

Mein Shop

Nr. 2
2026

April & Mai

Lekkerland.de

NEUE KAFFEE-MARKE

Lekkerland bietet ab sofort
auch Mövenpick an - 22

SOMMERHITS 2026

Erfrischende Drinks, eiskalte
Umsatzbringer und Snacks für
warme Tage - 8

TABAKERHITZER
Wie Sie mit Heat-not-
burn-Produkten neue
Kundengruppen
gewinnen - 16

SNACKAUTOMATEN: TOP-PRODUKTE

Die besten Artikel für
Automaten - 52

lotus
Biscoff[®]
 ice cream

Ab 2026 NEU: Lotus Biscoff als Eis!

NEU

Cremiges Eis mit
 Lotus Biscoff
 Keksstückchen



Crunchy Lotus Biscoff
 Keksstückchen
 im Überzug



Einzigartiger Lotus
 Biscoff Geschmack

lotus
Biscoff[®]

5 x




Weltweit bekannt für
 einzigartigen Geschmack
 und crunchy Keks-Genuss

so viele Haushalte wie in 2019
 erreicht die Marke Lotus Biscoff
 heute in Deutschland ¹⁾

Starke Werbeunter-
 stützung für einen
 erfolgreichen Start

ARTIKEL
 INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
659817		LOTUS BISCOFF Stick	20/90 ml

 **Lekkerland**
 the convenience company



Redaktionsschluss: 20.3.2026

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
Gotzinger Straße 19
81371 München

E-MAIL
meinshop@c3.co

PROJEKTMANAGEMENT
Benjamin Taudien

REDAKTION
Elena Rudolph, Sarah Grupe

MITARBEIT
Florian Sievers (fr)

ART-DIREKTION
Anica Schwarzer

FOTOREDAKTION
Ravenina Prawiradinata

LEKTORAT
Helmut Hillger (fr)

LITHO
RTK & SRS mediagroup GmbH

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!

Die Tage werden länger, die Temperaturen steigen – und Ihre Kund:innen zieht es wieder nach draußen. Keine Frage: Die warme Jahreszeit bringt in jedem Fall viel Bewegung, neue Begegnungen und jede Menge Gelegenheit für Snacks und erfrischende Getränke unterwegs. Damit Sie immer die passenden Erfrischungen und Snacks parat haben, finden Sie ab Seite 8 die Sommerhits 2026, die in Ihrem Sortiment auf keinen Fall fehlen sollten: von alkoholfreien Getränken über Wein, Bier und Premixed Longdrinks bis hin zu Impuls-Eis und allem, was zum sommerlichen Grillvergnügen dazugehört.

Gerüstet für die Sommersaison

Ganz ohne Feuer und Rauch kommen Tabakerhitzer aus. Warum Heat-not-burn-Produkte ins Sortiment gehören und alles, was sie noch wissen müssen, erläutern unsere Expert:innen ab Seite 16.

Alles für ein erfolgreiches Foodservice-Geschäft bietet unser Konzept Fresh + Tasty,

wie das Team des 24-Aral-Autohofs Bad Rappenau bestätigen kann. Der dortige Tankstellen-Shop ist ein ganz besonderer Fresh + Tasty-Standort: der 500. bundesweit. Wie das Konzept Einzelunternehmer und mittelständische Tankstellen beim Bistro-Geschäft unterstützt, lesen Sie ab Seite 18.

Ich wünsche Ihnen einen erfolgreichen Frühling und viel Spaß beim Lesen!

Herzlichst,
Ihr

**MARKUS
OBERWALLENEY**
verantwortet als Vice President Buying & Category Management Tobacco & e-va bei Lekkerland das Tabak- und Prepaid-Geschäft.



Mein Shop gibt's auch online

Viele weitere sowie wöchentlich neue Tipps und Infos für Ihren Geschäftserfolg finden Sie in unserem Online-Magazin. Wir haben die Inhalte der Mein Shop und des Web-Magazins noch stärker verknüpft – 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

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



CUP, CUP, HURRAY!

DER FROSCH HAT WIEDER EINMAL EINEN SPRUNG NACH VORN GEMACHT
UND LÄSST DICH DEINE EIGENE PARTY FEIERN: JETZT, HIER, ÜBERALL !!!

Mische rein
(450 ml !!!)

150g
Solid Ice
inside

Für Heiß- /
Kaltgetränke

Kühlt
ewig!

Qualität aus dem
Schwarzwald

**JUST
ADD
YOUR
DRINK**

**AND
ENJOY**

**ICE
FROCKS
CUP**



Aus dem Schwarzwald!
From the Black Forest!



MEIN JOB

- 8 DIE SOMMERHITS 2026**
Premixed Longdrinks, Eis und Grillgut - womit Sie im Sommer bei Ihren Konsument:innen punkten
- 16 Die Top Ten: Tabakerhitzer**
Welche Heat-not-burn-Geräte Sie unbedingt anbieten sollten
- 18 Foodservice Fresh + Tasty**
Der 500. Fresh + Tasty-Partner stellt sich vor
- 22 Neue Kaffee-Marke**
Lekkerland erweitert sein Kaffee-Sortiment um die Traditionsmarke Mövenpick
- 24 NEUE SERIE: Backwaren smarter verkaufen**
Wie Sie das Preis-Leistungs-Verhältnis optimieren
- 26 Topseller**
Spannende Neuheiten und beliebte Bestseller aus unserem Sortiment

36



MEIN SORTIMENT

- 32 Neue Eigenmarkenprodukte**
Preisalternative Neuheiten für jeden Geschmack, die Ihre Kund:innen direkt mitnehmen wollen
- 34 Unsere PMLDs**
Wie die trendigen Eigenmarken-PMLDs von Lekkerland im To-go-Geschäft Impulsäufe fördern
- 36 Aus Burghof wird Heimatgold**
Die Korn-Eigenmarke von Lekkerland zeigt sich im neuen Gewand und setzt auf Qualität und zeitgemäßes Design
- 38 Pflege für das e-va Regal**
Warum ein aufgeräumtes Prepaidkarten- und Guthabekarten-Regal die Kaufbereitschaft fördert
- 42 Klare Verkaufsaussichten**
Mit Sonnenbrillen von amv profitieren Sie das ganze Jahr

MEIN PARTNER

- 46 Eiskalter Umsatzbringer**
Iced Coffee ist beliebt. Ready to drink oder frisch zubereitet? Diese Variante verkauft sich am besten



- 48 Exklusive Vorteile**
Wie Sie mit den PlusTools von Lekkerland mehr aus Ihrem Tankstellen-Shop herausholen können
- 50 Inbegriff von Sommerfreude**
Froneri hat für jeden Eisfan die passende Erfrischung im Sortiment - von Nuii, Milka und Oreo bis Schöller
- 52 Auf Knopfdruck mehr Umsatz**
Snackautomaten sind für Shops eine attraktive Umsatzquelle ohne großen Aufwand



Uludağ Gazoz Original 0,5 l

MEHR GAZOZ. MEHR GENUSS.

Art.-Nr. 656479

Das Original im praktischen
0,5 l-Format - ideal für
unterwegs oder zum Teilen.

Uludağ Gazoz Orange 0,5 l

NATÜRLICH. FRUCHTIG. ZEITLOS.

Art.-Nr. 656478

Mehr fruchtige Erfrischung
im 0,5 l-Format - für
unbeschwertem Genuss zum
Teilen oder unterwegs.

Uludağ Gazoz Original 0,33 l

DER KLASSIKER SEIT 1930

Art.-Nr. 656477

Klar, spritzig und
unverwechselbar im
Geschmack. Hergestellt
mit 100 % Zucker aus
Zuckerrüben - für
echte Erfrischung,
die Generationen
verbindet.

Uludağ Gazoz Orange 0,33 l

DER KLASSIKER MIT ORANGE

Art.-Nr. 656480

Spritzig und fruchtig
zugleich. Das Original -
verfeinert mit fruchtiger
Frische von Orange.
Ideal für zwischendurch.



THE ORIGINAL GAZOZ SINCE 1930

Seit 1930 steht Uludağ Gazoz für klaren, spritzigen
Geschmack und eine Rezeptur, die seit vier Generationen
bewahrt wird. Heute begeistert das Original in mehreren
Varianten – für jeden Moment der Erfrischung.

KLAR
SPRITZIG
EINZIGARTIG
ERFRISCHEND



NEU IM SORTIMENT: MÖVENPICK-KAFFEE

Lekkerland baut sein Kaffeeangebot weiter aus. Neu dabei: die Traditionsmarke Mövenpick, die Qualität und Genuss zu erschwinglichen Preisen verspricht. Wie Sie von der neuen Kaffeemarke profitieren können, lesen Sie ab Seite 22.

ENERGYDRINKS:

Diese Fakten machen wach

Seit wann gibt es Energydrinks eigentlich und wer greift besonders häufig zum Getränk mit Kick? Spannende Zahlen, überraschende Rekorde und interessante Fakten rund um die taurinhaltigen Erfrischungsgetränke gibt es hier:

35

PROZENT

der Energydrink-Konsument:innen trinken am liebsten exotische Geschmacksrichtungen wie Drachenfrucht oder Maracuja.¹

1962

wurde in Japan der erste Energydrink auf den Markt gebracht – für Menschen mit langen Arbeitsschichten und körperlich anstrengenden Tätigkeiten.²

1.100

ENERGYDRINK-DOSEN

unterschiedlicher Marken sammelte der Kanadier Matthew Lakusta und erhielt dafür einen Eintrag ins Guinnessbuch der Rekorde.³

80

MILLIGRAMM

Koffein enthält eine 250-ml-Dose Energydrink – genauso viel wie eine Tasse Espresso.⁴

ZWISCHEN 18+39

JAHRE

alt ist die Kernzielgruppe von Energydrinks.⁵



UNSERE SOMMERHITS 2026

GUT SORTIERT DURCH DIE WARME JAHRESZEIT

Erfrischende Limonaden und Energydrinks, kühles Bier, Premixed Longdrinks, leckeres Eis sowie natürlich alles rund ums Thema Grillen – bei UNSEREN SOMMERHITS 2026 finden Sie die Produkte, die sich Konsument:innen jetzt wünschen!

Endlich, der Frühling ist da! Jetzt werden die Tage wieder länger, und die Temperaturen steigen. Für den Unterwegskonsum bedeutet das mehr Geschäft: Im Frühling und Sommer treffen sich Menschen wieder häufiger draußen, um im Garten zu grillen oder auf dem Balkon gemeinsam Snacks und Getränke zu genießen – und vieles davon wird unterwegs gekauft.

Passend zum Start der Warmwetter-Saison bietet deshalb das Lekkerland Sortiment alles, was Konsument:innen jetzt im Shop suchen – von erfrischenden Bieren und alkoholfreien Getränken über die beliebten Premixed Longdrinks oder sommerliche Weine bis zu Impuls-Eis. Dazu kommt natürlich alles, was man zum Grillen braucht. Mit unseren Sommerhits 2026 profitiert Ihr Shop vom Start in die warme Jahreszeit!

Das Wichtigste in Kürze

VORBEREITET SEIN!

Sobald es wieder etwas wärmer wird, sind die ersten Konsument:innen auf der Suche nach erfrischenden Sommergetränken und Grillartikeln.

AUFMERKSAMKEIT ERREGEN!

Über saisonale Kommunikation mit Werbetafeln und bekannten Markenprodukten lassen sich im Frühjahr und Sommer gezielt Impulskäufe auslösen.

AN DIE WM DENKEN!

Im Juni und Juli findet in Kanada, Mexiko und den USA die Fußball-Weltmeisterschaft der Männer statt. Wer stets ausreichend gekühlte Getränke vorrätig hat, gewinnt Fans!



HILFT BEI HITZE

Coca-Cola und andere Limonaden sind als Durstlöcher im Sommer ebenso gefragt wie Sportgetränke.

- 1 DPG Coca-Cola Zero, 12 x 0,5 l Fl. (Art.-Nr. 207392) •
- 2 DPG Coca-Cola, 12 x 0,5 l Fl. (Art.-Nr. 206948) •
- 3 DPG Powerade Sports Mountain Blast, 12 x 0,5 l Fl. (Art.-Nr. 234440)



①



②

ALKOHOLFREIE GETRÄNKE MEHR HITZE, MEHR DURST

Eigentlich ist es ganz simpel: Je wärmer es wird, desto mehr trinken die Menschen. Damir Kosovic, Einkäufer alkoholfreie Getränke bei Lekkerland, kann diese Faustregel allerdings noch differenzieren. „Je heißer es wird, desto mehr Wasser wird getrunken, während andere alkoholfreie Getränke etwas zurückgehen“, sagt er. Vor und nach den heißesten Tagen im Hochsommer sind und bleiben Coca-Cola und andere Limonaden, Energydrinks sowie Eistees die Topseller bei alkoholfreien Getränken – neben dem Klassiker Wasser natürlich, der im Shop am besten in den Varianten Still, Medium und Sprudel erhältlich sein sollte.



③

Bei den beliebten Energydrinks sollte Damir Kosovic zufolge eine Auswahl der bekanntesten Marken Red Bull, Monster, Flying Horse, Rockstar sowie die preisattraktive Eigenmarke TAKE OFF im Regal stehen. Auch Sportgetränke wie Powerade, Gatorade oder die Lekkerland Eigenmarke Ironade gehen im Sommer gut. Stark im Kommen sind Cola-Getränke von Brauereien wie etwa die Paulaner Spezi. Zur Fußball-WM sollten Shopbetreiber:innen nicht vergessen, ein breites Knabbersortiment mit Chips, Salzstangen und Co. direkt neben den Getränken zu platzieren.



④



⑤



⑥

BEKANNT

Bei Energydrinks greifen Konsument:innen vor allem bei starken, etablierten Marken zu.

- 4 DPG Red Bull White Edition, 24 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 618970) •
- 5 DPG Red Bull Energy Drink, 24 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 225807) •
- 6 DPG Monster Energy, 24 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 018655)



⑨



⑧

⑦

IM KOMMEN

Einige Brauereien bieten inzwischen Cola-Getränke an – mit Erfolg, die Nachfrage danach steigt kontinuierlich.

