

Mein Shop

MEIN JOB • MEIN LEBEN • MEIN PARTNER

16 FOODSERVICE

Wie Kunden wieder Lust auf frische Snacks bekommen

20 ABSTANDSREGELN UND CO.

Antworten auf die wichtigsten Fragen zu Hygiene und Infektionsschutz

28 DATENSCHUTZ IM INTERNET

Wie sich ganz einfach sichere Passwörter generieren lassen

EXTRA
Mitarbeitergespräche:
die richtige
Kommunikation
in Krisenzeiten

NEUE ZEITEN – NEUE CHANCEN

DIE CORONAKRISE STELLT UNTERWEGSVERSORGER VOR HERAUSFORDERUNGEN. DOCH SIE ZEIGT AUCH CHANCEN AUF. WELCHE DAS SIND UND WIE SHOPBETREIBER SIE NUTZEN KÖNNEN, ERFAHREN SIE ab Seite 8



Kleine Becher, große Erfolgsaussichten.

Mehr Umsatz. Mehr Wachstum.
Mehr Kaufimpulse.



Jetzt bestellen.

ARTIKEL
INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
437143		Starbucks® Caramel Macchiato	10/220 ml Be
437136		Starbucks® Caffé Latte	10/220 ml Be
465316		Starbucks® Skinny Latte	10/220 ml Be
465481		Starbucks® Double Shot no added sugar	12/200 ml Ds
358770		Starbucks® Double Shot	12/200 ml Ds



Redaktionsschluss 27.05.2020

Impressum

Das Magazin Mein Shop wird verlegt und herausgegeben von der MEDIAPPOINT GmbH im Auftrag der Lekkerland Deutschland GmbH & Co. KG, 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, Philipp Stiens

ART-DIREKTION
Jessica Winter

GRAFIK
Melanie Kollath

FOTOREDAKTION
Annegret Strauß

PROJEKTMANAGEMENT
Kaye Gummlich

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 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. Mitarbeiter der Lekkerland Deutschland GmbH & Co. KG sind von der Teilnahme an Gewinnspielen ausgeschlossen.

LIEBE LESERINNEN UND LESER!

In der unterwegsversorgung verändern sich Trends ebenso schnell wie die Erwartungen der Kunden. Als Shopbetreiber sind Sie es daher gewohnt, Ihr Angebot regelmäßig weiterzuentwickeln und an neue Anforderungen anzupassen. Nun erfordert die Corona-Pandemie möglicherweise Veränderungen in Ihrem Shop – nicht nur mit Blick auf aktuelle Schutzmaßnahmen, sondern auch auf veränderte Bedürfnisse Ihrer Kunden. Welche das sind, beschreiben wir ab Seite 8. Wir lassen Shopbetreiber sowie Experten von Lekkerland und des Branchenverbands NACS zu Wort kommen. Dabei erläutern wir unter anderem, wie auch in dieser Zeit erfolgreich Food-service-Produkte verkauft werden können.

WIR STEHEN AN IHRER SEITE

Für uns bei Lekkerland steht fest: Bei allen Herausforderungen bietet die aktuelle Situation auch Chancen. Wir unterstützen Sie gerne dabei, diese Chancen zu nutzen.

Natürlich stehen wir aber auch bei der Bewältigung der Herausforderungen an Ihrer Seite: Auf Seite 34 haben wir beispielsweise Tipps zusammengestellt, worauf Sie in schwierigen Zeiten wie diesen bei der Kommunikation mit Ihren Mitarbeitern achten sollten.

Apropos Chancen: Zu den Produkten, bei denen die Nachfrage auch während der Coronakrise relativ stabil geblieben ist, zählen Tabakwaren und Prepaid-Artikel. Daher lohnt sich ein Blick auf die Seiten 46 und 48, wo wir interessante Produkte und Services aus diesen Bereichen vorstellen.

Ich wünsche Ihnen einen erfolgreichen Sommer und viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe!

**Herzlichst,
Ihr** **RIKUS KOLSTER**
Geschäftsführer
Lekkerland Deutschland
GmbH & Co. KG



FACEBOOK

Lekkerland auf Facebook: Hier finden Sie regelmäßig News, Tipps und Tricks zu den Themen Unterwegskonsum und Shop-Optimierung sowie exklusive Produkt-Previews, spannende Branchen-Insights und jede Menge mehr. facebook.com/LekkerlandDeutschland

unterwegs

LEKKERLAND.DE

Sie wollen nicht auf die nächste „Mein Shop“-Ausgabe warten? Noch mehr Tipps und Trends rund um das Shop-Geschäft und Einblicke in die Lekkerland Welt finden Sie auf „Unterwegs“, unserem neuen Online-Magazin: Lekkerland.de/magazin

ZUKÜNFTIGE *my basics* - PRODUKTE



my basics BRÖTCHEN

KAISERBRÖTCHEN & BÄCKERBRÖTCHEN

- Goldbraun in handwerklicher Optik vorgebacken
- Außen rösch, innen luftig
- Kurze Backzeit, aber lange Standzeit

my basics LAUGENSTANGE

- Aus ausgewählten Zutaten traditionell hergestellt
- Kastanienbraune Kruste, saftiges Innenleben
- Perfekt zum Belegen nach dem Backen

my basics CROISSANTS

BUTTERCROISSANT, SCHOKO-NUSS-CROISSANT & KÄSE-SCHINKEN-CROISSANT

- Feinblättrige Struktur und herrlich buttriger Geschmack
- Ein Genuss sowohl pur als auch belegt
- Der perfekte Snack für zwischendurch

BESTER
PREIS
& QUALITÄT

Alle Produkte sind
ab Q3 2020 verfügbar.

INHALT 03.2020

24

LEKKERLAND24
HOTLINE

werktags von 8 bis 17 Uhr unter
der kostenfreien Nummer:
0800 8541 - 410
oder per E-Mail unter:
hotline@lekkerland24.de



MEIN JOB

8 TITELTHEMA

Die Coronakrise stellt Unterwegsversorger vor Herausforderungen. Doch sie birgt auch Chancen

12 WAS SHOPBETREIBER AUS DER KRISE LERNEN KÖNNEN

Ein Interview mit Branchenexperte Mark Wohltmann

13 KONTAKTLOSES QUITTIEREN

Die neue Lekkerland Kundenkarte hat sich bewährt

14 SHOP-PORTRÄTS

Vier Shopbetreiber berichten, wie sich die Coronakrise auf ihren Shopalltag ausgewirkt hat

16 CORONA UND FOODSERVICE

Wie Sie bei den Verbrauchern wieder die Lust auf frische Snacks to go wecken

20 HYGIENE

So schützen Sie Ihr Team und Ihre Kunden

24 SERIE: CATEGORY CHECK

Die Top 10 der Atemfrische

26 NACHHALTIGKEIT

Sieben Tipps, wie Sie Ihren Shop ohne viel Aufwand „grüner“ machen

28 DATENSCHUTZ IM INTERNET

Wie Sie sichere Passwörter generieren

30 TOPSELLER

Spannende Neuheiten und beliebte Bestseller aus unserem Sortiment

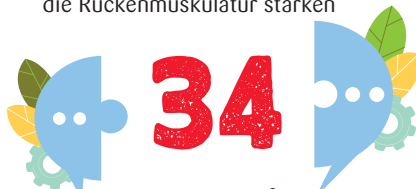
MEIN LEBEN

34 MITARBEITERGESPRÄCHE

Sechs Tipps zur richtigen Kommunikation in Krisenzeiten

36 RÜCKENSCHMERZEN ADE!

Fünf effektive Übungen, die die Rückenmuskulatur stärken



MEIN PARTNER

40 EIGENMARKEN

Neue Menthol-Filterhülsen von Buffalo und Wissenswertes über die TAKE OFF Energydrink-Range



42 VEGETARIER, VEGANER UND CO.

Ein kleines Who's who moderner Ernährungsweisen

44 LIEFERANTENPORTRÄT

Team Beverage Convenience schafft durch Mehrweg Mehrwert

46 E-VA

Wieso Sie Gutscheinkarten für PS4-Fans im Sortiment haben sollten

48 TABAK

Umsatzbringer Raucherbedarfsartikel

50 NEUER E-MAIL-NEWSLETTER

Ab sofort finden Sie die Lekkerland Aktionspost in Ihrem E-Mail-Postfach – und nicht mehr in Ihrem Briefkasten

Gewinner des TAKE OFF-Gewinnspiels aus der Mein Shop 02/2020: In der Mein Shop 02/2020 haben wir Sie gefragt: Wie heißen die drei TAKE OFF-Sorten der Creatures-Range? Die Lösung lautet: „Space Cat“, „Jungle Maniac“ und „Zombie Attack“. Je 1 Tray der fruchtigen TAKE OFF-Sorten haben gewonnen: Claudia Paichert, Birgit Gey, Team Waschpark Fichtelgebirge, Gerhard Reinhardt, Markus Urban, S. Tamasi, Herrmann Schindler, Oliver Schroth, Christiane Baumann und Simone Rehmann.

MIT DEM UMSATZGARANT IN DIE BIERMIXSAISON STARTEN!

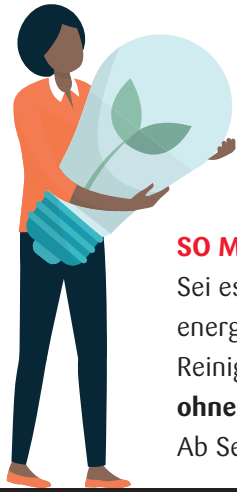
DESPERADOS MOJITO:
6 x 4 x 0,33l Flasche
Artikel-Nr. 351871



DESPERADOS ORIGINAL:
24 x 0,33l Flasche
Artikel-Nr. 808100

enjoy responsibly





MEIN JOB

SO MACHEN SIE IHREN SHOP „GRÜNER“!

Sei es durch eine korrekte Mülltrennung, die Anschaffung von energiesparenden Leuchtmitteln oder den schonenden Einsatz von Reinigungsmitteln: **Es gibt viele Möglichkeiten, wie Sie Ihren Shop ohne großen Zeit- oder Kostenaufwand „grüner“ machen können.** Ab Seite 26 lesen Sie, was Sie alles für die Umwelt tun können.

HEISS GELIEBT: EIS!

Neben Schokolade, Keksen und anderen Zuckerwaren zählt Speiseeis zu den beliebtesten Süßwaren der deutschen Konsumenten. Gerade an heißen Sommertagen ist der Griff in die Kühltruhe eine **willkommene Abkühlung**. Im Supersommer **2018** konsumierten die Deutschen durchschnittlich **8,7 Liter** Speiseeis!*

Und das vor allem in Form von Impulseis - also einzeln verpackt, als Eis am Stiel, Eis-Hörnchen, Eis-Sandwiches, Eis-Riegel, in kleinen Bechern oder als Eis-Konfekt. Der Marktanteil von industriell hergestelltem Eis liegt bei **88 Prozent**.**

Auf dem **ersten Platz** der beliebtesten Eissorten liegt Schokolade, **Platz zwei** belegt Vanille, **Platz drei** Haselnuss. Auf den **Plätzen vier bis zehn** folgen Erdbeere, Joghurt, Stracciatella, Mango, Himbeere, Zitrone und Sahne-Kirsch.***

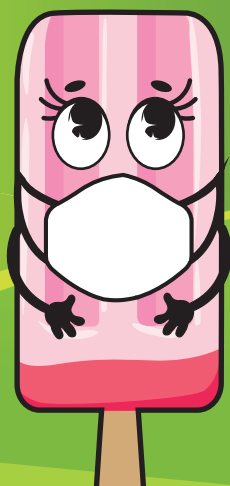
12,5

Kilogramm

Nirgendwo in Europa wird so viel Eis gegessen wie in Estland: Die Estländer aßen 2018 im Schnitt 12,5 Kilogramm Eis pro Kopf. Schlusslicht des Europa-Rankings ist die Schweiz mit nur 2,2 Kilo Speiseeiskonsum pro Kopf.*

NEUE ZEITEN – NEUE CHANCEN

Umsatzeinbrüche, Sparmaßnahmen, bedrohte Existenzen - die Coronakrise stellt viele Unterwegsversorger wie Tankstellen-Shops und Kioske vor HERAUSFORDERUNGEN. Doch sie birgt auch Chancen. Welche das sind und wie Shopbetreiber sie nutzen können, erklären wir auf den folgenden Seiten.



Ein Stopp bei „Nussi’s Eck“ gehört für viele Arbeitnehmer und Schüler im Kölner Stadtteil Mülheim zur morgendlichen Routine. Bis Mitte März hatte das Frühstücksgeschäft des Kiosks von Inhaber Marco Nußbaum gebrummt. Viermal am Tag hatte er Brötchen und Croissants aufgebacken, zudem einige Kannen Kaffee gekocht.

Doch seit Mitte März bleiben die Kunden aus, von einem Tag auf den anderen. Viele Unternehmen haben ihre Mitarbeiter ins

Homeoffice geschickt, die Schulen sind zunächst geschlossen und unterrichten jetzt nur relativ wenige Schüler am Tag. „Mein Frühstücksgeschäft ist vollständig eingebrochen. Ich backe nur noch einmal am Tag Brötchen und Croissants auf und bin abends froh, wenn ich selbst die wenigen Teile verkauft habe“, erzählt Marco Nußbaum aus Köln.

Ähnliche Erfahrungen haben Betreiber und Pächter von Tankstellen-Shops, Kiosken und andere Unterwegsversorger gemacht.



STEFAN PUNKE
Vice President National Sales,
Lekkerland Deutschland
GmbH & Co. KG

Insbesondere die Nachfrage nach Snacks sowie nach Getränken ist – teilweise deutlich – zurückgegangen, erzählen viele Shopbetreiber (siehe Interviews ab Seite 14).

„Unsere Mitglieder berichten von Umsatzverlusten zwischen 30 und nahe 100 Prozent in Tankstellen- und Convenience Shops“, sagt Mark Wohltmann, der den internationalen Branchenverband NACS in Europa vertritt (siehe Interview auf Seite 12). Der National Association of Convenience Stores gehören mehr als 1.500 Handelsunternehmen und 1.600 Lieferanten aus über 50 Ländern an.

NAHVERSORGER-ARTIKEL GEFRAGT

Doch die Entwicklung ist nicht überall dieselbe, sondern variiert unter anderem je nach Region und Standort. Viele Shopbetreiber berichten, dass die Nachfrage nach Tabakwaren und nach Prepaid-Produkten, mit denen sich beispielsweise im Internet Einkäufe oder Spiele bezahlen lassen, zumindest stabil geblieben, teilweise sogar gestiegen ist.

Gefragt waren, insbesondere zu Beginn der Coronakrise, in einigen Shops zudem Nahversorgungsartikel wie Toilettenpapier und Nudeln. So hat es beispielsweise Torsten Hamp erlebt, der in Bremen unter anderem einen Kiosk betreibt. Marco Nußbaum aus Köln erzählt, dass sogar neue Kunden zu ihm gekommen sind, um Nahversorgungsprodukte zu kaufen.

„DER SCHNELLE SERVICE IST GERADE JETZT EIN VORTEIL“

Dabei kommt Unterwegsversorgern wie Kiosken und Tankstellen-Shops zugute, dass „es bei uns schnell geht und die Kunden nicht lange warten müssen – dadurch vermeiden sie Ansteckungsrisiken“, sagt Yvonne Hamp aus Bremen, die ihren Mann bei der Shopführung unterstützt.

„Der schnelle Service, der schon immer ein Trumpf von Unterwegsversorgern im Wettbewerb mit anderen Anbietern wie Lebensmitteleinzelhändlern war, ist gerade jetzt ein Vorteil“, erklärt Stefan Punke, der den Vertrieb von Lekkerland in Deutschland leitet.

Hinzu kommt der Aspekt der guten Erreichbarkeit, die häufig auch mit der Nähe zum Wohn- oder Arbeitsort der Konsumenten verbunden ist.

**„Der schnelle Service,
der schon immer
ein Trumpf von
Unterwegsversorgern
war, ist gerade jetzt
ein Vorteil!“**



„VERTRAUEN IST ENTSCHEIDEND“

Ein weiterer wichtiger Faktor ist: Vertrauen. „Viele Menschen sind unsicher, wenn sie in diesen Zeiten in der Öffentlichkeit unterwegs sind. Halten sie alle Schutzmaßnahmen ein? Wo lauern potenzielle Infektionsquellen? Wichtig ist daher, dass Sie als Shopbetreiber Ihren Kunden so viel Sicherheit wie möglich vermitteln. Vertrauen ist entscheidend“, sagt Peter Ganghof, Leiter Foodservice bei Lekkerland in Deutschland. Dazu gehört, dass Sie die Schutzmaßnahmen konsequent



umsetzen und Ihre Kunden dabei unterstützen, dies ebenfalls zu tun (siehe Seiten 16 bis 19).

„Vertrauen spielt eine große und wachsende Rolle in der heutigen Welt, und Konsumenten wissen, dass sie dem Shop an der Ecke vertrauen können. Hier liegt unsere Stärke als Branche und auch unsere Chance, die Krise für uns zu nutzen“, ist Mark Wohltmann vom Branchenverband NACS überzeugt. „Der Konsument wird nach der Krise denjenigen treu bleiben, denen er vertrauen kann, die ihm Sicherheit bieten, sowohl Produktverfügbarkeits-Sicherheit als auch Hygiene-Sicherheit und Preis-Sicherheit“, so Mark Wohltmann weiter.

UNTERWEGSVERSORGER MÜSSEN SICH AUF EINE NEUE REALITÄT EINSTELLEN

Die Coronakrise hat die unterwegsversorgung von heute auf morgen getroffen. Für Shopbetreiber wie andere Branchenexperten steht fest: Es wird nicht von heute auf morgen wieder so sein wie vor der Krise. Vielmehr werden Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie schrittweise gelockert – aber einige dieser Maßnahmen werden wohl noch lange bestehen bleiben. unterwegsversorger müssen daher, salopp formuliert, das Beste aus der Situation machen und ihr Geschäft erfolgreich anpassen und weiterentwickeln.

„Die Frage wird sein, wie schnell Unternehmer auf diese neue Realität reagieren, positiv denken und die neuen Chancen nutzen“, sagt Branchenexperte Mark Wohltmann von der NACS. Und Stefan Punke von Lekkerland ergänzt: „Wir von Lekkerland stehen gerne zur Verfügung, um unsere Kunden bei der Weiterentwicklung und Anpassung ihres Geschäfts mit Blick auf die aktuelle Situation zu unterstützen.“

BRANCHENEXPERTE IM INTERVIEW

„KUNDEN BLEIBEN DEN SHOPS TREU, DENEN SIE VERTRAUEN KÖNNEN“

Was unterwegsversorger wie Tankstellen- und Convenience-Shops aus der Coronakrise lernen können und worauf es in den kommenden Monaten ankommt, erklärt Mark Wohltmann, Director Europe des internationalen Branchenverbands NACS*.

Herr Wohltmann, welche Auswirkungen hat die Coronakrise aus Ihrer Sicht bisher auf die Convenience-Branche in Europa?

MARK WOHLTMANN: Unsere Mitglieder berichten durchweg von denselben Auswirkungen: Die jeweiligen Ausgangsbeschränkungen haben zu einem massiven Einbruch des Kraftstoffverkaufs geführt – und damit ist einer der Hauptfrequenzbringer weggebrochen. Da mehr Menschen aus dem Homeoffice oder in Kurzarbeit arbeiten und die Schulen geschlossen sind, fehlen einige der wichtigsten Anlässe für unterwegsversorgung. Da die Sitzgastronomie in den meisten Ländern ebenfalls schließen musste, ist der unterwegskonsum massiv zurückgegangen.

Wie schätzen Sie die wirtschaftlichen Auswirkungen für die Convenience Shops ein?

Unsere Mitglieder berichten von Umsatzverlusten zwischen 30 und nahe 100 Prozent in Tank-

[+]

* Die NATIONAL ASSOCIATION OF CONVENIENCE STORES (NACS) ist der führende internationale Wirtschaftsverband der Branche, dem mehr als 1.500 Handelsunternehmen und 1.600 Lieferanten aus über 50 Ländern angehören.





Käse aus Leidenschaft.

Käsespezialitäten mit einem ausgeprägten Sinn für Premium-Qualität und Frische.

Wir schneiden, reiben, würfeln, stifteln und hobeln für Sie - perfekt vorbereitet für die effektive Weiterverarbeitung.

ARTIKEL
INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
051163		Mozzarella Stange 45%	1/300 g Bt
325862		Emmentaler Scheiben 45%, 25x20 g Scheibe	1/500 g Pg
790754		Dt. Cheddar, 25x20 g Scheibe	1/500 g Pg
394074		Régal des Moines	1/250 g St

 **Lekkerland**
the convenience company

MEIN JOB

stellen- und Convenience Shops, abhängig vom Standort. Für einige Standorte hingegen, insbesondere solche in Wohngebieten, haben sich die Ausgangsbeschränkungen positiv ausgewirkt – ihr Shopumsatz hat sich teilweise verdoppelt. Der langfristige wirtschaftliche Effekt für Convenience Shops kann noch nicht abgeschätzt werden; sicher ist jedoch, dass die meisten Händler 2020 einen deutlichen Umsatzrückgang hinnehmen müssen.

Fallen die Auswirkungen in allen Ländern bzw. Convenience-Formaten ähnlich aus – oder sind signifikante Unterschiede festzustellen?

Unterschiede sind vor allem nach Standort bemerkbar. Konsumenten halten sich mehr zu Hause auf und kaufen näher am Wohnort ein. Hier hat die Coronakrise einen Trend verstärkt, den wir schon vor der Pandemie bemerkt haben: Konsumenten vertrauen eher dem „Convenience Shop an der Ecke“ als der anonymen Großfläche. Tankstellenbetreiber berichten uns von teilweise massiven Umsatzzuwächsen in Produktbereichen, die vorher von Konsumenten an Tankstellen nur verhalten angenommen wurden und eher als „Notfallkauf“ galten. Diese Effekte sind über alle Länder hinweg erkennbar. Ihr Ausmaß variiert in der Regel vor allem je nach Strenge, Dauer und Art der Ausgangsbeschränkungen im jeweiligen Land.

Wie wird sich die Branche der Unterwegsversorgung nach Ihrer Einschätzung in den kommenden Monaten entwickeln?

Johannes Sangnes, CEO des Handelsunternehmens Reitan Convenience aus Norwegen, sagte kürzlich: „Es wird nicht eine neue Normalität geben, es wird Tausende neue Normalitäten geben, mit nahezu täglichen Veränderungen im Konsumentenverhalten und neuen Regulierungen.“ Da kann ich nur zustimmen: Die vor uns liegenden zwölf Monate werden von täglicher Veränderung geprägt sein. Die Frage wird sein, wie schnell Unternehmer auf diese neue Realität reagieren, positiv denken und die neuen Chancen nutzen.

Welche Chancen bietet die Krise aus Ihrer Sicht Unterwegsversorgern wie Tankstellen- und Convenience Shops?

Bereits vor der Krise war zu beobachten, dass mehr und mehr Konsumenten in entwickelten Ländern der Großfläche den Rücken kehren und häufiger in der Nachbarschaft einkaufen. Zwar hat der Wocheneinkauf auf der grünen Wiese



MARK WOHLTMMANN
Director Europe
National Association
of Convenience Stores

„Vertrauen spielt eine große und wachsende Rolle in der heutigen Welt, und Konsumenten wissen, dass sie dem Shop an der Ecke vertrauen können.“

von der Krise profitiert (weil die Konsumenten möglichst selten einkaufen gehen wollen), aber das ist sicher nur vorübergehend. „Vertrauen“ spielt eine große und wachsende Rolle in der heutigen Welt, und Konsumenten wissen, dass sie dem Shop an der Ecke vertrauen können. Hier liegt unsere Stärke als Branche und auch unsere Chance, die Krise für uns zu nutzen. Der Konsument wird nach der Krise denjenigen treu bleiben, denen er vertrauen kann, die ihm Sicherheit bieten, sowohl Produktverfügbarkeits-Sicherheit als auch Hygiene-Sicherheit und Preis-Sicherheit.

Was können Unterwegsversorger aus der Krise lernen?

Flexibilität. Niemand war vorbereitet auf die Krise, und kaum jemand hatte so etwas kommen sehen. Wir werden auch in der Zukunft Krisen haben, die wir heute nicht voraussehen können. Und während wir uns nicht auf etwas im Detail vorbereiten können, von dem wir noch gar nicht wissen, was es ist, so können wir uns darauf vorbereiten, schnell reagieren und flexibel sein zu können. Ein paar Beispiele, die natürlich eher für größere Unternehmen zutreffen: Krisenstäbe, Prozesse zur Notfallkommunikation mit Betreibern oder Kunden, Lieferketten für Notfallartikel sollten nicht erst gebildet werden müssen, wenn es zu spät ist. Die Prozesse müssen jetzt vorbereitet und kommuniziert werden, sodass im Notfall schnell gehandelt werden kann. Der Brandschutzbeauftragte legt die Fluchtwege auch nicht erst fest, wenn das Feuer ausgebrochen ist.



CORONAKRISE

NEUE KUNDENKARTE HAT SICH BEWÄHRT

Zum Schutz von Kunden und Fahrern können Lekkerland Belieferungen kontaktlos quittiert werden.

Um seine Kunden sowie Fahrer vor einer Ansteckung mit dem Coronavirus zu schützen, hat Lekkerland Anfang April kurzfristig eine innovative Lösung entwickelt und umgesetzt: die neue Kundenkarte. Sie hat die Größe einer Scheckkarte und enthält einen personalisierten Barcode. Diesen Code scannt der Fahrer bei der Belieferung. Dafür nutzt er sein PDA, einen kleinen, tragbaren Computer, mit dem jeder Fahrer ausgestattet ist. Zuvor hatten Lekkerland Kunden ihre Belieferung per Unterschrift auf dem PDA quittiert.

ziert. Apostolos Couvaras, Senior Manager Corporate Logistics Solution & Innovation, der das Projekt bei Lekkerland gesteuert hat: „Die Karte ist von unseren Kunden sehr gut angenommen worden und hat sich bewährt. Damit können wir gemeinsam einen Beitrag dazu leisten, das Ansteckungspotenzial zu reduzieren.“

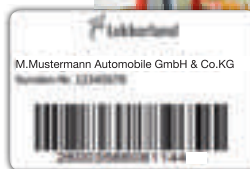
Die neue Kundenkarte ist ein Beispiel dafür, wie Lekkerland die Maßnahmen zum Gesundheitsschutz seiner Mitarbeiter, seiner Kunden und Lieferanten sowie der Verbraucher in der aktuellen Situation kontinuierlich überprüft und bei Bedarf weiterentwickelt.



ANSTECKUNGSRISIKO WIRD REDUZIERT

Durch die neue Kundenkarte wird das Ansteckungsrisiko für Fahrer und Kunde nun redu-

SCHÜTZT VOR ANSTECKUNG
Die neue Kundenkarte wird vom Fahrer gescannt.



Premium Mix

READY TO DRINK

Cheers!



effect®

GOLDBERG

161660	12 x 0,33l Dose DPG effect® - Vodka & Energy - 10%	404704	12 x 0,33l Dose DPG GOLDBERG - Gin & Tonic - 10%
655661	12 x 0,33l Dose DPG effect® Black Açai & Vodka 10%	268264	12 x 0,33l Dose DPG GOLDBERG - Vodka & Maracuja - 10%



1

JÜRGEN HENTSCHEL
Kioskbetreiber aus Essen

„Für meinen Kiosk sind das sehr harte Zeiten.“

Herr Hentschel, Sie betreiben Ihren Kiosk seit gut zwei Jahren. Wie liefen die Geschäfte bis zur Krise?

JÜRGEN HENTSCHEL: Sehr gut. Mein nicht begehrter Klappenkiosk liegt in der Essener Fußgängerzone am Kaiser-Otto-Platz. Hier finden das ganze Jahr über viele Veranstaltungen statt. Viele Besucher holen sich dann bei mir am Kiosk Getränke. Das fällt in diesem Jahr leider alles weg. Seit der Kontaktsperre merke ich, dass die Umsätze immer weiter zurückgehen. Für mich und meinen Kiosk sind das finanziell gesehen sehr harte Zeiten.

Sie haben sich im März entschieden, Soforthilfe vom Land NRW zu beantragen. Wie hat das funktioniert?

Das war überraschend unkompliziert. Nachdem freitags die Website freigeschaltet worden war, habe ich mich direkt am Samstag mit dem Antrag befasst. Das waren ein paar Fragen zu mir und meinem Unternehmen, die ich beantworten musste. Ich habe den Antrag Samstag noch abgeschickt und bereits am Dienstag eine Bewilligung erhalten. Drei Tage später war das Geld auf meinem Konto.

Werden Ihnen die finanziellen Hilfen reichen?

Das hängt davon ab, wie lange die Krise andauern wird und ob es eventuell noch weitere finanzielle Hilfen geben wird. Um Kosten zu sparen, habe ich meine Öffnungszeiten reduziert. Ich bleibe aber zuversichtlich.

WIE LÄUFT ES BEI IHNEN?

Vier Shopbetreiber berichten, wie sich die CORONAKRISE auf ihren Shopalltag ausgewirkt hat, welche SCHUTZMASSNAHMEN sie getroffen haben und wie ihre KUNDEN auf die neue Situation reagieren.

2

TORSTEN & YVONNE HAMP
Kiosk- und Tabakwarenfachgeschäft-Betreiber aus Bremen

„Unsere Kunden wissen, dass es bei uns schnell geht.“

Welche Auswirkungen hat die Coronakrise bislang auf die Umsätze in Ihren beiden Shops?

TORSTEN HAMP: Unter dem Strich sind unsere Umsätze bislang nicht dramatisch eingebrochen. Natürlich haben wir teilweise Rückgänge verzeichnet, beispielsweise bei Backwaren und bei Getränken. Die wurden aber durch Umsatzzuwächse in anderen Bereichen kompensiert, insbesondere bei Prepaid-Produkten und bei Tabakwaren.

Was ist nach Ihrer Einschätzung der Grund dafür, dass starke Umsatzeinbrüche bislang ausgeblieben sind?

YVONNE HAMP: Manche Kunden gehen vielleicht lieber zu uns als in den Supermarkt, weil sie wissen, dass es bei uns schnell geht und sie nicht lange warten müssen – dadurch vermeiden sie Ansteckungsrisiken.

TORSTEN HAMP: Im Fall des Kiosks kommt hinzu, dass der Shop schon immer auch eine Nahversorger-Funktion hatte. Gerade zu Beginn der Krise haben wir dort viel Toilettenpapier verkauft, aber auch Konserven und Nudeln.

Welche Maßnahmen haben Sie getroffen, um Ihre Kunden, Ihre Mitarbeiter und sich selbst vor Ansteckung zu schützen?

TORSTEN HAMP: Wir lassen maximal drei Personen gleichzeitig in den Shop. Wir haben allen Mitarbeitern Mund-Nasen-Bedeckungen zur Verfügung gestellt und verpflichten natürlich auch die Kunden, eine solche Bedeckung zu tragen, sonst müssen sie den Shop verlassen. Um die Mitarbeiter zu schützen, haben wir darüber hinaus eine transparente Abdeckung im Kassenbereich angebracht und Desinfektionsmittel bereitgestellt.

2



Welche Auswirkungen hatte die Coronakrise bislang auf Ihren Shop?

DANIELA BACHMANN: Im Tabaksortiment sowie bei electronic value haben wir sehr an Umsatz zugelegt, beim Bistrogeschäft recht stark abgenommen. Die anderen Sortimente sind nahezu gleich geblieben. Den Fokus im Shopgeschäft legen wir aktuell auf Tabakwaren und Autowaschen.

Wie reagieren Ihre Kunden auf Schutzmaßnahmen im Shop?

Vor der Mundschutzpflicht waren die Kunden entspannt und hatten viel Geduld, mehr als vor der Coronakrise. Aber mit Einführung der Mundschutzpflicht sind die Kunden doch sehr gereizt, und wir müssen uns einiges an Beleidigungen anhören, wenn sie auf den fehlenden

Mundschutz hingewiesen werden. Vielen Kunden ist nicht bewusst, dass sie an einer Tankstelle auch Mundschutzpflicht haben.

Sehen Sie Chancen auf zusätzliche Umsätze und/oder neue Kunden, die Sie in dieser Krise erfolgreich ergriffen haben?

Wir haben festgestellt, dass einige Kunden jetzt wieder vermehrt zu uns kommen, um Tabakwaren oder schnell mal ein Getränk bei uns zu kaufen, die sonst in einen Supermarkt gegangen sind. Derzeit geht das bei uns an der Tankstelle deutlich schneller. Bei uns benötigt man keinen Einkaufswagen und muss auch nicht warten, falls keiner frei ist.

Was erwarten Sie, wie sich das Geschäft in den kommenden Monaten weiterentwickelt?

Ich hoffe, dass mein Geschäft so weiterläuft wie bisher. Aber ich vermute, dass es nicht so bleiben wird. Wir sind ein Kurort mit drei Kurkliniken und viel Gastronomie. Die Menschen haben durch Kurzarbeit oder Arbeitslosigkeit weniger Geld und fahren grundsätzlich weniger. Das wird sich sicherlich auf mein Geschäft auswirken.

3

DANIELA BACHMANN

Betreiberin einer Avia Tankstelle in Schweina

„Seit der Einführung der Mundschutzpflicht sind die Kunden sehr gereizt.“

4

MARCO NUSSBAUM

Kioskbetreiber aus Köln-Mülheim

„Ich denke, dass sich die Lage nun langsam wieder erholt.“

Welche Auswirkungen hat die Coronakrise bislang auf Ihren Shop?

MARCO NUSSBAUM: Mein Frühstücksgeschäft ist vollständig eingebrochen. Statt viermal am Tag backe ich seit Mitte März nur noch einmal am Tag Brötchen und Croissants. Abends kann ich froh sein, wenn ich selbst die wenigen Teile verkauft habe. Das war mal anders. Auch von frischem Kaffee, der vorher sehr guten Absatz fand, verkaufe ich jetzt nur noch eine Kanne pro Tag. Die Kunden, die sich morgens auf dem Weg zur Arbeit oder Schule bei mir eingedeckt haben, die bleiben jetzt zu Hause.

Haben Sie Maßnahmen ergriffen, um Kosten einzusparen?

Da Schule und Kita gegenüber nur eingeschränkt geöffnet haben und insgesamt weniger Menschen frühmorgens unterwegs sind, habe ich meine Öffnungszeiten angepasst. Statt um sechs Uhr öffne ich erst um neun Uhr morgens. Je nachdem, wie sich die Lage entwickelt, werde ich das auch noch bis nach den Sommerferien beibehalten. Da wir für einige Zeit nur zu zweit den Kiosk bedient haben, habe ich sogar noch einen weiteren Mitarbeiter eingestellt, der wegen der geschlossenen Restaurants auf Jobsuche war.

Was erwarten Sie, wie sich das Geschäft in den kommenden Monaten weiterentwickelt?

Ich denke, dass sich die Lage nun langsam wieder erholt und die Menschen wieder mehr rausgehen und auch für unterwegs mehr einkaufen. Trotzdem wird es bestimmt bis nach den Sommerferien dauern, bis wieder Normalität einkehrt.

3



4



CORONA UND FOODSERVICE:

NEUE REZEPTE GEFRAGT

Snacks und Kaffee zum Mitnehmen - das ist für viele Menschen der Inbegriff von Unterwegskonsum. Für Unterwegsversorger wie Tankstellen-Shops und Kioske ist es eines der WICHTIGSTEN WACHSTUMSSEGMENTE.



ber: Mitte März wurde aus dem Wachstumstreiber ein Sorgenkind. Seit die Menschen weniger unterwegs sind und der Vor-Ort-Verzehr erst verboten wurde und jetzt nur unter Auflagen erlaubt ist, bleiben Shopbetreiber auf einigen ihrer Backwaren sitzen. Viele haben deshalb ihr Angebot deutlich reduziert. Auch die Nachfrage nach Kaffee zum Mitnehmen ist gesunken.

„Die Coronakrise und einige Schutzmaßnahmen werden uns voraussichtlich noch lange begleiten. Wir brauchen daher Lösungen, die dieser neuen Situation Rechnung tragen, und

IM FOKUS
 Frische Produkte,
 hygienisch verpackt
 - das wünschen
 Ihre Kunden jetzt.

die helfen, bei den Verbrauchern wieder die Lust auf Snacks und Kaffee zum Mitnehmen an Tankstellen-Shops, Kiosken und Co. zu wecken“, sagt Peter Ganghof, verantwortlich für den Bereich Foodservice bei Lekkerland in Deutschland.

Anders gesagt: Neue Rezepte sind gefragt. Die folgenden „Zutaten“ sind dabei nach Einschätzung von Lekkerland unverzichtbar:

1. VERTRAUEN AUFBAUEN

Viele Menschen sind unsicher, wenn sie in diesen Zeiten in der Öffentlichkeit unterwegs sind. Halten sie alle Schutzmaßnahmen ein? Wo lauern potenzielle Infektionsquellen?

Wichtig ist daher, dass Sie als Shopbetreiber Ihren Kunden so viel Sicherheit wie möglich vermitteln. Dazu gehört, dass Sie die Schutzmaßnahmen konsequent umsetzen und



Saubere Sache - unser Hygiene-Sortiment

Von Desinfektionsmitteln über Mund-Nasen-Bedeckungen bis hin zu Verpackungen für Ihre Snacks - alle diese Produkte können Sie bei uns bestellen (siehe auch Seite 23). Bitte wenden Sie sich bei Interesse an Ihren gewohnten Lekkerland Ansprechpartner.

Trinken hilft.

Bio-Limo und Bio-Eistee mit Zutaten aus fairem Handel und einem guten Zweck.



* Ausnahme Lemonaid Limette
 ** Ausnahme ChariTea green - enthält Honig

Sorte:	Lemonaid Maracuja	Lemonaid Blutorange	Lemonaid Ingwer	Lemonaid Limette	ChariTea mate	ChariTea red	ChariTea green	ChariTea black
Artikelnummer:	203183	203323	474257	273530	289750	297230	253570	297223

Jede Flasche finanziert, zusätzlich zum fairen Handel, den gemeinnützigen Lemonaid & ChariTea e.V. und damit soziale Projekte in den Anbauländern. Mehr Infos auf lemonaid.de.



MEIN JOB



1 Dr. Grimm Wiegand's Händedesinfektion 24 x 500 ml Fl. (Art.-Nr. 601230) • 2 Tork milde Flüssigseife 6 x 1000 ml Fl. (Art.-Nr. 498255) • 3 Flächendesinfektion Robbyrob 3 x 5 l Ka. (Art.-Nr. 601233)

Ihre Kunden dabei unterstützen, dies ebenfalls zu tun – beispielsweise mit Abstandshaltern auf dem Boden und der Bereitstellung von Desinfektionsmitteln beim Betreten und Verlassen Ihres Shops.

Auch hilft es, darauf hinzuweisen, welche nicht unmittelbar ersichtlichen Maßnahmen Sie ergreifen, um das Ansteckungsrisiko zu mindern – beispielsweise in Form von regelmäßigen Reinigungen und Desinfektionen. Diese Information kann durch Aushänge und/oder im Gespräch mit Kunden transportiert werden.

2. HYGIENE: SAUBER BLEIBEN

Noch nie war es so wichtig wie jetzt, dass jeder Mitarbeiter im Shop Hygienevorgaben korrekt

und einwandfrei umsetzt. Denn das trägt dazu bei, die Corona-Pandemie einzudämmen – und bei Ihren Kunden Vertrauen aufzubauen.

3. GEFRAGT: VERPACKTE PRODUKTE

Die Erfahrungen der vergangenen Wochen zeigen: Der Impulskonsum ist bei Produkten wie Backwaren und anderen Snacks deutlich zurückgegangen. Eher kaufen die Verbraucher – auch in Tankstellen-Shops, Kiosken & Co. – Produkte, die sie später zu Hause konsumieren können.

Ein zweiter Trend: Verpackte Produkte sind stärker gefragt als unverpackte Artikel. Offenbar haben die Verbraucher mit Blick auf Ansteckungsrisiken mehr Vertrauen in verpackte Ware.

Fotos: Bernd Wichmann, Heiko Meyer, Lekkerland



MEHR GESCHMACK

MEHR VERWENDUNGSANLÄSSE

MEHR ABSATZ

MiXery ist die führende Marke* im Gesamtmarkt der alkoholhaltigen Biermischgetränke. Das Sortiment und die Gebinde sind genau auf die Zielgruppe abgestimmt, wodurch MiXery, der Pionier der Biermischgetränke, der beste Umsatzgarant ist.



*Quelle: Nielsen, LEH-CAM-ITS 2018

LL Art.-Nr.	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
203474	DPG MiXery Bier/Cola	24 / 0,5l Dose
207734	DPG MiXery Nastrov Iced Blue	24 / 0,5l Dose
239089	DPG MiXery Ultimate Energy 6.0 %	24 / 0,5l Dose
238060	DPG MiXery Ultimate Tequila Flavour 6.0 %	24 / 0,5l Dose
239178	DPG MiXery Ultimate Lemon 6.0 %	24 / 0,5l Dose



ZEITSPAREND
Viele Endverbraucher bedienen sich jetzt lieber selbst, als in einer Schlange anzustehen.

4. BEVORZUGT: SELBSTBEDIENUNG

Schnell rein, schnell raus – das ist für viele Verbraucher heute das Wichtigste, wenn sie Ihren Shop betreten. Eine Folge davon: Sie bedienen sich lieber selbst, als sich in eine Schlange zu stellen, um beispielsweise einen Snack oder einen Kaffee zum Mitnehmen zu erhalten. Es ist daher hilfreich, wenn diese Produkte in Ihrem Shop (auch) in Selbstbedienung angeboten werden.

[+] Sie haben Fragen zu diesen Tipps oder benötigen bestimmte Produkte? Ihr Lekkerland Ansprechpartner berät Sie gerne – und informiert Sie bei Interesse auch über Hygieneartikel und Verpackungen in unserem Sortiment, die Sie auf LEKKERLAND24.DE bestellen können.



PETER GANGHOF
Vice President Foodservice,
Lekkerland Deutschland
GmbH & Co. KG

„Wir brauchen Lösungen, die helfen, bei den Verbrauchern wieder die Lust auf Snacks und Kaffee zum Mitnehmen an Tankstellen-Shops, Kiosken und Co. zu wecken.“

**Immer zur Hand,
wenn du es brauchst.**



**Stark für zarte
Schnupfennasen**

**Tempo Taschentücher
Original**
6x10 Tücher
LL. Art. Nr. 138050



**Für saubere
Hände unterwegs**

**Tempo Feuchttücher
Protect**
10 Tücher
LL. Art. Nr. 923928



HYGIENE: SO SCHÜTZEN SIE IHR TEAM UND IHRE KUNDEN

Welche Maßnahmen Sie als Shopbetreiber umsetzen müssen - und was Sie noch wissen sollten. Wir beantworten die wichtigsten Fragen ZUM SCHUTZ VOR EINER ANSTECKUNG MIT DEM CORONAVIRUS.*

Seit Beginn der Coronakrise gilt in vielerlei Hinsicht: Es ist nicht leicht, den Überblick zu behalten. Über aktuelle Entwicklungen, aber auch über geltende Regelungen und Vorgaben. Die folgenden Seiten sollen Ihnen einen Überblick verschaffen über all das, was Sie unternehmen müssen und sollten, um in Ihrem Shop bestmöglich zur weiteren Eindämmung des Coronavirus beizutragen. Wir bitten um Verständnis, falls aufgrund des zeitlichen Abstands zwischen Redaktionsschluss (27.5.) und Erscheinungstermin manche Angaben nicht mehr aktuell sind.

WO IST FESTGELEGT, WELCHE MASSNAHMEN ICH IN MEINEM SHOP UMSETZEN MUSS?

Die Bundesregierung und die Regierungen der Bundesländer haben gemeinsam Leitlinien zu „infektionsschützenden Maßnahmen“ festgelegt, die regelmäßig überprüft und bei Bedarf angepasst werden. Auf dieser Grundlage erlassen die Landesregierungen Allgemeinverfügungen/Verordnungen, die alle Details regeln - beispielsweise die Ausgestaltung der „Maskenpflicht“ in den einzelnen Bundesländern (den Link zu den für Sie relevanten Regelungen finden Sie auf der Seite einzelhandel.de, siehe S. 21).

In den Leitlinien von Bund und Ländern ist zudem festgelegt, dass jedes Unternehmen ein Hygienekonzept zur Bekämpfung der Coronapandemie umsetzen muss. Um die rechtlichen



Anforderungen zu erfüllen, reicht es aus, die Hygienemaßnahmen einzuhalten, wie sie im „SARS-CoV-2-Arbeitsschutzstandard“ beschrieben sind, den das Bundesministerium veröffentlicht hat.

WELCHE HYGIENEMASSNAHMEN MUSS ICH UMSETZEN? WELCHE SOLLTE ICH UMSETZEN?

Grundsätzlich sind die Regelungen umzusetzen, die in Ihrem jeweiligen Bundesland gültig sind (siehe Link: einzelhandel.de).

Eine Orientierung bieten darüber hinaus die Bestimmungen des „SARS-CoV-2-Arbeitsschutzstandards“. Demnach ...

- ... besteht der wichtigste Infektionsschutz darin, mindestens 1,5 Meter Sicherheitsabstand von anderen Personen, beispielsweise Shopbesuchern und Mitarbeitern, zu halten. Markierungen auf dem Boden helfen, dass der Mindestabstand eingehalten wird.
- ... sollte überall dort, wo der Sicherheitsabstand nicht gewahrt werden kann, eine

* Stand: 27.5.2020. Rechtlicher Hinweis: Die folgende Übersicht/der nachfolgende Redaktionsbeitrag erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Richtigkeit. Aufgrund der vielfältigen und dynamischen Entwicklungen bei diesem Thema bitten wir betroffene Kunden, sich über rechtsverbindliche Angebote und Informationen bei den angegebenen Stellen selbst zu informieren. Klarstellend wird darauf hingewiesen, dass Lekkerland zu den aufgeführten Punkten keine Rechtsberatung durchführt. Wir bitten also um Verständnis, dass entsprechende Anfragen nicht bearbeitet werden.

Mund-Nasen-Bedeckung getragen werden (bitte beachten Sie in diesem Zusammenhang insbesondere die jeweils gültigen Regelungen in Ihrem Bundesland).

- ... sollten dort, wo nicht gewährleistet ist, dass der Sicherheitsabstand jederzeit eingehalten werden kann, transparente Abdeckungen (beispielsweise Plexiglas-Schutzscheiben) installiert werden.
- ... sollten Sie den Austausch von Bargeld nach Möglichkeit vermeiden und Ihre Kunden bitten, stattdessen mit Karte oder kontaktlos zu bezahlen, sofern in Ihrem Shop möglich.
- ... sollte die „Nies-Ettikette“ unbedingt befolgt und vermieden werden, sich ins Gesicht zu fassen.
- ... sollten Oberflächen wie Verkaufstische oder die Warenablageflächen von Bedientheken, die häufig von Kunden berührt werden, regelmäßig gereinigt bzw. desinfiziert werden.

WAS IST BEIM UMGANG MIT MUND-NASEN-BEDECKUNGEN ZU BEACHTEN?

Die hygienische Handhabung ist auch bei einfachen Mund-Nasen-Bedeckungen zu beachten, das heißt:

- ... Auf- und Absetzen möglichst berührungsfrei (am Befestigungsband anfassen) und nur mit gewaschenen Händen
- ... Wechsel bei Durchfeuchtung oder Verschmutzung

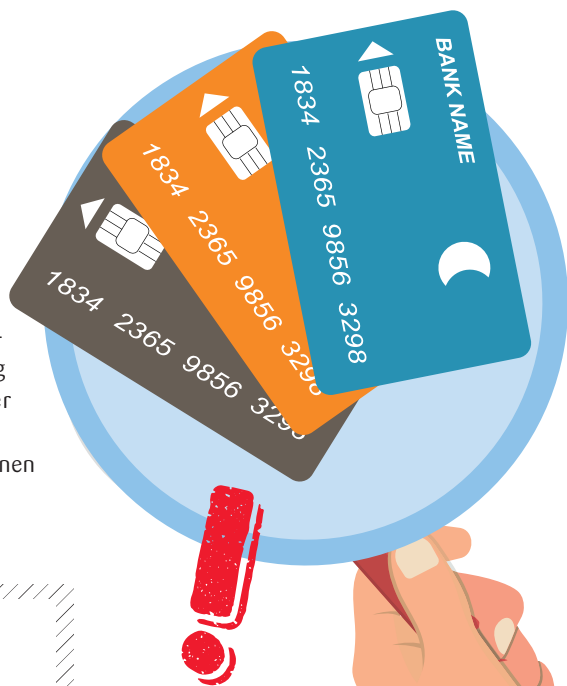


- ... nach der Verwendung so zusammenlegen, dass die Innenseiten geschützt sind bzw. keine anderen Oberflächen berühren können
- ... Waschen von selbst genähten Behelfsmasken nach jeder Benutzung bei mindestens 60 Grad in der Waschmaschine
- ... Aufbewahrung in einem trockenen und sauberen Ort oder Behälter

FAKTENCHECK

Hier finden Sie weitere sowie stets aktuelle Informationen:

- **Bghw.de:** Die Berufsgenossenschaft Handel und Warenlogistik hat unter „FAQ – Coronavirus“ eine umfassende Sammlung an Informationen und Fragen und Antworten zusammengestellt, die fortlaufend ergänzt wird. Von dieser Seite stammen viele Informationen in diesem Beitrag.
- **Einzelhandel.de:** Der Handelsverband Deutschland stellt auf seinen Themenseiten zum Coronavirus aktuelle „Beschlüsse des Bundes und der Länder zu infektionsschützenden Maßnahmen“ bereit. Auf diesem Weg finden Sie alle relevanten Regelungen für Ihren Shop.
- **Lekkerland.de/magazin:** In unserem Online-Magazin „Unterwegs“ veröffentlichen wir kontinuierlich aktuelle Informationen und Berichte zur Coronakrise.



- ... Einmalmasken können gemäß Robert-Koch-Institut über den Haus-/Restmüll entsorgt werden. Idealerweise sollten die Einmalmasken in Gefrierbeuteln oder Ähnlichem verschlossen werden. Auf keinen Fall sollen sie mit Abfällen entsorgt werden, die einer Sortierung zugeführt werden – wie DSD-Abfälle (Duales System Deutschland GmbH) oder Altpapier.

Dort, wo Mund-Nasen-Bedeckungen getragen werden müssen, ist zu beachten, dass diese für die Träger eine Belastung darstellen können und nicht dauerhaft während einer ganzen Schicht getragen werden sollten. Als vorläufige Empfehlung gilt, dass die Mund-Nasen-Bedeckungen bei Durchfeuchtung, spätestens aber nach zwei Stunden gewechselt werden sollten.

HABEN VISIERE BZW. GESICHTSSCHILDE DIE GLEICHE WIRKUNG WIE MUND-NASEN-BEDECKUNGEN?

Derzeit kann – nach Angaben der BGHW – nicht sicher beurteilt werden, ob Gesichtsschilde in gleicher Weise wie Mund-Nasen-Bedeckungen geeignet sind, eine mögliche Ausbringung von SARS-CoV-2 über Tröpfchen der Ausatemluft zu reduzieren und einen vergleichbaren Schutz vor SARS-CoV-2-haltigen Tröpfchen anderer Personen zu gewährleisten.

Solange diese Fragen nicht sicher geklärt sind, ersetzen Gesichtsschilde im Regelfall nicht die Mund-Nasen-Bedeckungen, können aber eine sinnvolle Ergänzung zum Schutz des Gesichts vor Spritzern („Spuckschutz“) darstellen. Mit einem Gesichtsschild werden zudem die Augen geschützt, ein unbeabsichtig-

95

Grad

Das RKI empfiehlt, Mund-Nasen-Bedeckungen (MNB) bereits nach einmaliger Nutzung idealerweise bei 95 Grad, mindestens aber bei 60 Grad zu waschen.



dem Naseputzen, Husten oder Niesen und nach der Abfallentsorgung erfolgen. Eine Anleitung zum richtigen Händewaschen finden Sie im Kasten unten.

IST DAS TRAGEN VON HANDSCHUHEN SINNVOLL?

Wissenschaftler gehen davon aus, dass die Übertragung des Erregers SARS-CoV-2 hauptsächlich als Tröpfcheninfektion stattfindet. Die sogenannte Kontakt- oder Schmierinfektion, bei der Erreger nach Kontakt mit kontaminierten Flächen usw. über die Hände in Eintrittspforten wie Mund, Nase, Augen gelangen, spielt dagegen eine untergeordnete Rolle. Diesem dennoch denkbaren Infektionsweg kann jedoch

schon durch Beachtung der Händehygiene und ggf. Händedesinfektion effektiv entgegengewirkt werden. Handschuhe können dagegen ein falsches Sicherheitsgefühl erwecken. Denn: Während der Benutzung werden sie genauso kontaminiert wie eine unbedeckte Hand. Das Tragen von Handschuhen bewirkt insofern in Hinblick auf die Weitergabe von Keimen mit den Händen keine Verbesserung.

WAS IST AN BEDIENTHEKEN ZU BEACHTEN?

An Bedientheken kann durch Plexiglasscheiben oder abgehängte Folien eine Exposition der Beschäftigten durch ausgeatmete Tröpfchen effektiv minimiert werden. Aber auch durch bauliche Barrieren oder farbige Bodenmarkierungen vor den Bedientheken kann der Aufenthaltsbereich der Kunden so gekennzeichnet werden, dass sowohl der Abstand zu den Beschäftigten als auch der Kunden untereinander das Mindestmaß von 1,5 Meter nicht unterschreitet. Für das Arbeiten an Bedientheken, z. B. Frischetheken, sind die bereits vorhandenen Anforderungen und Maßnahmen zur Hygiene und zum Hautschutz ansonsten weiterhin gültig und ausreichend.

WAS IST AN KASSENARBEITSPLÄTZEN ZU BEACHTEN?

Am wichtigsten ist, den Mindestabstand von 1,5 Metern in alle Richtungen zu wahren. Kunden sollen in entsprechendem Abstand warten. Dies kann z. B. durch farbige Markierungen gewährleistet werden.

Weiterhin sollten Maßnahmen ergriffen werden, um Distanz zu schaffen zwischen Kassenspersonal und Kunden. Hierzu dienen vielerorts bereits errichtete transparente Abdeckungen an den Kassen aus Plexiglas oder vergleichbaren Materialien. Ist an Tankstellen ein Nachtschalter vorhanden, empfiehlt die BGHW, diesen zu nutzen.

Das Bezahlen soll bevorzugt elektronisch erfolgen. Damit bei Barzahlung das Geld nicht direkt vom Kunden an die Kassenkraft übergeben werden muss, empfiehlt die BGHW, ein kleines Tablett oder eine fixe Geldablage zu benutzen.

Soweit verfügbar, sollte dem Kassenspersonal Händedesinfektionsmittel zur Verfügung gestellt werden. Kassentisch, Tastatur, Touchbildschirm, Kartenlesegerät oder ähnlich häufig berührte Flächen sind regelmäßig und bei Bedarf (z. B. Verunreinigung, Personalwechsel) zu reinigen. Wo dies nicht möglich ist, sind Desinfektionsmittel zu verwenden.



Prozent

Mindestens 20 Sekunden Händewaschen mit Seife entfernt 99 Prozent aller sich auf den Händen befindlichen Keime.

tiges Ins-Gesicht-fassen oder Augenreiben wird verhindert. Anstelle des Gesichtsschildes schützen selbstverständlich auch Schutzbrillen die Augen vor Spritzern.

WAS IST BEI DER HÄNDEHYGIENE IM BESONDEREN ZU BEACHTEN?

Regelmäßige und gründliche Handhygiene ist eines der effizientesten Mittel, sich und andere vor einer Infektion mit dem SARS-CoV-2-Virus zu schützen. Insbesondere wenn Ihr Personal mit Lebensmitteln, frischen und unverpackten Waren wie Brötchen und kleinen Mittagsnacks arbeitet, ist regelmäßiges und richtiges Händewaschen beziehungsweise Desinfizieren unverzichtbar. Dies sollte vor Arbeitsbeginn, nach jedem Toilettengang, vor neuen Arbeiten wie Verkauf oder Ausgabe, nach jeder Pause, nach dem Essen, Trinken und Rauchen, nach

FAKTENCHECK

Richtiges Händewaschen - so geht's!

Das richtige Händewaschen tötet bis zu 99 Prozent der Keime auf unseren Händen ab und verhindert damit ihre Übertragung. Das Händewaschen sollte zwischen 20 und 30 Sekunden dauern und folgende Schritte beinhalten:

- Hände mit handwarmem Wasser benetzen
- Spender für Flüssigseife bedienen
- