrogeschäft ausbauen – schließlich steigt die Nachfrage nach hochwertigem Convenience-Essen für unterwegs. „Die Leute wollen to go, to go, to go“, sagt der Shopbetreiber.

Heute wartet eine große FRESH AND TASTY-Theke mit frischen Backwaren, warmen Snacks und Kaffeespezialitäten auf die Kundschaft. „Thomas Göttler hat alles richtig gemacht, um weiter erfolgreich Umsätze einzufahren“, sagt der Lekkerland Account Manager Foodservice Bernd Fischer. Er hat Thomas Göttler nicht nur beim Umbau beraten, sondern das gesamte Konzept für das neue Angebot mitorganisiert. Dazu gehören auch die Rezept-Workshops und weitere Personalschulungen von FRESH AND TASTY. Auch heute noch ist Bernd Fischer dreimal im Jahr vor Ort und stellt neue Rezepturen und Produkte vor. Bei den fest definierten Servicechecks kümmert sich Bernd Fischer gemeinsam mit dem Bistromaster der Station um die Einhaltung der wichtigen Erfolgsparameter des Konzepts.

Bernd Fischer und das Foodservice-Vertriebsteam sind durch ihre jahrelange Erfahrung bei Lekkerland wichtige Ansprechpartner



**BLITZSCHNELL**  
Mit dem Ofen „Turbochef“ lassen sich die leckeren warmen Snacks von FRESH AND TASTY in kürzester Zeit zubereiten.



„Ein Bistrokonzert kann nur mit einem professionellen Gesamtauftritt der Marke erfolgreich sein.“

**SVENJA GUBISCH**  
Managerin Marketing Foodservice,  
Lekkerland SE

für den mittelständischen Tankstellenmarkt, von der Zentrale bis zur einzelnen Verkaufsstelle. Diese Art der Zusammenarbeit zwischen Kundinnen oder Kunden und Lieferanten gebe es nicht noch einmal in der Branche, so Bernd Fischer.

### Produkte, die begeistern

FRESH AND TASTY ist die Rundum-sorglos-Lösung, mit der Lekkerland seine Kundinnen und Kunden beim höchst erfolgreichen Geschäft mit Snacks und Getränken für unterwegs unterstützt. Das Bistrokonzert lässt sich vor Ort modular anpassen – und eignet sich darum für Bistros in größeren Autohöfen ebenso wie für solche in kleineren Tankstellen.



**HILFREICH**  
Lekkerland Account Manager Bernd Fischer (r.) hat Thomas Göttler beim Umstieg auf FRESH AND TASTY unter die Arme gegriffen.

**SALOMON**

# GREEN HEROES

## & GREEN OAT BURGER



Impulse. Erfolg. Emotionen.




PLANT-BASED  
FOOD



Green Heroes Plant  
Crunchy Chik'n® Burger

**JETZT SCHON AN DEN VEGANUARY DENKEN!**



 **Green Heroes Plant  
Crunchy Chik'n® Burger**

**GREEN  
HEROES**

- 100 % vegan, 100 % Weizenprotein
- Authentischer Chik'n®-Taste
- Besonders crunchy Cornflakespanade

**VEGAN, GEGART, GEWÜRZT**

ARTIKEL 606355      3 × 1,0 kg = 3,0 kg      4 – 4,5  
(1,0 kg = 11 – 12 Stück à ca. 90 g)      INCH BUN



**Green Oat Burger**

- Trendstarke Oats, natürliches Gemüse
- Frische Handmade-Optik
- 100 % vegan

**VEGAN, VORGEBACKEN, GEWÜRZT**

ARTIKEL 608258      4 × 1,1 kg = 4,4 kg      4 – 4,5  
(1,1 kg = 9 – 11 Stück à ca. 110 g)      INCH BUN



 **Green Heroes Plant  
Knusper Schnitzel**

**GREEN  
HEROES**

- 100 % vegan, 100 % Weizenprotein
- Unvergleichliche Knusperpanade
- Authentische Form

**VEGAN, GEBRATEN**

ARTIKEL 606357      3 × 1,0 kg = 3,0 kg (1,0 kg = 10 Stück à ca. 100 g)

Bei allen Abbildungen handelt es sich um Serviervorschläge. Alle tiefgekühlten Produkte sind einzeln entnehmbar. Angebot solange der Vorrat reicht. Irrtum und Druckfehler vorbehalten.

## Mein Partner

Shopbetreiber:innen erhalten dabei nicht nur Produkte, die Kundinnen und Kunden begeistern - von frischen Backwaren, belegten Brötchen und Kaffeespezialitäten bis zu Burgern, Pizza oder Panini. Lekkerland kümmert sich auf Wunsch auch um das Drumherum. Dazu gehören Arbeitsanleitungen, Rezepturkarten, Produktauslobungen für die Theke und die wichtige Allergen-Kennzeichnung sowie das Marketingmaterial, welches das Konzept sichtbar macht und unterstützt.

„Ein Bistrokezept mit einer optimalen Sortimentsauswahl kann nur erfolgreich sein, wenn es durch einen professionellen Gesamtauftritt der Marke ergänzt wird“, sagt Svenja Gubisch, Managerin Marketing Foodservice bei Lekkerland, die neben der Weiterentwicklung des Konzepts FRESH AND TASTY für den Markenauftritt zuständig ist. Werbematerialien für den Innen- und Außenbereich sowie wechselnde Aktionen seien darum essenziell, um das Sortiment angemessen in Szene zu setzen.



Fotos: Bernhard Huber, Lekkerland

# Jetzt bärig Umsatz backen!

**Neu!** **POM-BÄR** **Ofen Minis** **Paprika**

**Neu!** **POM-BÄR** **Ofen Minis** **Sour Cream Style**

**Ab Mai 2022**

- im Ofen gebacken ✓
- nicht frittiert ✓
- 50% weniger Fett\* ✓
- perfekt für bewussteres Snacken ✓

Lekkerland-Artikelnummern:  
Ofen Minis Paprika 620716  
Ofen Minis Sour Cream Style 620714

\*als persönliche Kartoffelnacis

## Ständige Weiterentwicklung

In der Zentrale von Lekkerland entwickelt ein interdisziplinäres Team mit viel Erfahrung bei den Bedürfnissen und Aufgabenstellungen in Tankstellen und Convenience-Stores FRESH AND TASTY permanent weiter. Dazu gehören Marketing- und Einkaufs-Fachleute ebenso wie ein professionelles Category Management und Mitarbeitende des Culinarium Teams von Lekkerland, die Spezialist:innen im Bereich des Sortiments sind. Insgesamt eine eingeschwo-



**ANSPRECHEND**  
Das Angebot von FRESH AND TASTY im Autohof Eichenzell sorgt für weiterhin wachsenden Umsatz.



„Die Zielgruppen und deren Bedürfnisse vor Ort sind vielfältig.“

**MARTIN REMSPECHER**  
Category Manager  
Foodservice Development,  
Lekkerland SE



Sie haben Fragen zum FRESH AND TASTY-Bistrokonzept von Lekkerland? Ihre gewohnten Lekkerland Ansprechpartner:innen beraten Sie gern.

rene und hoch qualifizierte Mannschaft, die seit Jahren kontinuierlich an dem Konzept arbeitet.

„Die Zielgruppen und deren Bedürfnisse vor Ort sind vielfältig – und somit auch die Verzehranlässe“, sagt Martin Remspecher, Category Manager Foodservice und primär zuständig für die Sortimentsentwicklung von FRESH AND TASTY. Darum sei es wichtig, den Markt kontinuierlich zu analysieren und das Angebot zu aktualisieren, um immer die passenden Sortimente zur richtigen Zeit im Programm zu haben.

## Stets zeitgemäßes Konzept

Auf diese Weise sorgt Lekkerland dafür, dass Shopbetreiber:innen ein stets zeitgemäßes 360-Grad-Konzept zur Verfügung steht, mit dem sie ihr Geschäft ausbauen können. So wie Thomas Göttler vom Autohof Eichenzell: Seit er vollends auf FRESH AND TASTY umgestellt hat, hat sich sein Umsatz im Bistrobereich nach eigener Aussage verdoppelt. „Wir haben da einiges investiert“, sagt er, „und das hat sich wirklich gelohnt.“

SCHWARZWALD  
PUR  
FÜR'S REGAL



6 x 0,5l Flasche  
LL Art.-Nr. 325033

12 x 0,33l Dose  
LL Art.-Nr. 272977



4233 3432



4237 4886



6 x 0,5l Flasche  
LL Art.-Nr. 177695



4 000526 129106

MADE IN  
BLACK FOREST

## NEEDLE GIN

Große Zielgruppe über den gesamten Gin-Markt.  
Meistverkaufte Deutsche Gin national.  
Absoluter Preis-Leistungs-Sieger.

## NEEDLE GIN TONIC

Zielgruppe 19-24 Jahren.  
Salonfähige Dose für unterwegs.  
Nachhaltig & recyclebar.

## WOOD STORK SPICED RUM

Mit südamerikanischer Melasse.  
Fermentiert und destilliert im Schwarzwald.  
Absoluter Blickfang mit herausragender Qualität.

© needle\_gin woodstork\_rum  
www.needle-gin.de

f needlegin woodstorkrum  
www.woodstork-rum.de



**UNWIDERSTEHLICH**  
Die Feine Gebäckmischung Gloria von M'Cooky enthält eine Auswahl unwiderstehlich leckerer Kekse.

1 M'Cooky Gloria Gebäckmischung, 10 x 300 g Btl. (Art.-Nr. 610513)

# EIGENMARKEN TOLLE PRODUKTE, TOLLE PREISE

① Mit Lekkerland EIGENMARKEN im Sortiment können Sie bei Ihren Kundinnen und Kunden punkten: Die Produkte sind von hoher Qualität, dabei aber weit günstiger als Markenartikel. Das kommt vor allem in schwierigen Zeiten wie diesen sehr gut an.

**V**om Energydrink TAKE OFF über die Getränkemarke Durstlöcher und die Knabberartikel von Mr. Knabbits bis hin zu den Gebäckmischungen von M'Cooky: Die Lekkerland Eigenmarken ergänzen Ihr Sortiment perfekt um Produkte für besonders preissensible Konsument:innen.

## Bieten Sie Ihren Kund:innen mehr für weniger

Dass viele Lekkerland Eigenmarken im Vergleich zu Markenprodukten weniger kosten – so wie etwa der Energydrink der Eigenmarke TAKE OFF im Vergleich zu Red Bull –, ist jedoch nicht der einzige Vorteil. Viele der Produkte bieten zugleich auch mehr Inhalt für weniger Geld.

②



### GLÜCKLICHE GEWINNER:INNEN

In der Mein Shop 5/2022 haben wir 5 x 2 Eintrittskarten für ein DEL2-Spiel verlost. Gewonnen haben: M. Kutzner, Feldkirchen-Westerham; S. Meyer, Nördlingen; P. Kaminski, Rathenow; S. Alhäuser, Hennef und B. Arisan, Wörrstadt. Herzlichen Glückwunsch!



„Unsere Durstlöcher beispielsweise enthalten 500 Milliliter. Eine Capri Sonne dagegen nur 200 Milliliter. Ein weiteres Beispiel: Die Crack & Crunch-Erdnüsse von Mr. Knabbits gibt es im 200-Gramm-Pack – bei Nic Nac's sind dagegen nur 125 Gramm enthalten. Das macht unsere Eigenmarken für Verbraucher:innen noch attraktiver“, erklärt David Froitzheim, Marketing Manager Eigenmarken bei Lekkerland.

Dazu kommt, dass Lekkerland sein Eigenmarken-Portfolio regelmäßig um neue Produkte ergänzt, die aktuelle Trends und Wünsche von Konsument:innen aufgreifen. So können Sie Ihren Kundinnen und Kunden immer wieder innovative Neuheiten bieten.

Wer also mehr Ware verkaufen und seine Kundinnen und Kunden glücklich machen möchte, für den sind die Lekkerland Eigenmarken genau das Richtige – dies übrigens nicht zuletzt auch dank der für Shopbetreiber:innen besonders attraktiven Handels-spannen.



Sie haben Fragen rund um das Thema Eigenmarken? Dann kontaktieren Sie Ihre/-n gewohnte/-n Lekkerland Ansprechpartner:in oder schreiben Sie uns eine Mail an [eigenmarken@lekkerland.com](mailto:eigenmarken@lekkerland.com)

③

**BESTSELLER**  
Absolute Bestseller sind auch der TAKE OFF Energydrink Classic und das Dominikaner Pilsener.

2 Take Off Energy Drink Classic, 24 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 224504)  
• 3 Dominikaner Pilsener, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 200688)



④

**SEHR BELIEBT**  
Sowohl die teigummantelten Crack & Crunch-Erdnüsse von Mr. Knabbits als auch der Durstlöcher in der Sorte Eistee mit Pfirsich zählen zu den am meisten abverkauften Artikeln.

4 Mr. Knabbits Crack & Crunch, 22 x 200 g Btl. (Art.-Nr. 610539)  
• 5 QuickVit Durstlöcher Eistee Pfirsich, 12 x 0,5 l Pg. (Art.-Nr. 608003)

⑤





# Sortenvielfalt schafft Kundenfrequenz

Der Frequenzbringer Nr. 1 für Ihren Shop



ohne  
Verdickungsmittel



ohne  
Geschmacksverstärker



laktosefrei



ohne  
künstliche Farbstoffe



glutenfrei



genteknickfrei

Nähere Infos auf  
den folgenden  
Seiten!



„Durch die Partnerschaft mit gourmetfein sind wir nicht mehr nur Fleischproduzent, sondern Teil einer langfristigen und nachhaltigen Wertschöpfungskette. Es tut gut zu wissen, dass unser Fleisch zu einem qualitativ hochwertigen und namhaften Produkt in der Region verarbeitet wird.“

**GERALD JUNGMAIR**  
gourmetfein Partnerbauer  
A-4611 Buchkirchen, Oberösterreich



# SORTENVIELFALT SCHAFFT KUNDENFREQUENZ

gourmetfein kombiniert NACHHALTIGKEIT mit dem perfekten Verkaufskonzept.

**D**as oberösterreichische Familienunternehmen gourmetfein hat sich seit der Gründung im Jahre 2004 auf die traditionelle Fertigung von hochwertigem Leberkäse und ausgezeichneten Wurst- und Fleischwaren spezialisiert. Die gesamte Wertschöpfungskette, von der Aufzucht der Tiere bis zur Haltung und Verarbeitung, findet in Österreich statt. Um die Rohstoffversorgung zu 100 Prozent aus Österreich zu sichern, hat sich gourmetfein mit 46 Schweine- und rund 160 Rinderbauern aus Österreich zusammengeschlossen, die ihr Fleisch exklusiv an das Unternehmen liefern.

Auf den Höfen der Partner-Bauern werden zur Aufzucht der Tiere nur gentechnikfreie Futtermittel verwendet - diese stammen zu circa 80 Prozent aus eigenem Anbau. Auf den Wiesen und Feldern der Landwirte kommt außerdem kein Glyphosat zur Unkrautvernichtung zum Einsatz. Durch den Verzicht auf Gen-

soja aus brandgerodetem Regenwald fallen bei der Erzeugung der gourmetfein-Produkte etwa um die Hälfte weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen an. Dazu kommen nachweislich kurze Transportwege, weil das Fleisch ausschließlich von Bauernhöfen aus der direkten Umgebung stammt.

## Volle Transparenz und Regionalität garantiert

Gourmetfein steht mit seiner einzigartigen Herkunftsgarantie für volle Transparenz und Regionalität und garantiert dies sogar eidesstattlich. Das bedeutet, dass auf jedem Verpackungsetikett die Bauernhöfe angegeben sind, von denen die Tiere stammen.



-  **gelebtes Tierwohl**
-  **gentechnikfreie Fütterung**
-  **NEIN zu Glyphosat**
-  **geschlossene Wertschöpfungskette**
-  **kurze Transportwege**
-  **Klimachampion**

Mit nur einem Blick erkennen, woher das Fleisch für die gourmetfein-Produkte kommt!

**CHILI CHEESE**

**4. QUARTAL**

herbstlich

herzhafter Emmentaler und milde Schärfe

Gourmetfein Chili Cheese Leberkäse, 1 x 1800 g St. (Art.-Nr. 618686)

Erhältlich vom 1.10. bis 31.12.2022

**ZWIEBEL**

**1. QUARTAL**

winterlich

rustikal, herzhaft und deftig

Gourmetfein Zwiebel Leberkäse, 1 x 1800 g St. (Art.-Nr. 625165)

Erhältlich vom 1.1. bis 31.3.2023

**TOMATE MOZZARELLA**

**3. QUARTAL**

sommerlich

mediterran, frisch und leicht

Gourmetfein Leberkäse Tomate-Mozzarella, 1 x 1800 g St. (Art.-Nr. 618584)

Erhältlich vom 1.7. bis 30.9.2023

**MEXICAN**

**2. QUARTAL**

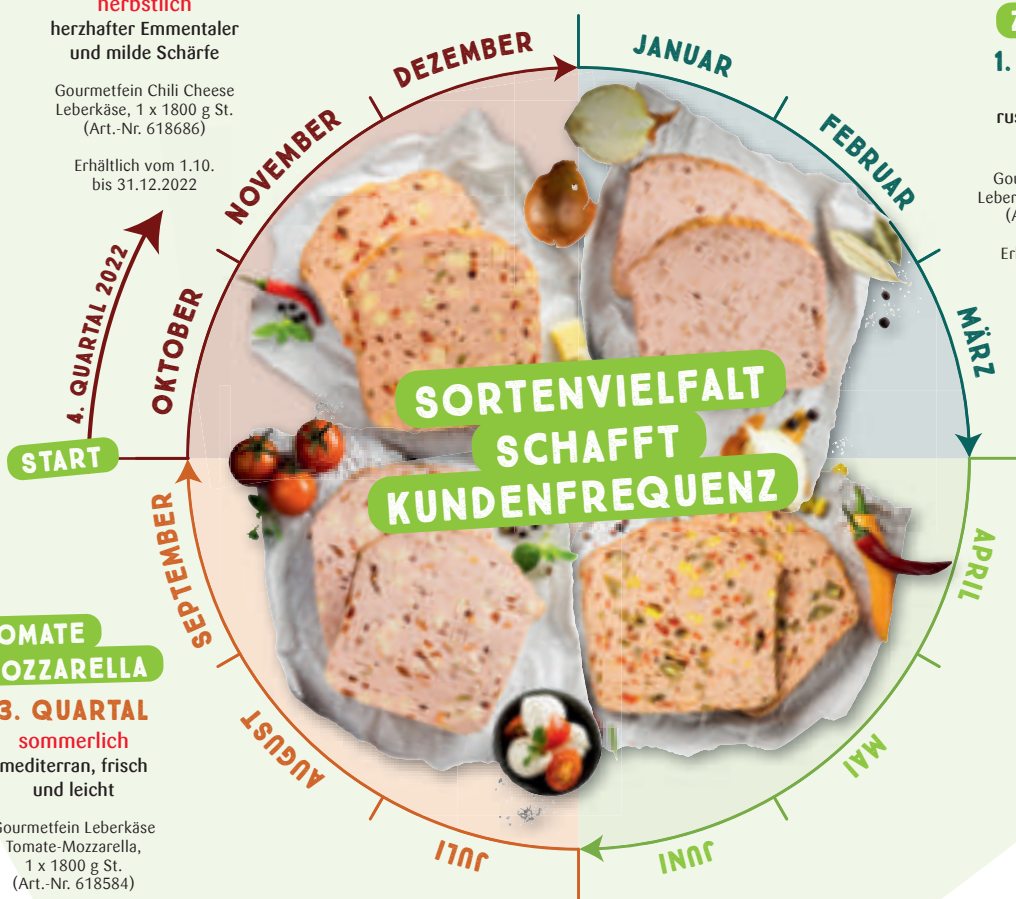
frühlingshaft

mexikanisch und feurig mit buntem Gemüse

Gourmetfein Mexican Leberkäse, 1 x 1800 g St. (Art.-Nr. 625166)

Erhältlich vom 1.4. bis 30.6.2023

**SORTENVIELFALT  
SCHAFFT  
KUNDENFREQUENZ**



Mit dem Naturkrusten-Leberkäse ist gourmetfein Marktführer im Bereich Leberkäse an Tankstellen in Österreich und ein wahrer Shootingstar in Deutschland. Seit Jahren findet man die umtriebigen Österreicher immer öfter an Deutschlands Tankstellen aller namhaften Brands. Denn neben der ausgezeichneten Produktqualität ist gourmetfein auch verlässlicher Partner im Bereich POS-Marketing und unterstützt die Kund:innen mit Leberkäse-öfen, dem beliebten Leberkäsemesser sowie verkaufsunterstützendem Werbematerial. Mit diesem trotzdem sehr einfachen Konzept wird Leberkäse der Frequenz- und Umsatzbringer für die Tankstelle oder für den Kiosk. Das bestätigen auch die Kund:innen.

**Beliebter To-go-Snack**

Während Leberkäse zwar ein beliebter To-go-Snack ist, gilt er oft nicht als qualitativ – das ist bei gourmetfein anders. Im Gegensatz

zu industriell hergestelltem Leberkäse werden ausschließlich ganze Teilstücke von Schwein und Rind verarbeitet, außerdem wird auf Geschmacksverstärker, künstliche Farbstoffe und Verdickungsmittel verzichtet – somit ist der Leberkäse gluten- und laktosefrei.

Immer mehr Konsument:innen machen sich Gedanken über Herkunft und nachhaltige Erzeugung ihrer Lebensmittel und gehen auch bei Snackartikeln keine Kompromisse mehr ein. Mit den nachhaltigen Produkten von gourmetfein können sich Shopbetreiber:innen erfolgreich positionieren und von Mitbewerberinnen und Mitbewerbern differenzieren.

Bei Lekkerland sind acht von sechzehn verschiedenen Leberkäsesorten gelistet – die große Sortenvielfalt sorgt für Abwechslung an der heißen Theke und erhöht die Kundenfrequenz. Darüber hinaus können mit ausgewählten Sondersorten saisonale Akzente gesetzt werden.



Weitere Infos finden Sie unter: [www.gourmetfein.com](http://www.gourmetfein.com)

# JETZT NEU: DIE APPLE GIFT CARD

Eine neue Apple-Geschenkkarte ersetzt die bisherigen App Store- & iTunes-Karten. Die APPLE GIFT CARD ist im gesamten Apple-Ökosystem einsetzbar - und daher für Ihre Kund:innen besonders attraktiv!

## Bitte beachten Sie das folgende Vorgehen:

- ✓ Entfernen Sie alle App Store & iTunes-Karten im alten (blauen) Design von den Platzierungen.
- ✓ Schauen Sie im Lager nach alten Beständen und entsorgen Sie diese ebenfalls.
- ✓ Platzieren Sie die neuen Karten entsprechend der Wertstufe dort, wo die alten App Store & iTunes-Karten platziert waren.



**U**niversell einsetzbar im gesamten Apple-Ökosystem: Mit der Apple Gift Card können Verbraucher:innen Einkäufe von sämtlichen Produkten und Services von Apple tätigen. Die neue Geschenkkarte ist insofern eine Erweiterung der bisherigen App Store- & iTunes-Karte, da sie auch für den Kauf von Produkten wie iPhone, iPad, AirPods und anderem sowie von Apps, Spielen, Filmen und Serien und Abonnements in App Store, Apple Arcade, Apple TV+, Apple Music, Apple News+, Fitness+, iCloud+ und Apple One (wo verfügbar) verwendet werden kann.

Foto: Shutterstock; PR

TROLLI • BYTES • TROLLI • BYTES • TROLLI • BYTES • TROLLI • BYTES • TROLLI • BYTES • TROLLI • BYTES • TROLLI • BYTES • TROLLI

# Das Update für jedes Fruchtgummi-Regal.

Unsere Next Level Gummies für alle Gamer und Fruchtgummi-Fans, die im Alltag Spaß, Genuss und einen kleinen Boost brauchen. Let the fun win.

Art-Nr. 613410  
Trolli Bytes,  
26 x 160 g Bt.

**Next Level Marktforschung**

- 83% Overall-Liking\*
- 85% Originalität\*
- 81% Coolness\*

**Next Level Rezeptur**

- Textur für Kauspaß und Spannungsabbau
- Natürliche Farben und Aromen
- Ausgesuchte Zusätze

**Next Level Launch Support**

- Reichweitenstarke Kommunikation über Youtube, Facebook und Instagram



\*Quelle: eye square GmbH, Pack test Q1/2021



## In unterschiedlichen Wertstufen erhältlich

Die Geschenkkarten sind in unterschiedlichen Wertstufen erhältlich: Es gibt sie für 15 Euro, 25 Euro, 50 Euro und 100 Euro – sowie in einer Variante, in der Ihre Kund:innen den Wert der Apple Gift Card zwischen 10 und 250 Euro frei wählen können.

**CLEVERE MARKETINGIDEE:** Jede Geschenkkarte ist mit einem exklusiven Sticker mit Apple-Logo versehen. Dieser ist in fünf unterschiedlichen, im Laufe der Zeit variierenden Designs erhältlich und über alle Wertstufen verteilt. Das lädt zum Sammeln ein.

### FARBENFROH

Zu jeder Gift Card gibt es einen bunten Apple-Logo-Sticker (s. u.) gratis dazu.



Bei Fragen zu den neuen Apple Gift Cards wenden Sie sich bitte an den e-va Kundenservice unter [customerservice@e-va.com](mailto:customerservice@e-va.com) oder 02234 1821-420.

# Premium Mix READY-TO-DRINK. READY-TO-PARTY.

+ 10% VOL. ALC.

SCAN ME.



effect® VODKA & ENERGY 10% VOL. DPG



4 025127 091317

161660

LEKKERLAND ART.-NR.

12

INHALT

0,33L DOSE

PACKART

effect® VODKA & GURAVA 10% VOL. DPG



4 025127 088874

613011

LEKKERLAND ART.-NR.

12

INHALT

0,33L DOSE

PACKART

effect® VODKA & AÇAÍ 10% VOL. DPG



4 025127 089864

655661

LEKKERLAND ART.-NR.

12

INHALT

0,33L DOSE

PACKART

effect® your energizer.

# FEUER UND FLAMME FÜR ZIGARREN

Damit auch Zigarrenliebhaber in Ihrem Shop fündig werden, sollten Sie ein gut sortiertes ZIGARREN-SORTIMENT führen. Diese acht Artikel zählen zu den Bestsellern.

**HOCHWERTIG**  
Die Zigarren der Marke „Tropenschatz“ begeistern mit würzigem Brasiltabak, die „Americanos Brasil“ mit Tabaken brasilianischen, javanischen und karibischen Anbaus.

1 Tropenschatz 824 F, 1 x 5 St Pg. (Art.-Nr. 623837) • 2 Americanos Brasil, 1 x 5 St Pg. (Art.-Nr. 615271)  
• 3 Tropenschatz 824 F Kiste, 1 x 50 St Pg. (Art.-Nr. 623918)

**AUSGEWOGEN**  
Bei der „Tropenschatz 421 F“ findet ein Sumatra-Deckblatt Verwendung. Auch die „Handelsgold Sumatra“-Varianten setzen auf den indonesischen Tabak.

4 Tropenschatz 421 F, 1 x 5 St Pg. (Art.-Nr. 623836) • 5 Handelsgold Sumatra-Cigarren, 1 x 5 St Pg. (Art.-Nr. 623834)

**VON MILD BIS WÜRZIG**  
Kentucky-Tabake verleihen der „Toscano Classico“ ihren würzig-erdigen Geschmack. Die „Handelsgold Sumatra“-Cigarren schmecken hingegen erdig-fruchtig, die „Dannemann Collofino“ besonders mild.

6 Toscano Classico, 1 x 5 St Pg. (Art.-Nr. 619854)  
• 7 Handelsgold Sumatra-Cigarren, 1 x 50 St Pg. (Art.-Nr. 623902) • 8 DA Collofino 60 Brasil, 1 x 5 St Pg. (Art.-Nr. 625787)

**B**eim Wort „Zigarre“ denkt man schnell an eine Herrenrunde in einem eleganten, englischen Gentlemen's Club. Tatsächlich wird Zigarrenrauchern noch heute ein gewisses Image zugeschrieben. Vielleicht, weil so mancher Hollywood-Star bekennender Aficionado ist, wie Zigarrenliebhaber genannt werden.

Auch hierzulande und ganz bestimmt auch unter Ihren Kund:innen gibt es Zigarrenfans. Daher sind die kunstvoll gerollten Tabakblätter verlässliche Umsatzbringer – ob einzeln verpackt, im edlen Tube, im klassischen Fünferpack oder in der praktischen 50-Stück-Kiste. Es lohnt sich also, das Tabaksortiment im Shop um Zigarren zu erweitern.

Alle hier gezeigten Produkte sowie viele weitere Tabakwaren können Sie rund um die Uhr auf [Lekkerland24.de](http://Lekkerland24.de) bestellen.



# Online bezahlen ohne Bankkonto oder Kreditkarte

## So einfach ist der Verkauf einer paysafecard:

- 1 Wenn der Kunde nach einer paysafecard fragt, drucken Sie am POS-Terminal einen paysafecard Voucher aus.
- 2 Übergeben Sie dem Kunden nach der Bezahlung den ausgedruckten Voucher mit dem 16-stelligen paysafecard Prepaid Code.



**Sicherheitshinweis:** Ein paysafecard Voucher ist sicher und praktisch wie Bargeld und genauso wertvoll! Geben Sie deshalb den 16-stelligen paysafecard Prepaid Code niemals am Telefon weiter!

# 4BRO

## GÖNN DIR 4BRO CHIPZ!

### IN DREI BABA SORTEN #GÖNNDIR



CHIPZ! SWEET CHILI PEPPER  
ART.-NR.: 621543



CHIPZ! KETCHUP  
ART.-NR.: 620881



CHIPZ! PAPRIKA  
ART.-NR.: 620820

## JETZT NEU!

  /4BRO.DE