- 7 DPG Paulaner Spezi, 24 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 063934) •
- 8 DPG Paulaner Spezi zero, 24 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 617580) •
- 9 DPG Krombacher Spezi, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 631441)

PREMIXED LONGDRINKS

EINFACHER GENUSS FÜR UNTERWEGS

Einen schnellen, einfachen Genuss für unterwegs, vorgemixt zum Genießen im Park oder beim Picknick – das versprechen fertig gemischte Longdrinks (Premixed Longdrinks, PMLDs). „Bei diesen Artikeln verzeichnen wir weiter eine hohe Nachfrage“, sagt Simone Marascia, Einkäufer Spirituosen, Sekt und Champagner bei Lekkerland. PMLD-Konsument:innen sind dabei bereit, für ihr Lieblingsgetränk auch etwas Geld auf den Tisch zu legen, vor allem für Premiummarken. Die echten Fans der praktischen Drinks schauen mindestens einmal in der Woche in Tankstellen-Shops vorbei. Das bedeutet: mehr Umsatz, auch mit anderen Artikeln, die ergänzend

gekauft werden. Ganz besonders sprechen PMLDs Jüngere an. Die greifen auch bei größeren Gebinden mit 0,5 Litern Inhalt gern zu und zeigen sich zudem offen für Varianten mit weniger Zucker und weniger Alkohol. Weibliche Kundschaft lässt sich dagegen vor allem mit Campari/Lillet oder Aperol Spritz ansprechen – und das lieber in der Flasche sowie stilecht mit Strohhalme. Insgesamt werden vor allem PMLD-Varianten auf der Basis von Wodka und Gin immer beliebter, und das auch in fruchtigen Geschmacksrichtungen. „Das ist erfrischend, schmeckt lecker und macht Spaß“, sagt Lekkerland Spirituosen-Experte Simone Marascia.

1



MACHT SPASS

PMLDs lassen sich leicht unterwegs trinken. Varianten auf Wodka-Basis werden gern genommen, und vor allem Frauen greifen auch bei Campari oder Aperol zu.

1 DPG Havana Club Spezi, 12 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 659883) • 2 DPG Zarewitsch Vodka Lemon Premium Mix 10% vol., 24 x 250 ml (Art.-Nr. 650237) • 3 Aperol Spritz 10,5% vol., 24 x 0,2 l Fl. (Art.-Nr. 659941)

2



3



BIER DIE MISCHUNG MACHT'S!

Norbert Lowey ist Einkäufer Bier und Wein bei Lekkerland – und er weiß, welcher Tag in diesem Sommer besonders zählt für den Bierabsatz: der 11. Juni 2026. An diesem Donnerstag startet in Mexiko-Stadt mit dem Spiel von Gastgeber Mexiko gegen Südafrika die Fußball-Weltmeisterschaft. „Dann könnte die Nachfrage nach gekühltem Bier in Tankstellen, Kiosken & Co. noch einmal steigen“, sagt der Lekkerland Experte.

Aber auch abseits internationaler Sportereignisse werden in den warmen Jahreszeiten deutlich mehr Bier und Bier-Mixgetränke getrunken. Letztere sprechen dabei besonders jüngere Käuferschichten an. Bei klassischem Bier ist, insbesondere im Sommer, bayerisches Helles deutschlandweit stark

①



②



③



PRAKTISCH
Dosen sind perfekt für unterwegs – sie sind leicht, gehen nicht so schnell kaputt und lassen sich auch noch gut recyceln.

1 DPG Krombacher Pils, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 203210) • 2 DPG Beck's Pils, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 217327) • 3 DPG MiXery Nastrov Flavour iced blue, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 207734) • 4 DPG Original 5.0 Pils, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 208866) • 5 DPG Paderborner Pilsener, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 633765)

nachgefragt. Dasselbe gilt weiter zunehmend auch für alkoholfreie Varianten von klassischen Bieren. Daneben rät Norbert Lowey Shops beim Aufbau des Biersortiments zu einer Mischung aus bekannten großen Biermarken, lokalen Biersorten sowie internationalen Produkten. Zu Letzteren zählen etwa Starkbiere aus Dänemark oder das US-amerikanische Budweiser, das neu auf den deutschen Markt kommt. Und egal bei welchem Bier – Dosen gewinnen kontinuierlich an Marktanteilen. „Kein Wunder, Dosen sind schließlich bruchstabil, leicht und dabei auch noch recyclingfreundlich“, sagt Norbert Lowey.



④

⑤

DER MARKTFÜHRER MISCHT DEN MARKT AUF!

NEU!



ICED GOLD UND ICED BLACK 5,9%



LIMO

BIERMISCH-RANGE 3,1%

ENERGY-RANGE 5%



- ✗ MODERNES DESIGN
- ✗ MEHR ABSATZ
- ✗ MEHR GESCHMACK

LL ART.-NR.	ARTIKELBEZEICHNUNG	INHALT/PACKART
660265	DPG MiXery Iced Gold	24/0,5l Dose
660263	DPG MiXery Iced Black	24/0,5l Dose
203474	DPG MiXery Bier X Cola	24/0,5l Dose
207734	DPG MiXery Iced Blue	24/0,5l Dose
617324	DPG MiXery Iced Yellow	24/0,5l Dose
631216	DPG MiXery Iced Purple	24/0,5l Dose
655637	DPG MiXery Cola-Bier Orange 3,1%	24/0,5l Dose
655636	DPG MiXery Cola-Orange (Limo)	24/0,5l Dose

Karlsberg Brauerei GmbH – Postfach 13 51 – D-66404 Homburg
Tel. 0 68 41/ 105-0 – Fax 0 68 41/ 105-603

WEIN UNKOMPLIZIERT IST GEFRAGT

Ob zum Sonnenuntergang auf dem Balkon oder mit Freunden beim Picknick – ein gutes Glas Wein gehört jetzt für viele einfach dazu. „Wenn die Tage wärmer und die Nächte milder werden, bieten sich vor allem Weiß- und Roséweine an“, sagt Norbert Lowey, Einkäufer Bier und Wein bei Lekkerland. Der Absatz von Rotwein ist ganz besonders in der warmen Jahreszeit rückläufig.

Im Trend sind unkomplizierte Weißweinsorten wie Chardonnay oder Sauvignon blanc mit überschaubarem Alkoholgehalt und wenig Säure. Zunehmend gern greift die Kundschaft dabei zu Wein in Dosen. Doch ob in der Flasche oder in der Dose – sämtliche Weißweine und Rosés sollten im Shop stets gut gekühlt vorrätig sein. „So ist Wein ein erfrischender Genuss an warmen Tagen“, sagt Lekkerland Getränkeexperte Norbert Lowey.

LEICHT UND UNKOMPLIZIERT
Wenn es wärmer wird, werden einfach zu trinkende Weiß- und Roséweine ebenso gern genommen wie ein perlender Prosecco.

1 Blanchet, Cuvée, VdF, weiß, 6 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 027041) • 2 Bree Chardonnay, IGP, weiß, 6 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 551442) • 3 Pfalz, Wegner, Grauburgunder, QbA, trocken, weiß, 6 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 110918) • 4 ITA La Gioiosa Frizzante Secco, 6 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 114418) • 5 FRZ LE Patron weiß, trocken, 6 x 1 l Fl. (Art.-Nr. 617927) • 6 FRZ LE Patron rosé, halbtrocken, 6 x 1 l Fl. (Art.-Nr. 618039)

IMPULS-EIS EISKALTE SNACKS IN ALLEN FORMATEN

Auch im Winter essen viele Menschen gern eiskalte süße Snacks – aber die echte Hochphase für Impuls-Eis sind natürlich Frühling und Sommer. „Shops sollten daher schon vor den ersten warmen Tagen eine breite Mischung in der Kühltruhe haben“, sagt Philipp Thuncke, der als Manager Buying & Category Management bei Lekkerland unter anderem für das Eis-Sortiment zuständig ist. Dazu gehören Klassiker und Neuheiten in unterschiedlichen Formaten wie Eis am Stiel, Riegel, Hörnchen oder Sandwiches. Und wie jedes Jahr warten die Eishersteller auch 2026 wieder mit ansprechenden Innovationen auf, die Eisfans bei Laune halten. Lekkerland sorgt mit dem Impuls-Eis-Konzept „Ice, cool & lecker!“ für einen guten Mix aus Klassikern und Innovationen in allen Formaten und Geschmacksrichtungen.

BREITES ANGEBOT
Bei Impuls-Eis haben Konsument:innen sehr unterschiedliche Vorlieben – da sollte für jede und jeden etwas in der Truhe sein.

1 Snickers Ice Cream Eisriegel, 24 x 72,5 ml St. (Art.-Nr. 012782) • 2 Langnese Magnum Almond, 20 x 110 ml St. (Art.-Nr. 632825) • 3 Volcanix, 24 x 80 ml Pg. (Art.-Nr. 656568) • 4 Monte Squeeze, 12 x 100 ml Pg. (Art.-Nr. 659723)



Mehr Tipps sowie Bestseller und Top-Neuheiten finden Sie in unserem Online-Magazin – der QR-Code führt direkt zum Artikel.



NEU

DEUTSCHLANDS NR. 1 SPIRITUOSE¹ IN DER EINZELFLASCHE

PFANDFREI

JETZT BESTELLEN UND
STARKE UMSATZIMPULSE
IM KÜHLREGAL SICHERN



IMPULSGESCHÄFT STEIGERN

+28 % Absatz mit Einzelflasche im Kühlregal und 3er-Pack im Regal²



MARKENSTÄRKE NUTZEN

Ganzjährige und reichweitenstarke Markenkommunikation für Aperol



8 002230 340590

APEROL SPRITZ 10,5 % vol.
24 Flaschen pro Karton

¹ NielsenIQ, LEH+DM, Spirituosen total inkl. Wermut, exkl. RTD, alle SKUs, Umsatz in Mio. €, Absatz in Mio. 0,7 l, prop. 2-Absatz in Pack, MAT KW 36/2025.

² Bonsai, Shelf-Test Aperol Spritz RTD, 13 Wochen Testphase, 3 Testgruppen, je 8 Testmärkte (Rewe, Edeka, Kaufland), Aug. 2025.

#EnjoyResponsibly

Aperol ist eine von *vielen starken Marken* aus unserem Haus.
Erfahren Sie mehr auf www.campari-deutschland.de.

CAMPARI GROUP



①

GRUNDAUSSTATTUNG

Grillutensilien müssen verlässlich und vertraut sein - am Grill wollen die meisten keine Experimente.

- 1 Einweg Picknick-Grill, 12 St. (Art.-Nr. 388912) • 2 DIN Grillholzkohle, 6 x 2,5 kg Pg. (Art.-Nr. 271136) • 3 Flash Barbecue Grillanzünder flüssig, 12 x 1000 ml Fl. (Art.-Nr. 240444)



②

③



GRILLEN

FUNKTIONALE BASICS UND BEWÄHRTE BESTSELLER

Glühende Kohle, brutzelnde Leckereien und geselliges Beisammensein: Grillen gehört zum Sommer einfach dazu. Kund:innen suchen dafür im Shop vor allem schnell verständliche Produkte, die ohne zusätzlichen Erklärungsbedarf funktionieren. Es zählen Verlässlichkeit, Qualität und Vertrautheit.

„Der Fokus liegt daher eindeutig auf funktionalen Basics und Bestsellern, die sich über Jahre etabliert haben“, sagt Lena Rehbach, die bei Lekkerland als Consultant CM Buying Non-Food auch für Grillausrüstung zuständig ist. Bei Non-Food-Artikeln bedeutet das für Shops, dass sie eine Grundausstattung von Grillbriketts, Grillholzkohle, flüssigem Grillanzünder und Einweg-Picknickgrills anbieten sollten.

Und was kommt dann auf den Grill? „Wir konzentrieren uns bewusst auf ein schlankes, drehstarkes Kernsortiment“, sagt Katharina Baier, die bei Lekkerland als Head of Category Management Frische Convenience & Formate unter anderem die Auswahl an frischen Grillartikeln verantwortet. Ein klar strukturiertes, gut sichtbares Angebot verkaufe sich besser als eine breite Auswahl.

„Im Fokus stehen dabei Klassiker wie Würstchen, ergänzt um direkt verzehrfertige Beilagen wie Salate oder Backwaren“, so Lekkerland Expertein Katharina Baier. Gut sichtbar platziert, erzielt ein solches klar fokussiertes Grillangebot häufig bessere Abverkäufe als eine breite Auswahl - weniger kann hier also mehr sein.



④



⑤

ABSOLUTE KLASSIKER

Ohne Kräuterbaguettes und Bratwürstchen fangen viele gar nicht erst an zu grillen - sie sollten daher stets im Shop verfügbar sein.

- 4 Meggle Baguette Kräuter, 9 x 160 g Pg. (Art.-Nr. 632376) • 5 Wiesenhof Bruzzler Geflügelbratwurst, 10 x 400 g Pg. (Art.-Nr. 63658) • 6 Popp Kartoffelsalat „klassisch“ Gurke, Zwiebel & Ei, 6 x 400 g Sc. (Art.-Nr. 606915)



⑥

WENN **COLA** &
ORANGE
RUM MACHEN

AB SOFORT
VERFÜGBAR

NEU



Havana Club Spezi
10% Vol. / 12 x 0,33 l

659883



EMPFEHLUNGEN FÜR IHR SORTIMENT: TABAKERHITZER/ HEAT-NOT-BURN



Tabakerhitzer beziehungsweise Heat-not-burn-Geräte bieten Tabakgenuss ohne Rauch – und sind bei der Kundschaft zunehmend gefragt. Mit einem BREITEN SORTIMENT UND GUTER BERATUNG können Shops ihre Umsätze steigern.



RÜCKNAHMEPFLICHT KOMMT
Mehr Informationen zur kommenden Rücknahmepflicht für E-Zigaretten und Tabakerhitzer ab Juli 2026 finden Sie unter dem nebenstehenden Link.

IQOS Iluma i One KIT Midnight Black	IQOS Terea Turquoise Tobacco Sticks	IQOS Delia Classic Red Tobacco Sticks	GLO Hyper Pro Device Kit Obsidian Black	LUCKY STRIKE for gloTM Rounded Tobacco	VEO Arctic Click	NEO Classic Tobacco	PLOOM Aura Device Jet Black	EVO Tobacco Sticks Bronze	LYO Nikotin Sticks Wild Berry
1 x St.	10 x 20er St.	10 x 20er St.	1 x St.	10 x 20er St.	10 x 20er St.	10 x 20er St.	1 x St.	10 x 20er St.	10 x 20er St.
Art.-Nr. 653344	Art.-Nr. 658596, Stab. Art.-Nr. 2544	Art.-Nr. 651494, Stab. Art.-Nr. 3779	Art.-Nr. 642964	Art.-Nr. 659162, Stab. Art.-Nr. 4506	Art.-Nr. 659169, Stab. Art.-Nr. 4675	Art.-Nr. 659163, Stab. Art.-Nr. 8592	Art.-Nr. 653641	Art.-Nr. 654573, Stab. Art.-Nr. 7609	Art.-Nr. 658891, Stab. Art.-Nr. 5579

INTERVIEW

„DER GESCHMACK VON ECHTEM TABAK - OHNE RAUCH“

Das Wichtigste in Kürze

NEUE KUNDSCHAFT, MEHR UMSATZ

Heat-not-burn wird immer beliebter – Shops können damit neue Kundschaft ansprechen und ihren Umsatz steigern.

BREITES SORTIMENT

In Shops ist ein vielfältiges Sortiment an Geräten und Sticks der drei Systeme IQOS, GLO und PLOOM Aura gefragt.

RAT IST GEFRAGT

Tabakerhitzer sind technisch komplexer als klassische Zigaretten und bei einigen sogar noch unbekannt. Shop-Mitarbeitende sollten daher wichtige Verkaufsargumente und Infos parat haben.



„Tabakerhitzer sprechen Raucher:innen an, die eine moderne und potenziell schadstoffärmere Alternative suchen.“

BETTINA LÖBBERT

Head of Category Management Tobacco,
Lekkerland SE



„Die Produkte haben sich sowohl technisch als auch geschmacklich rasant weiterentwickelt.“

CHRISTIAN KURTH

Manager Category Tobacco,
Lekkerland SE

TABAKFREI

Die Levia-Sticks für die Geräte IQOS ILUMA und ILUMA i enthalten keinen Tabak.

IQOS Levia Alpine Tobacco Sticks,
10 x 20er St.
(Art.-Nr. 658583,
Stab. Art.-Nr. 5456)



Welche Tabakerhitzer sollten Shops also auf jeden Fall im Angebot haben?

BETTINA LÖBBERT: Aktuell gibt es in Deutschland drei namhafte Systeme, deren Geräte und Sticks untereinander nicht kompatibel sind. Wir empfehlen mindestens ein Gerät jedes Herstellers samt der kompletten Range an passenden Tabaksticks. Das ist erstens IQOS mit den zugehörigen Sticks Terea, Delia und Levia. Es richtet sich mit vielen Funktionen und einem modernen Bedienkonzept an technikaffine Konsument:innen. Zweitens GLO mit den Veo- und Neo-Sticks, das über ein starkes Preis-Leistungs-Verhältnis und unkomplizierte Handhabung vor allem preisbewusste Umsteiger:innen anspricht. Und drittens PLOOM Aura mit den Evo- und ganz neu auch Lyo-Sticks. Mit klarer Gestaltung und geringem Pflegeaufwand ist dieses System bei designorientierten Menschen beliebt.

Worauf sollten Shops bei Heat-not-burn besonderen Wert legen?

CHRISTIAN KURTH: Zentral ist ein vielfältiges und dabei klar aufgebautes Sortiment, das gut sichtbar und ansprechend präsentiert wird. Um die unterschiedlichen Vorlieben der Konsument:innen abzudecken, sollte eine breite Auswahl an Geschmacksrichtungen von klassisch über mentholhaltig bis fruchtig vorrätig sein. Auch tabakfreie Varianten gehören dazu, etwa von Veo, Lyo oder Levia. Daneben lassen sich mit Zubehör wie Reinigungssets, Ersatzteilen oder Etuis Zusatzkäufe generieren. Übrigens werden die Geräte, im Gegensatz zu den preislich festgesetzten Sticks, lediglich mit UVP ausgeliefert. Das eröffnet für Shops Möglichkeiten für Aktionen.

Welchen Tipp haben Sie noch für Shop-Betreiber:innen?

CHRISTIAN KURTH: Tabakerhitzer sind technisch deutlich komplexer als klassische Zigaretten und bei manchen noch gänzlich unbekannt. Darum ist gute Beratung entscheidend für den Absatz. Die wichtigsten Verkaufsargumente sind Funktionen und Bedienkomfort, Vielfalt bei der Stickauswahl, Akkulaufzeit und der Preis.

Frau Löbbert, Herr Kurth, was sind Tabakerhitzer beziehungsweise Heat-not-burn-Artikel – und welche Bedeutung haben sie für das Shop-Sortiment?

BETTINA LÖBBERT: Heat-not-burn-Geräte erhitzen Tabak, anstatt ihn zu verbrennen. Sie positionieren sich damit zwischen herkömmlichen Zigaretten und E-Zigaretten. Es gibt den Geschmack von echtem Tabak, aber es entsteht kein Rauch, es gibt kaum Geruch, und es fällt auch keine Asche an. Tabakerhitzer sind in den vergangenen Jahren zunehmend beliebter geworden bei Konsument:innen.

CHRISTIAN KURTH: Kein Wunder, denn die Produkte haben sich inzwischen sowohl technisch als auch geschmacklich rasant weiterentwickelt. Sie werden für Shops immer relevanter, weil sie damit neue Kundengruppen erreichen – und auf diese Weise ihren Umsatz steigern können.

Welche Kund:innen kaufen Tabakerhitzer?

BETTINA LÖBBERT: Sie sprechen vor allem Raucher:innen an, die eine moderne und potenziell schadstoffärmere Alternative suchen, aber nicht komplett auf Nikotin oder Tabak verzichten möchten. Wenn sie erst mal das passende Gerät samt Sticks gefunden haben, bleiben viele Nutzer:innen ihrer Marke treu.

ERFOLGSREZEPT FÜRS FOODSERVICE-GESCHÄFT

Wenn es um das Geschäft mit Snacks und Backwaren geht, vertrauen bundesweit 500 Tankstellen auf das Foodservice-Konzept Fresh + Tasty von Lekkerland. Eine davon ist die Station des 24-Aral-Autohofs Bad Rappenau an der Autobahn A6.

Die Konkurrenz ist hart für das Foodservice-Geschäft der Tankstelle des 24-Aral-Autohofs Bad Rappenau, die direkt an einer Ausfahrt der Autobahn A6 zwischen Heilbronn und Mannheim liegt. Schließlich findet man am Standort ebenfalls zwei selbst betriebene Franchise-Konzepte mit Subway und Coffee Fellows sowie in unmittelbarer Nachbarschaft die Fast-Food-Anbieter McDonald's und Burger King.

Trotz dieses intensiven Wettbewerbs läuft das Geschäft mit warmen und kalten Snacks seit einigen Monaten richtig gut, wie Daniel Ruscheinsky berichtet: „Wir sind mit den Foodservice-Umsätzen am Standort Bad Rappenau sehr zufrieden. Die Umstellung auf Fresh + Tasty hat sich absolut ausgezahlt.“ Daniel Ruscheinsky ist Geschäftsführer von 24-Autohöfe. Das Unternehmen betreibt den Autohof in Bad Rappenau mit einer Tankstelle der Marke Aral.

Fresh + Tasty seit November im Einsatz – akribisch geplant

Seit November vergangenen Jahres nutzt die Station das Foodservice-Konzept Fresh + Tasty von Lekkerland. Es bietet Tankstellen umfassende Unterstützung bei Planung und Betrieb ihres Backshop-Geschäfts – unter anderem bei Sortimentszusammenstellung, Marketing, Schulungen, Preiskalkulationen sowie bei Aktionen und Promotions (mehr dazu im Interview auf Seite 20).

„Dank Fresh + Tasty ist unser Backshop-Geschäft perfekt organisiert, und alle im Team wissen, was zu tun ist. Dabei helfen die Backvorlagen, Beleglisten und Rezepturen, die wir von Lekkerland erhalten, enorm“, berichtet Swetlana Stoll, Geschäftsführerin des 24-Aral-Autohofs Bad Rappenau.



KLARE ÜBERSICHT
Im 24-Aral-Autohof in Bad Rappenau sehen Kund:innen auf einen Blick das frische und große Angebot. Dank Fresh + Tasty ist es jetzt besonders übersichtlich.

Zum Foodservice-Angebot der Station gehören neben einer breiten Auswahl an belegten und unbelegten Backwaren unter anderem auch belegte Fladenbrote, Leberkäse, Burger und Pizza. Darüber hinaus erhalten Kund:innen Lavazza Kaffee sowohl in Bedienung als auch in Selbstbedienung.

FEIERLICHE ÜBERGABE
 Lekkerland Account Manager
 Bernd Fischer überreicht
 Geschäftsführerin Swetlana Stoll
 feierlich die Urkunde – ihr
 24-Aral-Autohof in Bad Rappenau
 ist 500. Fresh + Tasty-Partner.



Gesamtes Team vor Ort geschult

„Seit wir Fresh + Tasty nutzen, ist die Auswahl größer und die Qualität konstant gut“, erklärt Swetlana Stoll.

Bei der Konzeption und Planung des Backshop-Bereichs hat sie seinerzeit eng mit Bernd Fischer von Lekkerland zusammengearbeitet. Als Account Manager Foodservice berät und begleitet dieser Tankstellen- und Autohof-Betreiber bundesweit bei Weiterentwicklung und Betrieb ihres Backshop-Geschäfts.

Vor dem Start mit Fresh + Tasty in Bad Rappenau hatte Bernd Fischer alle Mitarbeitenden des Backshop-Bereichs vor Ort geschult. „Seine Begeisterung und seine Liebe fürs Detail haben das gesamte Team angesteckt“, berichtet Swetlana Stoll.

ABWECHSLUNGSREICH

Seit der Nutzung des Fresh + Tasty-Konzepts ist die Auswahl an warmen und kalten Backwaren im Shop größer.

500. Fresh + Tasty-Standort

Fresh + Tasty ist also (potenziell) ein Umsatzbooster für das Foodservice-Geschäft von Tankstellen, insbesondere von kleinen und mittelständischen Gesellschaften – und das ist sicher eine wesentliche Erklärung dafür, dass das Konzept mit der Eröffnung in Bad Rappenau einen Meilenstein erreicht hat: Bundesweit unterstützt Fresh + Tasty nun 500 Tankstellen bei einem erfolgreichen Foodservice-Geschäft.

Fabian Schinke, Director Category Foodservice bei Lekkerland, und Wolfgang Cezane, Vice President Einzelunternehmen & Mittelstand Tankstellen, nennen zwei weitere Erfolgsfaktoren: die praktische Unterstützung im Foodservice-Alltag, gerade vor dem Hintergrund von regelmäßigen Personalwechseln in Tankstellen-Teams – und die enge Begleitung und Betreuung durch den spezialisierten Foodservice-Außendienst von Lekkerland (mehr dazu im Interview auf Seite 20).

Gemeinsam mit Lekkerland möchte Swetlana Stoll das Foodservice-Geschäft in der Tankstelle in Bad Rappenau kontinuierlich weiterentwickeln.

INTERVIEW

„FRESH + TASTY NIMMT STATIONEN VIEL ARBEIT AB“

Foodservice-Chef Fabian Schinke und Wolfgang Cezane, Vertriebschef im Bereich kleine und mittelständische Tankstellen, über den Erfolg von Fresh + Tasty.

Wie unterstützt Fresh + Tasty Tankstellen-Betreiber:innen bei ihrem Foodservice-Geschäft?

FABIAN SCHINKE: Die wachsende Nachfrage nach Snacks und Backwaren für den Sofortverzehr oder zum Mitnehmen bietet Tankstellen Wachstumschancen. Sie geht aber mit hohen Anforderungen an Qualität und Vielfalt einher. Mit Fresh + Tasty unterstützen wir kleine und mittelständische Betreiber:innen umfassend dabei, diese Anforderungen zu bedienen und die Chancen erfolgreich und profitabel zu nutzen.



FABIAN SCHINKE
verantwortet als Director Category Foodservice bei Lekkerland das Geschäft mit Speisen, Snacks und heißen Getränken für unterwegs.

Wie sieht das konkret aus?

WOLFGANG CEZANE: Wir unterstützen unter anderem bei Sortimentszusammenstellung, Marketing, Schulungen, Preiskalkulationen sowie bei Aktionen und Promotions. Uns ist bewusst, dass in vielen Tankstellen Ressourcen knapp sind, unter anderem infolge der herausfordernden Personalsituation. Mit Fresh + Tasty nehmen wir den Stations-Teams viel Arbeit ab und geben ihnen Werkzeuge für die erfolgreiche Umsetzung an die Hand.

Und das nicht nur zum Start: Unser spezialisierter Foodservice-Außendienst begleitet die Kund:innen kontinuierlich bei der erfolgreichen Umsetzung und Weiterentwicklung. Darüber hinaus steht ihnen eine Online-Schulungsplattform für regelmäßige Zertifizierungen und Weiterentwicklungen zur Verfügung.

Wie berücksichtigt Fresh + Tasty aktuelle Trends?

FABIAN SCHINKE: Uns ist bewusst, dass sich der Geschmack und die Wünsche der Konsument:innen laufend verändern. Bei Fresh + Tasty berücksichtigen wir sowohl die Erkenntnisse und das Know-how unseres Außendienstes als auch Ergebnisse aus der Marktforschung sowie von Trendreports. Auf dieser Basis entwickelt das Fresh + Tasty-Team in der Lekkerland Zentrale das Konzept und seine Bestandteile ständig weiter.



WOLFGANG CEZANE
verantwortet als Director Energy Stations bei Lekkerland die Zusammenarbeit mit mittelständischen Mineralölgesellschaften und Einzelunternehmern.

Für welche Tankstellen ist Fresh + Tasty geeignet?

WOLFGANG CEZANE: Das Konzept richtet sich insbesondere an kleine und mittelständische Betreiber. Es lässt sich modular auf unterschiedlich große Standorte anpassen – und ist sowohl für Stationen mit bestehendem Foodservice-Geschäft als auch -Potenzial geeignet.

Wie geht es bei Fresh + Tasty weiter?

FABIAN SCHINKE: Wir wollen weiterwachsen. Aber genauso wichtig ist es uns, die bestehenden Kund:innen jederzeit optimal bei der Weiterentwicklung ihres Geschäfts zu unterstützen. Dazu legen wir in diesem Jahr einen Fokus auf das Thema „Heiße Snacks“. Hier sehen wir an vielen Standorten Umsatzpotenzial. Unsere Ideen und Lösungen werden wir auf der Tankstellen-Messe UNITI expo im Mai in Stuttgart präsentieren.

GEKONNTES MARKETING

Lekkerland stellt mit Fresh + Tasty Marketingtools zur Verfügung – wie zum Beispiel Aufsteller, die schon vor den Shops gezielt auf das Angebot aufmerksam machen.



QUALITÄT IST ANSPRUCH, MARKE LEIDENSCHAFT.

Frische und Premium gehen bei uns Hand in Hand. Für eine effektive Weiterverarbeitung in Perfektion wird bei uns geschnitten, gerieben, gewürfelt, gestiftelt und gehobelt.



NEUE KAFFEE-MARKE

JETZT BEI LEKKERLAND: MÖVENPICK

Lekkerland baut sein Kaffee-Angebot weiter aus. Neu dabei: die Traditionsmarke Mövenpick, die **QUALITÄT UND GENUSS** zu erschwinglichen Preisen verspricht.



Kaffee gehört zu den wichtigsten Umsatztreibern im Shop-Geschäft. Deshalb erweitert Lekkerland ab sofort sein Kaffee-Sortiment um eine weitere Marke: Mövenpick. „Wir wollen die unterschiedlichen Kund:innenbedürfnisse noch besser abdecken und uns breiter aufstellen“, erklärt Christina Lohmann, Category Management Coffee bei Lekkerland. „Mit mehreren starken Marken können wir zudem flexibler auf die unterschiedlichen Bedürfnisse unserer Kund:innen eingehen.“

Die Traditionsmarke Mövenpick im mittleren Preissegment steht für bewussten und nachhaltigen Genuss und ist in der Tankstellen-Branche exklusiv bei Lekkerland erhältlich.

Warum Mövenpick ins Portfolio passt

Bislang bestand das Lekkerland Kaffee-Portfolio aus zwei starken Marken: der Eigenmarke Coffee Bean Company, die für zuverlässige Qualität zum Einstiegspreis steht und besonders preisorientierte Standorte anspricht, sowie der beliebten italienischen Premium-Marke Lavazza, die für ausgeprägte Markenstärke und italienischen Kaffee-Genuss im oberen Preissegment steht.

Was bislang jedoch fehlte, war eine bekannte Marke, die nicht nur preislich überzeugt, sondern auch einen großen Wert auf Nachhaltigkeit legt.

„Mit Mövenpick bieten wir ab sofort eine nachhaltige Marke an, die Fairtrade-zertifiziert ist“, so Christina Lohmann. Die Aspekte Bio und Fairtrade gelten für 32 Prozent der Konsument:innen als zusätzliche Kaufimpulse. Hier kommt also Mövenpick ins Spiel. Der Kaffee ist seit Jahrzehnten im Lebensmitteleinzelhandel etabliert, genießt dort großes Vertrauen und hat einen hohen Wiedererkennungswert – insbesondere im Segment ganze Bohne, Caffè Crema und Espresso. „Mövenpick steht für Tradition mit nachhaltigem Genuss“, so Christina Lohmann von Lekkerland. „Diese Werte lassen sich gut auf den To-go-Bereich übertragen.“

Mit Mövenpick ergänzt Lekkerland sein Portfolio um eine etablierte Marke mit klarem Qualitätsversprechen – perfekt für Standorte, die sich bewusst profilieren möchten.

Espresso Corazón sowie Crema Corazón von Mövenpick haben einen harmonischen, ausgewogenen Geschmack, der perfekt zu Milchkisgetränken wie Cappuccino oder Latte Macchiato passt. Darum lässt sich Mövenpick vielseitig einsetzen.

- 1 Mövenpick Espresso Corazón (Art.-Nr. 660329) •
- 2 Mövenpick Crema Corazón (Art.-Nr. 660333)



Fotos: Shutterstock, Lekkerland



„Mit Mövenpick bieten wir eine nachhaltige Marke, die Fairtrade-zertifiziert ist.“

CHRISTINA LOHMANN
Category Management Coffee,
Lekkerland SE



Snacken auf dem nächsten Level!



JETZT BESTELLEN!

0% Industriezucker

100% vegan

ballaststoffreich

Dreierlei Nuss
648914

Zimtiger Apfel
648913

Feiner Kakao
648916



SO OPTIMIEREN SIE IHR ANGEBOT

3 TIPPS FÜR EIN BESSERES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

Kund:innen wollen Qualität zum fairen Preis. Mit diesen drei Tipps OPTIMIEREN SIE IHR BACKWAREN-ANGEBOT im Shop.

Tip 1: Preisvorteile sichtbar machen

Snack-Menüs, Bundle-Angebote und Aktionen zählen zu den wichtigsten Umsatztreibern im Foodservice. Sie machen Preisvorteile für Kund:innen sofort erkennbar und erhöhen gleichzeitig den Durchschnittsbon. Grundlage dafür ist eine klare Sortimentsstruktur vom Preiseinstieg über Klassiker bis hin zu Premiumprodukten. Für Sie wichtig zu wissen: Unterschiede sollten für Kund:innen direkt sichtbar sein, etwa über Größe, Belag oder hochwertige Zutaten. Besonders gut funktionieren feste Snack-Menüs wie „Snack & Getränk“ oder Mengenaktionen wie „2 für 1“. Achten Sie darauf, diese Angebote so zu platzieren, dass Kund:innen auf sie aufmerksam werden können, und sie klar zu kennzeichnen. Zusätzlich steigern Sortimente, die an Tageszeit, Region und Saison angepasst sind, die Kaufbereitschaft.

Tip 2: Eigenmarken gezielt einsetzen

Preisgünstige Alternativen wie die Lekkerland-Eigenmarken my quality und my basics verbinden verlässliche Qualität mit ansprechenden Einkaufspreisen für Backwaren und Beläge – das schafft für Sie eine wirtschaftlich starke Basis für das Backwaren-Angebot. Sie eignen sich besonders für Preiseinstiegs- und Klassikerprodukte. Für Kund:innen ist meist nicht erkennbar, dass es sich bei den genutzten Produkten um Eigenmarken handelt – entscheidend sind Frische, Geschmack und Optik. Für Sie eröffnen sich dadurch zusätzliche Kalkulationsspielräume. Wichtig ist jedoch, den Einkaufsvorteil an die Kund:innen weiterzugeben. So stärken Sie das Vertrauen in Ihr Angebot und verbessern die Wahrnehmung Ihres Preis-Leistungs-Verhältnisses.



Tipp 3: Kleiner Warenkorb, große Auswahl

Ein schlank gehaltener Warenkorb hilft, Kosten zu senken und Abschriften zu reduzieren. Wer gezielt auf wenige, vielseitig einsetzbare Zutaten setzt – etwa weniger Aufstriche oder Beläge –, kann trotzdem eine große Auswahl an Backwaren anbieten. Passende Gebindegrößen und flexible Rezepturen erleichtern die Planung zusätzlich. Es kann außerdem helfen, Backwaren in kleineren Wellen über den Tag zuzubereiten und feste Zeitfenster für die Nachproduktion festzulegen. Auch gezielte Abverkaufsaktionen sind sinnvoll, um Lebensmittelabfälle zu reduzieren und die Wirtschaftlichkeit zu verbessern.

FIX VERKAUFSBEREIT

Backwaren wie Butterbrezeln können aus der Tiefkühlung einzeln entnommen und aufgetaut werden. Das unterstützt Ihren Verkauf, da die Produkte sofort verkaufsbereit sind – ob in der Theke oder im SB-Bereich.



B&B Laugenbrezel Butter gefüllt
(Art.-Nr. 709359)

BIFI BBQ-SNACK

JETZT PROBIEREN!

NEU!



LSI – Germany GmbH
Eyber Str. 81
D – 91522 Ansbach
www.bifi.com

Artikel	Art.-Nr.	Barcode	Hersteller-UVP
---------	----------	---------	----------------

BiFi BBQ Snack	660458		2.50 EUR
----------------	--------	---	----------

AUS UNSEREM SORTIMENT

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



20 Jahre Crio Icefrocks!

Höchste Zeit, einmal eiskalt Danke zu sagen! Danke für Tausende Truhen an Convenience-Standorten mit unseren Icecubes. Danke für mehr als 20 Jahre Liebe zum Frosch, der

jede Party supportet. Danke für die Treue zum 2-kg-Beutel mit original Schwarzwälder Wasser. Und ein großes Dankeschön für den starken Start unseres Icefrocks Cup – für alle, die ihre Party sofort und im eigenen Mixverhältnis beginnen wollen.

Starte jetzt auch Dein Mixverhältnis am Getränkeregale mit unserem Icefrocks Cup.

Icefrocks Cup Solid Frocks, 150 g, 12 x 150 g Be. (Art.-Nr. 650557)



Verrückt nach Langnese

Neu von Langnese, Magnum und Ben & Jerry's: Jedes Eis erzählt eine Geschichte von unvergesslichen Momenten, weil man sie mit jemandem teilt. Mit der neuen Multi-Layer-Sensation von Volcanix und dem fruchtig leichten Solero Strawberry Twist eröffnet Langnese ein neues Kapitel.

Frisch, elegant und charmant bieten Magnum La Pistache und La Pêche auf neue Art Luxus für die Sinne. Ben & Jerry's überrascht mit neuem Crunch und dem besten Ben & Jerry's Sandwich aller Zeiten.

1 Langnese Volcanix, 24 x 80 ml St. (Art.-Nr. 656568) • 2 Langnese Solero Strawberry Twist, 25 x 90 ml St. (Art.-Nr. 656556) • 3 Ben & Jerry's WichCookieDough, 25 x 120 ml St. (Art.-Nr. 656555) • 4 Langnese Magnum La Pistache, 20 x 90 ml St. (Art.-Nr. 656558) • 5 Langnese Magnum La Pêche, 20 x 90 ml St. (Art.-Nr. 656561)



Hafergenuss war noch nie so praktisch!

Ob Dreierlei Nuss, Feiner Kakao, Zimtiger Apfel oder Salted Peanut – die 3Bears Haferriegel sind 100 % vegan und kommen vollständig ohne Zusatzstoffe und Palmöl aus. Dafür sind die mit Vollkorn-Haferflocken hergestellten Riegel besonders ballaststoffreich.

Die Haferriegel bieten eine tolle Alternative zu herkömmlichen Snacks, die oft mit leeren Kalorien und Zucker beladen sind, und sind die ideale Wahl für den kleinen Hunger zwischendurch.

6 3Bears Oat Bar Dreierlei Nuss, 16 x 45 g Rg. (Art.-Nr. 648914) • 7 3Bears Oat Bar Salted Peanut, 16 x 45 g Rg. (Art.-Nr. 649026) • 8 3Bears Oat Bar Kakao, 16 x 45 g Rg. (Art.-Nr. 648916) • 9 3Bears Oat Bar Zimtiger Apfel, 16 x 45 g Rg. (Art.-Nr. 648913)



Neu ab März 2026: modernes Verpackungsdesign für starke Kaufimpulse im Kühlregal mit NESCAFÉ® - ready to drink!

Das neue, bunte Dosendesign mit starker Visibilität begeistert die junge Zielgruppe und ermöglicht eine bessere Sortendifferenzierung der vier leckeren Varianten: Cappuccino, Latte, Espresso Macchiato und Caramel Latte. Da die Produkte ungekühlt haltbar sind, bieten sich viele Platzierungsmöglichkeiten.

Perfekt abgestimmte, milchig-cremige Süße gepaart mit weichem Kaffeegeschmack on-the-go - ein Portfolio, das bereits seit Jahren Topseller in der Tankstelle ist.

- 1 DPG Nescafé RTD Latte, 12 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 613950) •
- 2 DPG Nescafé RTD Espresso Macchiato, 12 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 613952) •
- 3 DPG Nescafé RTD Latte Caramel, 12 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 631782) •
- 4 DPG Nescafé RTD Cappuccino, 12 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 613951)



Lotus Biscoff Ice Cream: das Eis mit dem Karamellkeks - jetzt noch leckerer!

Lotus Biscoff Eis am Stiel, das ist Keksgenuss und Eisvergnügen zugleich. Cremiges Eis mit Karamellgeschmack trifft hier auf Lotus Karamellkeksstückchen.

Für ein noch authentischeres Lotus Biscoff-Erlebnis wurde die Rezeptur des Stieleises jetzt gezielt weiterentwickelt: Um den charakteristischen Lotus Biscoff-Geschmack noch stärker in den Fokus zu rücken, wurde auf den Schokoladenüberzug verzichtet. Umhüllt wird der Eismix nun von einem einzigartigen Überzug, hergestellt mit Lotus Karamellkeksstückchen.

Lotus Biscoff Stick, 20 x 90 ml St. (Art.-Nr. 659817)



FÜR VEGANISTAS



LL-Art.-Nr.656595



LL-Art.-Nr.656593

Treet's®

LL-Art.-Nr.	Art.-Bezeichnung	Grammatur	Tray-Sortierung	EAN Einzel	EAN Umkarton
656595	Treet's Peanuts	45g	24 Stück	42506324	4000281330014
656593	Treet's Peanuts	85g	16 Stück	4000281323511	4000281323047



MiXery Iced: Erfrischung mit Style!

Die neuen Sorten Iced Gold und Iced Black von MiXery bringen frischen Schwung ins Biermix-Regal und sprechen vor allem trendaffine Kund:innen an. Iced Gold überzeugt mit der spritzigen Kombination aus Bier und Lime-Agave-Geschmack. Iced Black ist inspiriert vom beliebten Cuba Libre und kombiniert Bier, Cola und Limette. Beide Sorten haben 5,9 Vol. % und treffen damit den Nerv einer jungen urbanen Zielgruppe.

Das klar aufgebaute Line-up in Gold, Black und Blue schafft Wiedererkennung und lädt zum Zweitkauf ein. Jetzt bestellen und begeistern!

- 1 DPG MiXery Iced Gold, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 660265) •
- 2 DPG MiXery Iced Black, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 660263)



Jetzt neu: Aperol Spritz ready to drink in der praktischen Einzelflasche

Aperol, der Kult-Aperitif, der weltweit für seine orange leuchtende Farbe und sein einzigartiges bittersüßes Geschmacksprofil bekannt ist, hat alles, was man für den perfekten Aperitif braucht: eine ausgewogene Mischung hochwertiger Zutaten, eine lebendige und leuchtende Farbe und einzigartigen, bittersüßen Geschmack.

Mit der neuen Aperol Spritz Einzelflasche erschließt die Marke zusätzliche Konsumanlässe im Impulsgeschäft und ermöglicht einen noch einfacheren Genuss - perfekt für unterwegs.

Aperol Spritz 10,5% vol., 24 x 0,2 l Fl. (Art.-Nr. 659941)



Beam Suntory Deutschland bringt vier spannende Neuheiten ins Regal:

Der beliebte Jim Beam® Kentucky Straight Bourbon ist im Sommer auch in der rotationsstarken 200-ml-Glasflasche erhältlich. Für erfrischenden Genuss sorgen außerdem der neue Jim Beam® Berry Mix als Ready-to-drink in der Dose sowie Jim Beam® Pineapple mit exotisch-fruchtiger Ananasnote.

Fruchtige Abwechslung liefert zudem -196 Peach, ein Vodka-Mixgetränk mit erfrischendem Pfirsichgeschmack. Eiskalt genießen!

- 3 Jim Beam Kentucky Straight Bourbon, 12 x 200 ml Fl. (Art.-Nr. wird noch bekannt gegeben) • 4 DPG Jim Beam Pineapple, 6 x 0,7 l Fl. (Art.-Nr. 660535) • 5 DPG -196 Double Peach 10% vol., 12 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 660142) • 6 DPG Jim Beam Berry Mix, 12 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 660144)

ENTDECKE DIE **NEUEN** KITKAT TAFELN



LL-Art.-Nr. 659773 (45 Tafeln á 99 g sortiert; Vorverkaufsartikel)



LL-Art.-Nr.
660332 (15 x 99g)

LL-Art.-Nr.
660330 (15 x 99g)

LL-Art.-Nr.
660328 (15 x 99g)

This is a ~~Candy~~ Protein Waffle Bar



Protein Waffle Bar - Hazelnut Spread: Artikel Nr.: 660225

Protein Waffle Bar - Pistachio Spread: Artikel Nr.: 660233

Protein Waffle Bar - Milk & Hazelnut: Artikel Nr.: 660234

GUT BESTÜCKT IST HALB VERKAUFT

Prepaidkarten gehören zu den Topsellern im Shop-Geschäft. Doch nur wer ein aufgeräumtes und volles Regal präsentiert, steigert die Kaufbereitschaft und vermittelt Professionalität. Worauf Sie bei der Regalpflege achten sollten, lesen Sie ab Seite 38.



LOVE IS IN THE AIR!

Die Top-5-Geschenkartikel

Viele Kund:innen suchen unterwegs nach kleinen Aufmerksamkeiten, die sie ihren Liebsten mitbringen können. Geschenkartikel sind im Unterwegskonsum daher echte Umsatzbringer. Wir stellen die Top 5 vor:



VON HERZEN

Rosen und Herzen sind Symbole der Liebe. Da lässt das rote Rosenherz in der eleganten Geschenkbox sicherlich so manches Herz höherschlagen.

Rosenherz Rot DIG, 15 cm, 1 St. (Art.-Nr. 618871)



ICH LIEBE DICH

Wenn ein Geschenk mehr sagt als tausend Worte: Dieses kuschlig weiche Kissen in Herzform ist der perfekte Liebesbeweis.

Plüschherz, 18 cm, 1 x 6 St. (Art.-Nr. 625324)



DURCH DIE BLUME

Über Blumen freut sich jede:r. Und die Freude wird garantiert noch größer, wenn man weiß, dass diese konservierte Rose lange hält.

Smeraldino Rose, 30 cm, rot, 1 x 3 St. (Art.-Nr. 620059)



KUSCHELPARTNER

Wenn der oder die Partner:in mal länger auf Reisen ist, ist dieser Plüschbär mit Herz der perfekte Kuschelersatz.

Bär mit Herz, braun, 18 cm, 1 x 2 St. (Art.-Nr. 625038)



NUR FÜR DICH

Mit dem Rosenbären in der Geschenkbox kann man jeder und jedem eine Freude machen. In ansprechender Verpackung ist er auch sofort verschenkbereit.

Rosenbär Rot, 25 cm, RFE, 1 St. (Art.-Nr. 633265)

AUS BURGHOF WIRD HEIMATGOLD BEWÄHRTE QUALITÄT IM NEUEN LOOK

Unter dem Namen Heimatgold startet die Lekkerland Marke Burghof in eine neue Ära. Der neue Auftritt verbindet TRADITION, QUALITÄT UND ZEITGEMÄßES DESIGN.

Nach über 30 erfolgreichen Jahren schlägt die Lekkerland Eigenmarke Burghof ein neues Kapitel auf: Aus Burghof wird Heimatgold. Mit neuem Namen, modernisiertem Design, klarer Positionierung und eindeutigen Color Coding rückt die Marke ihre Kernwerte stärker in den Fokus – ohne ihre Wurzeln zu verlieren. Burghof stand immer für klassisch deutsche Spirituosen zum attraktiven Preis, bewährte Qualität und die einfachen Freuden des Lebens. Die Zielgruppe war jedoch über die Jahre an der Optik und dem Markenauftritt vorbeigewachsen und benötigte eine Modernisierung.

Für Momente, die verbinden

Der neue Markenname ist bewusst gewählt. Heimatgold steht für Tradition, Qualität und Genussmomente, die Menschen zusammenbringen. Werte, die bei den Konsument:innen heute mehr denn je gefragt sind. Gleichzeitig ist der Name emotional stärker aufgeladen als der bisherige – ein wichtiger Schritt, um die Marke auch für neue Zielgruppen attraktiv zu machen. Das haben auch dem Markenwechsel vorangehende Marktanalysen ergeben, bei denen Burghof-Konsument:innen zum neuen Design und Markennamen befragt wurden. Im Vergleich der Markenwerte wie „ist ein Produkt, das man gerne genießt“

oder „wirkt zeitgemäß“ schnitt Heimatgold bis zu 10 % besser ab als die bisherige Marke Burghof. Im Ranking der Namen gegeneinander schnitt Heimatgold sogar fast doppelt so gut ab wie Burghof.

Die Umstellung ist dabei kein Bruch mit der Vergangenheit, sondern eine Weiterentwicklung: Die Produkte, Rezepturen und die bekannte deutsche Qualität bleiben unverändert. Das Sortiment umfasst weiterhin die Klassiker Korn (32 % vol.), Doppelkorn (38 % vol.) und Klarer (30 % vol.) in verschiedenen Gebindegrößen – von der handlichen 0,1-l-Flasche bis zur 0,7-l-Flasche.



NEUES GEWAND

Alle Größen von Burghof Doppelkorn und Klarer gibt es ab sofort im neuen Heimatgold-Stil zum Bestellen.

- 1 Heimatgold Doppelkorn 38% vol., 0,1 l, 12 x 0,10 l Fl. (Art.-Nr. 656257)
- 2 Heimatgold Doppelkorn 38% vol., 0,2 l, 15 x 0,20 l Fl. (Art.-Nr. 656253)
- 3 Heimatgold Doppelkorn 38% vol., 0,7 l, 6 x 0,70 l Fl. (Art.-Nr. 656252)
- 4 Heimatgold Klarer 30% vol., 0,7 l, 6 x 0,70 l Fl. (Art.-Nr. 656250)

Attraktives Verpackungsdesign

Getragen wird der Relaunch durch das vollständig überarbeitete Verpackungsdesign: Klare Linien, ein Hinweis auf die deutsche Herkunft und reduzierte Symbolik sorgen für einen zeitgemäßen und attraktiven Auftritt. Die Flaschen wirken ansprechend und gleichzeitig bodenständig. Der klare Hinweis auf die deutsche Herkunft stärkt das Qualitätsversprechen zusätzlich.

KLARER LOOK

Auch der klassische Korn von Burghof kommt in einem klareren Look mit Heimatgold daher. Alle gewohnten Größen sind erhältlich und ab sofort bestellbar.

- 5 Heimatgold Korn 32% vol., 0,2 l, 12 x 0,20 l Fl. (Art.-Nr. 656254) •
- 6 Heimatgold Korn 32% vol., 0,1 l, 12 x 0,10 l Fl. (Art.-Nr. 656251) •
- 7 Heimatgold Korn 32% vol., 0,7 l, 6 x 0,70 l Fl. (Art.-Nr. 656256)



Neue Chancen für Shops

Die neuen Heimatgold Artikel ersetzen nun sukzessive die bisherigen Burghof Produkte und werden in den kommenden Wochen erstmalig ausgeliefert. Der Markenwechsel zu Heimatgold bietet Ihnen als Shopbetreiber:in eine echte Verkaufschance. Ein neuer Name, ein frisches Design und eine klare Botschaft sorgen für Aufmerksamkeit im Regal - ohne dass Stammkund:innen auf ihre gewohnte Qualität verzichten müssen. Die Stammkundschaft ist im Schnitt männlich, 30 bis 39 Jahre alt und verfügt über mittlere Monatsnettoeinkommen. Doch auch eine neue Zielgruppe kann durch das neue Design erschlossen werden.

JETZT NEU

AWARD WINNING
SAN FRANCISCO
WORLD SPIRITS COMPETITION
DOUBLE GOLD

Art.-Nr. 660535

AB APRIL AUCH IN DER 200 ML GLASFLASCHE

Art.-Nr. 660144

Art.-Nr. 660142

TRY THE MIX WITH VODKA & SHOCHU

NEW FLAVOR

ALC. 10% VOL

DRINK SMART®



UNSERE PMLDS: TRENDIG & IMPULSSTARK

Die preisattraktiven Eigenmarken-PMLDs von Lekkerland setzen im To-go-Geschäft klare Akzente und beflügeln Ihren Umsatz.

Premixed Longdrinks (PMLDs) sind längst fester Bestandteil der modernen To-go-Kultur, denn sie treffen exakt den Nerv einer Zielgruppe, die unterwegs nach trendigen, sofort trinkfertigen Produkten sucht. Wer die angesagten Mixgetränke im Sortiment hat, setzt also starke Kaufanreize und sorgt verlässlich für Zusatzumsätze. Das gilt insbesondere an Tankstellen: Jeder dritte Tankstellenkunde kauft mindestens einmal wöchentlich einen PMLD.

ALLSEITS BELIEBT
Ob Whiskey Cola oder Gin & Tonic: Premixes sind perfekt für gesellige Runden.



7



6

6 DPG American Star Whiskey Cola 10% vol., 12 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 655579) • 7 DPG Blue Soul Gin Tonic 10,1% vol., 24 x 250 ml Ds. (Art.-Nr. 650239)

Preislich attraktiv

Insbesondere PMLDs, die nicht nur qualitativ hochwertig, sondern so wie die PMLD-Eigenmarkenprodukte von Lekkerland auch preislich attraktiv sind, sind ideale Impulsartikel mit hohem Mitnahmefaktor. Ganz im Gegensatz zu teuren Markenartikeln, bei denen Tankstellen Kund:innen vor allem über den Preis verlieren.

Mit American Star Whiskey Cola, Blue Soul Gin & Tonic, den Vina Augusta Spritz-Getränken und den Zarewitsch Vodka-Mixes bieten wir Ihnen ein trendstarkes Sortiment an, das sich klar vom Wettbewerb differenziert. Wichtig für den Abverkauf: Die Drinks sollten im Shop stets gut gekühlt platziert werden – dann wird noch häufiger spontan zugegriffen.



5

4



3

VOLL IM TREND
Die Zarewitsch Vodka-Mixes zählen zu den am stärksten nachgefragten Premix Longdrinks in der Dose.

3 DPG Zarewitsch Vodka Lemon Premium Mix 10% vol., 24 x 250 ml Ds. (Art.-Nr. 650237) • 4 DPG Zarewitsch Vodka Maracuja Premium Mix 10% vol., 24 x 250 ml Ds. (Art.-Nr. 647703) • 5 DPG Zarewitsch Vodka Energy Premium Mix 10% vol., 24 x 250 ml Ds. (Art.-Nr. 650238)

READY TO DRINK
Die beiden leckeren Spritz-Varianten von Vina Augusta sind perfekt für den Genuss unterwegs.

1 Vina Augusta Spritz, 12 x 275 ml Fl. (Art.-Nr. 655760) • 2 Vina Augusta Limoncello Spritz, 12 x 275 ml Fl. (Art.-Nr. 647231)



EXOTISCHE GESCHMACKSVIELFALT FÜR UNTERWEGS

JETZT DIE JUNGE ZIELGRUPPE GEWINNEN!

NEU



Neue exotische Geschmacksrichtung:
Insbesondere Gen Z ist auf der Suche nach Vielfalt
und Geschmackserlebnissen



Hohe Kaufbereitschaft:
80 % der Befragten würden das Produkt kaufen*



Schnellere Kühlung:
perfekt für Impulskäufe im Kühlregal



Kein Glas, kein Bruch:
leichte und sichere Handhabung

* Ipsos Studie, September 2024, Top 2 Box.

HIER BESTELLEN!

DESPERADOS TROPICAL DPG DOSE 0,5 L



656817



**THE BEER WITH
LATIN VIBE**

NEUES FÜR IHR SORTIMENT

KLEINE SNACKS, GROSSE WIRKUNG

Mehr Impulskäufe, mehr Abwechslung, mehr Genuss: Mit unseren NEUEN EIGENMARKENPRODUKTEN holen Sie sich aufmerksamkeitsstarke Mitnahmeartikel ins Regal. Ob süß, frisch oder herzhaft – die Neuheiten sind optimal auf den Unterwegskonsum abgestimmt und sorgen für zusätzliche Kaufanreize an Kasse und Snackregal.

M'Candy Fruchtgummis: Süßes für unterwegs

Ob im Auto, beim Spaziergang oder für die kleine Pause zwischendurch: Die neuen M'Candy Fruchtgummis im wiederverschließbaren 150-g-Becher, der perfekt in den Auto-Cupholder passt, sind wie gemacht für den Unterwegskonsum. Erhältlich sind ein süßer Mix mit sechs unterschiedlichen Geschmacksrichtungen sowie ein saurer Mix mit Schnullern – beides vegan und ideal zum Teilen.



SÜSS & SAUER
Die neuen M'Candy Fruchtgummis im Becher sind perfekt zum Naschen, Teilen und Genießen.

- 1 M'Candy Saure Schnuller Fruchtgummis, 12 x 150 g Bc. (Art.-Nr. 659575) •
- 2 M'Candy Süße Mischung Fruchtgummis, 12 x 150 g Bc. (Art.-Nr. 659574)

3



4



FRISCH & FRUCHTIG
Die M'Candy Minzpastillen sorgen für den kleinen Atemfrische-Kick unterwegs.

- 3 M'Candy Pastillen Pfefferminz, 12 x 25 g Bt. (Art.-Nr. 660523) •
- 4 M'Candy Pastillen Kirsche, 12 x 25 g Bt. (Art.-Nr. 660522)

M'Candy Minzpastillen: Kleiner Kick, große Wirkung

Unterwegs schnell durchatmen: Die neuen M'Candy Minzpastillen sorgen jederzeit für frischen Atem. In den Sorten Pfefferminz und Kirsche passen sie in jede Tasche und sind ideal für den Frischemoment zwischendurch. Die praktische 12er-Displaybox macht die M'Candy Minzpastillen ideal für eine Zweitplatzierung!

Mr. Knabbits Knusper Pandas: Knuspern mit Spaßfaktor

Die neuen Mr. Knabbits Knusper Pandas liefern salzig-leckeren Knabberspaß für zwischendurch. Der unwiderstehliche Snack mit fröhlichen Pandagesichtern kommt in der praktischen 55-Gramm-Packung im neuen, aufmerksamkeitsstarken Mr. Knabbits-Design daher und ist so ein echter Hingucker im Regal.



KNUSPRIG & LECKER
Die Mr. Knabbits Knusper Pandas überzeugen mit ihrem leckeren Geschmack und einem Design, das sofort ins Auge fällt.

- 5 Mr. Knabbits Knusper Pandas, 18 x 55 g Bt. (Art.-Nr. 660169)

cleVer
Kauf

WHISKEY COLA. WAS SONST.




EINFACH MEHR UMSATZ

- ★ Whiskey Cola Premixes wachsen auf bereits hohem Niveau weiterhin konstant. Gegenüber dem Vorjahr stieg der Umsatz in Deutschland um über 6 %.*
- ★ Perfekt für den schnellen und einfachen Genuss unterwegs und geschmacklich auf dem Niveau bekannter Markenhersteller mit J.
- ★ Ein Design was auffällt, neugierig macht und zum Kauf animiert. Zeitlos, reduziert, stylish.

*Nielsen MAT bis 30.03.25 (LEH)

ARTIKEL
INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
655579		Whiskey Cola 10%	12/0,33 L Ds DPG

 **Lekkerland**
the convenience company

REGALPFLEGE: GUT GEPFLEGT IST HALB VERKAUFT

Prepaid- und Guthabekarten gehören zu den Topsellern im Shopgeschäft. Doch nur wer ein AUFGERÄUMTES UND VOLLES REGAL PRÄSENTIERT, steigert die Kaufbereitschaft und vermittelt Professionalität.



Foto: Shutterstock



Mehr Geschmack, mehr Umsatz!



Authentische Flavours!



Vom Original – dem Erfinder der Instantnudel!

Gutscheinkarten sind beliebte Last-minute-Geschenke – gerade rund um Ostern, Mutter- oder Vatertag. Für Sie wichtig zu wissen: Kund:innen nehmen schnell wahr, ob die Karten im Regal ordentlich präsentiert werden – was ihre Kaufentscheidung beeinflusst. Insbesondere ein leeres oder unübersichtliches Display kann leicht dazu führen, dass die Produkte gar nicht ins Auge fallen. „Ein aufgeräumtes und gut gepflegtes Regal dagegen vermittelt Professionalität und sorgt dafür, dass die Karten von Kund:innen besser wahrgenommen und öfter gekauft werden“, erklärt Max Bruchhagen, Head of Buying & Category Management e-va bei Lekkerland.



RIESIGE AUSWAHL
Egal ob Spiele oder Apps – Google Play, PlayStation & Co. lassen mit den vielfältigen Angeboten nicht nur Gamer:innen-Hezen höherschlagen.

- 1 Playstation Network Card 20 EUR Blister, 1 x 10 St. (Art.-Nr. 633090) •
- 2 Wunschgutschein variabel Blister, 1 x 10 St. (Art.-Nr. 631901) •
- 3 Google Play 50 EUR Blister, 1 x 10 St. (Art.-Nr. 631875) •
- 4 Roblox 20 EUR Blister (One Code), 1 x 10 St. (Art.-Nr. 633095) •
- 5 Apple 10-250 EUR Blister (One Code), 1 x 10 St. (Art.-Nr. 640910)

Hi PROTEIN
Hi UMSATZ

OHNE ZUCKER ZUSATZ



PISTAZIEN-GESCHMACK
MIT STEIGERUNGSRATEN VON **51,3% ****
NEU AB Q1 2025!

Art.-Nr.	Tray-Sortierung	Artikel-Bezeichnung
660350*	12/55 g Bt	High Protein Balls Pistachio Style
637501	12/55 g Bt	High Protein Balls Milkschokolade
637502	12/55 g Bt	High Protein Balls weiße Schokolade



*nur als Vorbestellartikel
**YouGov Trendstudie 2025 (Umsatzentwicklung MAT März 2025 vs. Vorjahr (in %)).



SCHOKOLADE AUS FAIRTRADE-KAKAO



So wirkt das e-va Regal verkaufsstark

Ein optimal gepflegtes e-va Regal hängt voll: „Alle Haken sind bestückt, aktuelle Karten werden präsentiert, idealerweise mit mehreren Karten pro Wertstufe“, erklärt Natalie Bitterberg. Die Lekkerland Expertin empfiehlt auch, die Prepaid-karten in allen üblichen Varianten zur Verfügung zu haben. Vor allem die Topseller sollten immer vorrätig sein. Einzelne Wertstufen lassen sich jederzeit gezielt nachbestellen, besonders dann, wenn sich abzeichnet, dass bestimmte Karten häufiger verkauft werden. Wie oft das Kartenregal aufgefüllt wird, hängt dabei von der Kundenfrequenz und dem Abverkauf ab. Empfehlenswert ist jedoch ein kurzer, regelmäßiger Check – wöchentlich oder im Rahmen bestehender Routinen. Oft reicht schon ein schneller Blick, um zu erkennen, wo nachgebessert werden muss.



Develey

FOOD SERVICE

Gemeinsam Gutes besser machen.



Unser Wrap-Konzept



15 Arten Wraps zu rollen



ART.-NR.	ARTIKELBEZEICHNUNG	INHALT / PACKART	ART.-NR.	ARTIKELBEZEICHNUNG	INHALT / PACKART
851352	Develey Burger Sauce	875 ml	641173	Develey Gurken Relish	875 ml
13181	Develey Barbecue Sauce	875 ml	655493	Develey Onion Relish	875 ml
13270	Develey Tomaten Ketchup	875 ml	631375	Funtastic Tortillas ø 30 cm	1775 g

Nach Ostern wieder aufstücken

Vor allem zu Festen wie Ostern, aber auch zum Mutter- oder Vatertag werden Prepaidkarten besonders gern gekauft. Entsprechend sind die Regale nach den Feiertagen oft ausgedünnt: Top-seller fehlen, einzelne Wertstufen sind vergriffen – die Auswahl wirkt kleiner, als sie tatsächlich ist. Genau dann lohnt sich ein gezielter Blick auf das Regal. Fehlende Karten können bei Lekkerland unkompliziert nachbestellt werden. Das geht einfach und kostenlos über den Webshop. Zum e-va Service von Lekkerland gehört außerdem, dass Merchandiser zweimal im Jahr im Shop vorbeischauen, neue Produkte platzieren und Lücken auffüllen.



Bei Fragen zum e-va Sortiment wenden Sie sich an Ihre:n gewohnte:n Ansprechpartner:in bei Lekkerland.

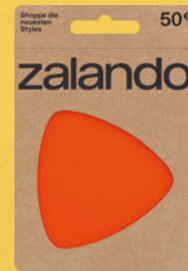
①



②



③



INDIVIDUELL

Die Wahl des richtigen Geschenks kann herausfordernd sein. Mit Geschenkkarten kann sich jede:r einen kleinen bis großen Wunsch erfüllen – ob neue Schuhe, ein Streaming-Abo oder Elektronik.

1 Amazon variabel Blister, 1 x 10 St. (Art.-Nr. 633060) • 2 Netflix 25 EUR Blister, 1 x 10 St. (Art.-Nr. 633083) • 3 Zalando 50 EUR Blister (One Code), 1 x 10 St. (Art.-Nr. 633116)

#114418

6 x 0.75l bottles



#604824

6 x 0.75l bottles

LAGIOIOSA

#656455

6 x 0.75l bottles

MIT ODER OHNE, IMMER PRICKELND

SONNENBRILLEN VON AMV SCHÖNE AUSSICHTEN FÜR IHREN UMSATZ

Wer Sonnenbrillen im Sortiment hat, profitiert das ganze Jahr.
Denn die schicken Augenschützer sind unterwegs gefragt.
Die Lekkerland Tochtergesellschaft amv bietet mit einem
neuen Thekendisplay eine breite Auswahl an.



①

IMMER GUTE SICHT

Das stabile und leichte Display bietet Platz für 40 verschiedene hochwertige Sonnenbrillen aus Metall und Kunststoff, bei denen für jeden Kund:innen-Geschmack das richtige Modell dabei ist.

1 Sonnenbrillen Thekendisplay
(Art.-Nr. 662158)


Sonnenbrillen werden oft genau dann gebraucht, wenn man sie nicht dabei hat: bei tief stehender Sonne im Frühjahr oder Herbst, im Auto auf dem Weg zur Arbeit oder in die Ferien. In solchen Momenten greifen Kund:innen spontan zu – vorausgesetzt, das Angebot ist direkt sichtbar und attraktiv präsentiert.

Mit dem Sonnenbrillen-Sortiment der Lekkerland Tochtergesellschaft amv sind Shops auf genau diese Situationen bestens vorbereitet. Die Kollektion bietet eine große Auswahl an Modellen in guter Qualität zu sehr attraktiven Preisen und spricht damit jede Zielgruppe an. So lassen sich Impulskäufe gezielt fördern und zusätzliche Umsätze erzielen – nicht nur im Sommer.



Auswahl auf einen Blick

Die Sonnenbrillen werden im attraktiven und praktischen Thekendisplay geliefert, das bereits vollständig mit 40 hochwertigen Modellen bestückt ist. Zusätzlich kann man die Sonnenbrillen in den drei Preisgruppen nachbestellen. Das Display ist sofort einsatzbereit und bietet Ihren Kund:innen auf einen Blick eine übersichtliche Auswahl.

 Wenn Sie bereits eine Platzierung vor Ort haben, wenden Sie sich gern an die Mitarbeitenden unserer Service-Hotline, um Ihre Platzierung zu aktualisieren.


amv
nonfood experts
 Service-Hotline
+49 89 2000 74 75 - 99



JETZT ORDERN!

NESCAFÉ® Ready to Drink

*Neues, modernes
Verpackungsdesign*

*für starke
Kaufimpulse*



- ▀ *Neues, modernes Design* begeistert die junge Zielgruppe und sorgt für *bessere Sortendifferenzierung*.
- ▀ *Erhältlich in 4 leckeren Varianten*. Perfekt abgestimmte milchig-cremige Süße gepaart mit weichem Kaffeegeschmack on-the-go – ein Portfolio, das bereits seit Jahren *Topseller* in der Tankstelle ist.
- ▀ *Umgekehrte Haltbarkeit* bietet zusätzliche Platzierungsmöglichkeiten.

NESCAFÉ® Ready to Drink
TYP Cappuccino



LL-Artikelnummer: 613951
12 Dosen à 250 ml
EAN VE: 76 13287 882271
EAN KE: 76 13287 882264

NESCAFÉ® Ready to Drink
TYP Latte



LL-Artikelnummer: 613952
12 Dosen à 250 ml
EAN VE: 76 13287 882202
EAN KE: 76 13287 881892

NESCAFÉ® Ready to Drink
TYP Espresso Macchiato



LL-Artikelnummer: 613952
12 Dosen à 250 ml
EAN VE: 76 13287 882363
EAN KE: 76 13287 882356

NESCAFÉ® Ready to Drink
TYP Caramel Latte



LL-Artikelnummer: 613782
12 Dosen à 250 ml
EAN VE: 84 45290 832061
EAN KE: 84 45290 832054

Weil Qualität mehr Wert ist.



Nestlé™

Good food, Good life

cleVer
Kauf

HEIMATGOLD

GEMEINSAM TRADITION GENIESSEN.

DEUTSCHES
ERZEUGNIS

AUS BURGHOF WIRD
HEIMATGOLD



ARTIKEL
INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
656257		Heimatgold Doppelkorn 38% vol.	12/0,10 L FI.
656253		Heimatgold Doppelkorn 38% vol.	15/0,20 L FI.
656252		Heimatgold Doppelkorn 38% vol.	6/0,70 L FI.
656251		Heimatgold Korn 32% vol.	12/0,10 L FI.
656254		Heimatgold Korn 32% vol.	12/0,20 L FI.
656256		Heimatgold Korn 32% vol.	6/0,70 L FI.
656250		Heimatgold Klarer 30% vol.	6/0,70 L FI.

 **Lekkerland**
the convenience company

ZUKUNFT TANKEN - MIT DEN POS-MODULEN VON PLUSTOOLS

Tankstellen-Shop-Betreiber:innen aufgepasst! Auf Seite 48 lesen Sie, wie das Aktionsprogramm PlusTools Sie mit unterschiedlichen Modulen dabei unterstützt, Produkte optimal zu platzieren, Verkaufsaktionen umzusetzen und das Sortiment gezielt zu steuern.



UNITI expo



19. - 21. Mai 2026, Messe Stuttgart

UNITI EXPO

Umsatzbringer und Umsatzbremsen

Wie können Tankstellen-Shops heute und in Zukunft Erfolg haben? Damit befasst sich der Lekkerland Stand bei der UNITI expo, dem diesjährigen Messe-Höhepunkt der Tankstellen-Branche in Stuttgart (19. bis 21. Mai in der Messe). Dabei geht es um Chancen, aber auch um Herausforderungen.

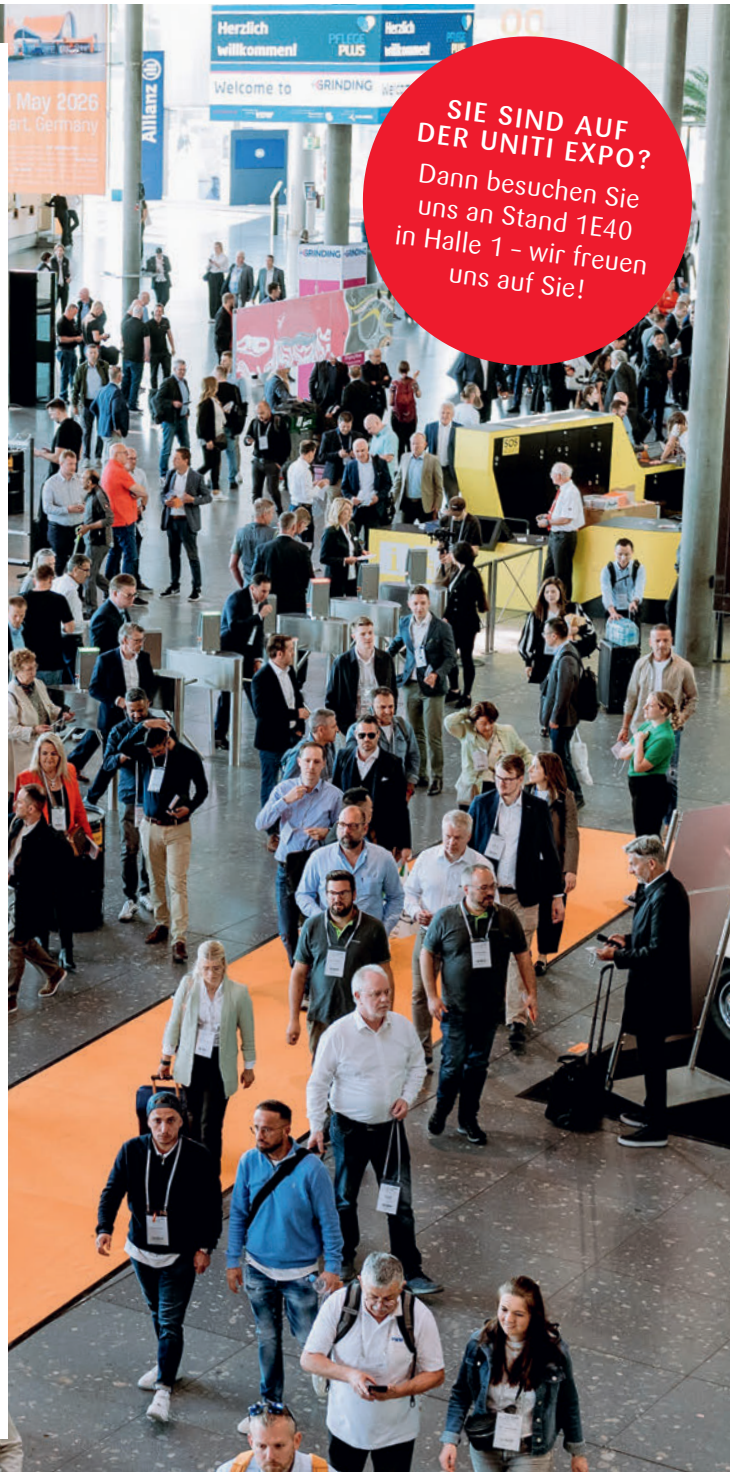
Tankstelle ohne Tabak?

Das Tabak-Geschäft spielt heute für viele Tankstellen eine sehr wichtige Rolle. Doch insbesondere politische Vorgaben könnten künftig zu Einschnitten führen. Diese Szenarien sowie Möglichkeiten, sich darauf vorzubereiten, sind ein wesentliches Thema des Lekkerland Stands.

Treffpunkt und Trendsetter

Das Shop-Geschäft an den Wünschen der Konsument:innen auszurichten - das ist heute und in Zukunft der wichtigste Erfolgsfaktor. Wie das konkret aussehen kann, zeigt Lekkerland ebenfalls an seinem Stand: mit Foodservice- und Kaffee-Lösungen wie Fresh + Tasty, aber auch mit attraktiven Promotions sowie preisalternativen Produkten wie den Lekkerland Eigenmarken. Zudem präsentiert das Unternehmen smarte Verkaufslösungen, die ohne Verkaufspersonal auskommen.

SIE SIND AUF DER UNITI EXPO?
Dann besuchen Sie uns an Stand 1E40 in Halle 1 - wir freuen uns auf Sie!



EISKAFFEE

LIEBER FRISCH ZUBEREITET ODER READY TO DRINK?

Ob ready to drink oder frisch zubereitet: Eiskaffee ist ein **EISKALTER UMSATZBRINGER** für das Sommergeschäft. Erfahren Sie, welche Variante am besten zu Ihrem Shop passt.



Wenn bald die Temperaturen steigen, wächst wieder der Wunsch nach erfrischem Eiskaffee. In Tankstellen- und Convenience-Shops haben Kundinnen und Kunden die Wahl: frisch zubereitet aus der Maschine oder fertig aus dem Kühlregal. Dabei kommt es auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden an. Wollen sie bewusst genießen oder einfach eine schnelle Erfrischung?

Vorteile im Überblick

Frisch zubereiteter Iced Coffee spricht vor allem Tankstellenkundinnen und -kunden an, die Wert auf Individualisierung und Frische legen und bereits Kaffee aus der Maschine kaufen. Ready-to-drink-Eiskaffee zieht meist jüngere Zielgruppen und eine Kundschaft mit wenig Zeit an. Diese kaufen Kaffee gerne spontan, wenn sie den Kühlschrank im Shop ohnehin ansteuern.

EISKALT PRAKTISCH

Wenn sich unterwegs der Kaffeedurst bemerkbar macht, sind Ready-to-drink-Eiskaffees wie Cappuccino und Caffè Latte Macchiato im Sommer ideal.

- 1 DPG Nescafé Cappuccino, 12 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 613951) -
- 2 Coffee Bean Company Caffè Latte Macchiato, 4,8%, 10 x 250 ml St. (Art.-Nr. 610509)



1



2

	Frisch zubereiteter Eiskaffee	Ready to drink
Zubereitung	Vor Ort, frisch	Verzehrfertig, teilweise wiederverschließbar
Individualisierung	Möglich (Eis, Milch, Süße)	Standardisiert
Geschmack	Kaffeebasiert	Milchgetränkbasiert
Zeitaufwand	Kurz, aktiv	Minimal
Konsistenz	Variabel	Konstant

Die frisch zubereitete Variante lässt sich kurzfristig an persönliche Vorlieben anpassen, zum Beispiel mit Sirup oder einem Extra-Shot Espresso. Ready-to-drink-Eiskaffee kann sofort genossen werden, punktet durch bekannte Marken und eine große Sortenvielfalt - von High-Protein-Varianten über Light-Optionen bis hin zu veganen Produkten. Er lässt sich unkompliziert mitnehmen und auch gut mit anderen Kaltgetränken kombinieren.

Voraussetzungen in Ihrem Shop

Wenn Sie frisch zubereiteten Iced Coffee anbieten, benötigen Sie dafür neben einer Kaffeemaschine auch Eiswürfel – und eine klare Kommunikation am POS. Die Platzierung im Bedienbereich oder am Kaffee-Menüboard, ergänzt durch saisonale Hinweise, erleichtert Kund:innen die Auswahl. Ready-to-drink-Eiskaffee verlangt gekühlte Lagerung, permanente Verfügbarkeit und gute Sichtbarkeit im Kühlregal. Impulszonen in Griffhöhe sind ideal.



TREND-VARIANTEN

Bei Ready-to-drink-Eiskaffees ist für jeden Geschmack und Trend das Passende dabei. Sei es angesagter Matcha Latte oder eine kalorienarme Variante.

- 3 Emmi Caffè Latte Balance, 5 x 230 ml Be. (Art.-Nr. 656732)
- 4 Emmi Matcha Latte Classic, 5 x 230 ml Be. (Art.-Nr. 656733)

Aufwand und Chancen abwägen

Der frisch zubereitete Iced Coffee bietet eine attraktive Marge und einen überschaubaren Logistikaufwand, erfordert jedoch die Einbindung von Personal. Der Ready-to-drink-Eiskaffee erzielt eine normale Marge, benötigt teilweise eine Kühlkette, kommt dafür aber ohne Personalaufwand aus und verursacht nur geringe Abschriften.

Unsere Empfehlung: Bieten Sie beide Varianten an. Der frisch zubereitete Iced Coffee zeigt Kompetenz im Kaffee-Portfolio, während der Ready-to-drink-Eiskaffee ein praktischer Frequenzartikel für Spontankäufe ist. Zusammen erweitern sie die Sommer-Kaffee-Range und sorgen dafür, dass Ihre Kundinnen und Kunden für jeden Moment die passende Erfrischung finden.

EISKALTER GENUSS



**JETZT IN DIE
EISKAFFEE-
SAISON
STARTEN!**

Starbucks® Chilled Coffee – jetzt bestellen.



Classic Vanilla
Artikel-Nr.: 631343

Creamy Coffee
Artikel-Nr.: 631344

Summer Escape
Artikel-Nr.: 656859

Caramel Macchiato Flavour
Artikel-Nr.: 437143

PLUSTOOLS ATTRAKTIV FÜR TANKSTELLEN UND IHRE KUND:INNEN

PlusTools helfen Tankstellen,
PRODUKTE GEZIELT ZU PLATZIEREN
und mit attraktiven Angeboten mehr
aus Ihrem Shop herauszuholen.

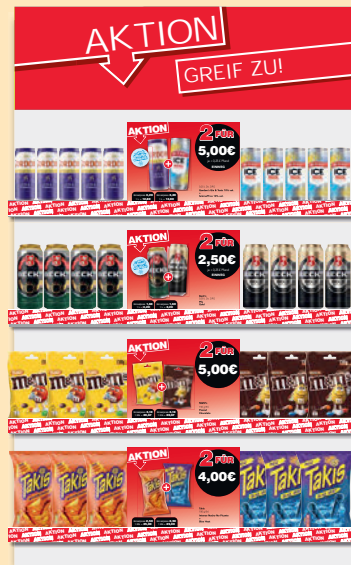
Mit PlusTools, dem Aktionsprogramm von Lekkerland, machen Sie Ihre Produkte sichtbarer. Das Programm unterstützt Shop-Betreiber:innen mit unterschiedlichen Modulen dabei, Produkte optimal zu platzieren, Verkaufsaktionen umzusetzen und das Sortiment gezielt zu steuern – von Neuheiten bis zu Topsellern. So lassen sich Aktionsflächen effizient nutzen und zusätzliche Umsatzchancen erschließen. Die Module lassen sich flexibel an Ihr Sortiment und Ihre Zielgruppe anpassen. PlusTools geht dabei über reine Zweitplatzierungen hinaus: Bundle-Mechaniken wie „2 für X €“ oder „2 zum Preis von 1“ vermitteln den Kund:innen ein starkes Preis-Leistungs-Gefühl, was Impulskäufe fördert, den Warenkorbwert steigert und Abverkäufe beschleunigt.

PlusTools nutzen: So geht's

Sie wählen bei Lekkerland die gewünschten Module aus, schließen den Vertrag digital ab und erhalten die Module, Werbemittel und Aktionsware. Während des Aktionszeitraums können Sie die beworbenen Artikel zum echten Vorteilspreis bei Lekkerland vier Wochen lang nachbestellen. Durch die festen Liefer- und Aktionszyklen können Aktionen zuverlässig geplant und Umsatzpotenziale langfristig ausgeschöpft werden.



Weitere Infos zu unseren PlusTools finden Sie auf plustools.info.



GONDELPLUS:

Ganzjährig am POS einsetzbar, Aktionszeitraum jetzt acht Wochen. Bietet viel Fläche für wechselnde Aktionsware.



SPIRITUOSENPLUS:

Für Kleinspirituosen, ideal für offene Regale mit Scannerschienen. Schafft Übersichtlichkeit und setzt margenstarke Artikel gezielt in Szene.



EISPLUS:

Präsentiert saisonale Eissorten in der Truhe aufmerksamkeitsstark. Sorgt besonders in den warmen Monaten für zusätzliche Frequenz und Spontankäufe.



NEUHEITENPLUS:

Bietet neuen Produkten eine Bühne, damit sie direkt ins Blickfeld Ihrer Kund:innen gelangen. Erleichtert die Einführung und steigert die Provierbereitschaft.



THEKENPLUS & THEKENPLUS XL:

Kompakte Module für den Kassensbereich, in zwei Größen erhältlich und perfekt für Impulsartikel und Bundle-Angebote. Ideal, um Zusatzkäufe direkt beim Bezahlvorgang zu fördern.



GETRÄNKEPLUS:

Stellt Getränke gezielt in den Fokus, fördert Impulskäufe und hebt Bestseller hervor. Unterstützt eine klare Struktur und schnelle Orientierung am Regal.

JETZT ORDERN!

FRISCH. FRUCHTIG. UMSATZSTARK.

**LIMITED
EDITION**



LL-Nummer: 479043



LL-Nummer: 049981



LL-Nummer: 648420



LL-Nummer: 548025



LL-Nummer: 528109



LL-Nummer: 050322



LL-Nummer: 081090



LL-Nummer: 049878



LL-Nummer: 082944



FRONERI MIT JEDEM EIS EIN WENIG MEHR FREUDE

Mit seiner BREITEN AUSWAHL AN BELIEBTEN MARKEN - von Nuii, Milka und Oreo bis Pirulo und Schöller - spricht das Impuls-Eis von Froneri jeden Eisfan an. Für das laufende Jahr hat der Hersteller wieder einige aufregende Neuheiten entwickelt.

Die Produktion von leckerem Speiseeis ist eine Wissenschaft für sich. Je nach Produkt und Sorte wird ein Eismix aus unterschiedlichen Zutaten hergestellt und unter ständigem Rühren eingefroren, wobei Luft in die Mischung gelangt. Das macht die minus 6 °C kalte Masse cremig, die sich dann portionieren und in Form bringen lässt. Anschließend friert sie bei minus 40 °C endgültig durch.

Der Hersteller Froneri Ice Cream hat diesen Prozess perfektioniert - und produziert auf diese Weise eine große Bandbreite an Impuls-Eis-Artikeln. Dazu gehören beliebte Marken wie Nuii, Milka, Oreo, Pirulo oder Schöller. „Wir stehen für eine Markenpower, die einzigartig in der Impuls-Eis-Truhe ist“, sagt Manuel Heerde, Head of Sales Out-of-Home und Mitglied der Geschäftsleitung von Froneri.



KULTSORTEN
Pirulo mit seinen zart schmelzenden Schokokugeln und Bum Bum mit seinem Kaugummistil verbinden Genuss und Spaß.

- 1 Schöller Pirulo Watermelon, 36 x 73 ml (Art.-Nr. 632854) •
- 2 Schöller Bum Bum, 32 x 72 ml (Art.-Nr. 836099)





3

FÜR ALLE ETWAS

Von Froneri kommt mit Nuii das einzige Impuls-Eis mit echter Sahne oder der Keksklassiker von Oreo als Mini Bites im Becher.

3 NUII Salted Caramel & Australian Macadamia, 20 x 90 ml (Art.-Nr. 604113) • 4 Oreo Mini Bites Cup, 12 x 105 ml (Art.-Nr. 632849)



4



„Wir vereinen mehr als 100 Jahre Erfahrung bei der Eisherstellung mit der Leidenschaft eines Start-ups.“

MANUEL HEERDE

Head of Sales Out-of-Home
und Mitglied der Geschäftsleitung,
Froneri Ice Cream

Fotos: Froneri



5

SPANNEND
Zur neuen Eissaison überrascht der Hersteller Eisans wieder mit aufregenden Neuheiten, etwa von Mälzer & Fu oder Biscoff.

5 Lotus Biscoff Stick, 20 x 90 ml (Art.-Nr. 659817) • 6 Mälzer & Fu Conez Franzbrötchen, 16 x 120 ml (Art.-Nr. 659954) • 7 Mälzer & Fu Conez Mango Breeze, 16 x 120 ml (Art.-Nr. 659955)



6

7

Erfahrung und Leidenschaft

Die Wurzeln des Unternehmens reichen weit zurück. Schon 1932 hatte die Italienerin Regina Roncadin in Osnabrück eine Eisdiele eröffnet, aus der später der internationale Eishersteller Richmond-Roncadin hervorgehen sollte. Nur fünf Jahre später erfanden die Brüder Theo und Karl Schöller in Nürnberg das Eis am Stiel und gründeten die Eismarke Schöller. Im Jahr 2016 schließlich entstand aus der Fusion dieser Unternehmen und ihrem jahrzehntelangen Know-how Froneri. „Wir vereinen insgesamt mehr als 100 Jahre Erfahrung mit der Leidenschaft eines Start-ups“, sagt Froneri-Manager Manuel Heerde.

Das noch vergleichsweise junge Unternehmen gehört zu den größten Speiseeis-Produzenten der Welt. Es verkauft sein Eis in mehr als 20 Ländern rund um den Globus und beschäftigt weltweit mehr als 12.000 Menschen. Für den deutschen Markt produziert Froneri vor allem in Uelzen südlich von Hamburg sowie in Osnabrück.

Hier entsteht ein breites Impuls-Eis-Portfolio, in dem jede:r Eisliebhaber:in etwas für die eigenen Vorlieben findet. Dazu gehört beispielsweise Nuii, das mit echter Sahne hergestellt wird und aufregende Geschmackskombinationen bietet. Ebenfalls beliebt sind Pirulo Kaktus und Watermelon, bei denen heute sogar mehr junge Erwachsene als Kinder zugreifen. Echte Klassiker sind die Kultsorten Bum Bum mit dem Kaugummi-stiel sowie der Evergreen Big Sandwich, den es bereits seit mehr als 60 Jahren gibt.

Aufregende Neuheiten

Für die Eis-Saison 2026 überrascht Froneri Eisans wieder mit einigen aufregenden Neuheiten. So bekommt die Nuii-Familie Zuwachs mit der Sorte Milk Chocolat & Ethiopian Cold Brew Coffee. Mit echtem Koffein ist sie Wachmacher und süßer Snack zugleich. Neu im Sortiment ist auch der Biscoff-Stick – ein Stieleis mit dem unverwechselbaren Biscoff-Keks in der Umhüllung.

Eine echte Innovation ist auch das Konzept Cool Conez von Mälzer & Fu mit den Sorten Franzbrötchen und Mango Breeze. Die Eishörnchen passen farblich zur jeweiligen Sorte und sind prall gefüllt mit Premium-Eis, verfeinert mit leckeren Saucen. „Das hat es in der Form noch nicht gegeben“, sagt Froneri-Vertriebsleiter Manuel Heerde. Ihm zufolge arbeitet der Hersteller mit seinen etablierten Marken und spannenden Neuheiten an einem ganz einfach klingenden selbst gesteckten Ziel: „Wir wollen der Welt mit jedem Eis ein wenig mehr Freude bringen.“



SORTIMENT

TOP-PRODUKTE FÜR SNACKAUTOMATEN

Snack- und Getränkeautomaten können für Shops eine attraktive, zusätzliche **UMSATZQUELLE BEI ÜBERSCHAUBAREM AUFWAND** sein. Entscheidend ist ein klar strukturiertes Sortiment.



Ob im Kiosk oder draußen vor der Tür: Snackautomaten machen Ihren Kund:innen das Einkaufen noch einfacher. Einfach auswählen, bezahlen und sofort unterwegs genießen. Auch für Sie als Shop-Betreiber:in machen sich Automaten schnell bezahlt: Einmal aufgestellt, lassen sich mit ihnen rund um die Uhr zusätzliche Umsätze ohne großen Aufwand generieren. Besonders vorteilhaft: Der Personalaufwand hält sich in engen Grenzen. Damit Kund:innen im Vorbeigehen genau das finden, was sie wollen, ist jedoch ein klar strukturiertes Sortiment entscheidend.

Bewährte Marken sorgen für stabile Umsätze

Am Automaten entscheiden Kund:innen in wenigen Sekunden. Sie bleiben kurz stehen, werfen einen Blick ins Automatenfenster – und wählen dann meistens das, was sie kennen. Ein überladenes oder ständig wechselndes Sortiment hilft dabei nicht. Im Gegenteil: Zu viel Auswahl bremst bei der Entscheidung aus. „Am Automaten funktioniert, was bekannt ist“, sagt Maximilian Schmid, Head of Account Management Independent bei Lekkerland. Wer Automaten aufstellt –

Auf einen Blick

DIE WICHTIGSTEN VORTEILE VON SNACKAUTOMATEN:

24/7-UMSATZCHANCE

Verkaufen auch außerhalb der Öffnungszeiten – rund um die Uhr.

GERINGER PERSONALAUFWAND

Gut in Zeiten von Fachkräftemangel – für Snackautomaten ist kein zusätzliches Verkaufspersonal nötig.

Vending-Operatoren -, muss die Produkte so auswählen, dass Kund:innen schnell finden, was sie wollen. Warum das wichtig ist, erklärt Maximilian Schmid: „Ein klar strukturiertes Sortiment sorgt für stabile Umsätze und gibt Sicherheit.“ Gerade bei Getränken zahlt sich das aus. Klassiker wie Coca-Cola, Coca-Cola Zero und Fanta gehören ebenso in jeden Automaten wie ein stilles Wasser. Im Energy-Bereich greifen viele selbstverständlich zu Red Bull - ob klassisch oder als White Edition. Ergänzt durch Produkte wie Paulaner Spezi, Powerade Mountain Blast, Fuze Tea Pfirsich oder Christinen Multivitamin entsteht ein Sortiment, das unterschiedliche Bedürfnisse abdeckt, ohne unübersichtlich zu werden.

EINFACHE SELBSTBEDIENUNG

Mit nur wenigen Griffen erhalten Kund:innen bei Automaten ihre Erfrischung - ohne Personalaufwand für Shop-Betreiber:innen.



FÜR DEN SÜSSEN ZAHN

Gerade Schokoriegel wie Snickers, Corny & Co. sind im Unterwegskonsum besonders beliebt bei den Konsument:innen.

Auch bei Snacks punkten die Klassiker

Ähnlich sieht es bei Snacks und Süßwaren aus. Auch hier greifen Kund:innen bevorzugt zu bekannten Marken. Riegel wie Snickers, Twix, KitKat, Corny Big Schoko oder Kinder Bueno sind echte Dauerbrenner. Sie funktionieren, weil sie vertraut sind - und weil sie schnell satt machen. Ergänzt um Produkte wie Hanuta, Manner Neapolitaner, Haribo Goldbären und Pringles Original entsteht ein

ausgewogenes Kernsortiment, das unterschiedliche Geschmäcker anspricht. Auch ein Kuchensnack wie BOOM Käsekuchen kann sinnvoll sein - perfekt, wenn der kleine Hunger etwas größer ist. „Weniger ist oft mehr“, sagt Tobias Rapp, Account Manager bei Lekkerland. „Ein kompaktes, klar aufgebautes Sortiment verkauft sich besser als eine übervolle Auswahl.“ Für Shop-Betreiber:innen heißt das: einfacher planen, weniger Verderb und mehr aus dem vorhandenen Platz herausholen.



„Am Automaten funktioniert, was bekannt ist.“

MAXIMILIAN SCHMID
Head of Account Management
Independent bei Lekkerland

Mein Partner

INSTANTGERICHTE TO GO

Das moderne Automatenassortiment umfasst längst nicht mehr nur Schokoriegel. Auch Instantnudeln können angeboten werden.



Frische als zusätzlicher Impuls

Für Sie wichtig zu wissen: Moderne Automaten können heute schon mehr bieten als nur Riegel und Softdrinks. Gerade an Büro- oder Industriestandorten wünschen sich viele Kund:innen kleine Mahlzeiten für zwischendurch. Frische Produkte werten das Angebot deutlich auf und machen den Automaten zur echten Alternative. Bewährt haben sich hier Emmi Caffè Latte Macchiato, 230 ml, als gekühlter Kaffee für unterwegs, das Go Fresh Sandwich Schinken & Gouda als schneller Snack oder ein gekühlter Klassiker wie Ferrero Maxi-King, 35 g. Solche Produkte erhöhen die Attraktivität des Automaten – und schaffen zusätzliche Kaufanlässe, gerade an Standorten mit Laufkundschaft oder 24/7-Betrieb. Richtig bestückt, sind Snackautomaten also weit mehr als nur eine Ergänzung zum Shop. Sie bieten schnellen, unkomplizierten Einkauf – und eröffnen Ihnen als Betreiber:in die Chance auf zusätzliche Umsätze bei überschaubarem Aufwand. Entscheidend ist nicht die größte Auswahl, sondern die richtige.

Als erfahrener Partner begleitet Lekkerland Sie als Shop-Betreiber:in nicht nur bei der Produktauswahl, sondern liefert auch Impulse für effiziente Sortimentsgestaltung, Standortanalysen und zusätzliche Umsatzchancen – damit die Automaten ihr volles Potenzial entfalten und Ihr Geschäft bestmöglich unterstützen.



„Ein kompaktes, klar aufgebautes Sortiment verkauft sich besser als eine übervolle Auswahl.“

TOBIAS RAPP
Account Manager
bei Lekkerland

TOP TEN FÜR AUTOMATEN SNACKS UND GETRÄNKE

FERRERO Hanuta 2er	NESTLÉ Kitkat	SCHWARTAU-ER WERKE Corny Big Schoko	FERRERO Kinder Bueno 2er	MARS Snickers Classic Single	COCA-COLA DPG Coca-Cola	COCA-COLA DPG Coca-Cola Zero	RED BULL DPG Red Bull Energy Drink	COCA-COLA DPG VIO Still	PAULANER DPG Paulaner Spezi
18 x 44 g St.	24 x 41,5 g St.	24 x 50 g St.	30 x 43 g St.	32 x 50 g St.	12 x 0,50 l St.	12 x 0,50 l St.	24 x 0,25 l St.	18 x 0,5 l St.	24 x 0,33 l St.
Art.-Nr. 360661	Art.-Nr. 96688	Art.-Nr. 019903	Art.-Nr. 298759	Art.-Nr. 638340	Art.-Nr. 206948	Art.-Nr. 207392	Art.-Nr. 225807	Art.-Nr. 208486	Art.-Nr. 063934

Das Secco-Erlebnis für unterwegs.

Spritziger italienischer Secco in der praktischen
200 ml Dose.

RICH bietet die perfekte Portionsgröße für spontane
Genussmomente – *ideal für den Convenience-
Handel, Tankstellen und Kioske.*

Ein hochwertiger Premium-Hingucker am POS mit
starkem Impulskaufpotenzial.

PRODUKTE

RICH Secco Bianco
Art.-Nr. 77012

RICH Secco Rosé
Art.-Nr. 76012



RICH - Premium Secco to go

Folgen Sie uns auf Instagram: [@richprosecco.official](https://www.instagram.com/richprosecco.official)

www.richprosecco.com



VERRÜCKT NACH NEUHEITEN 2026



LA PÊCHE
PFIRSICH



LA PISTACHE
PISTAZIE



GOLD CARAMEL
BILLIONAIRE
RIEGEL



Cornetto

MAX

PISTAZIE



BEN & JERRY'S

Cookie
Dough



5
LAYERS

VOLCANIX



TWISTER
FRRREEZE



SOLERO

STRAWBERRY
TWIST



MINECRAFT

VERRÜCKT
NACH

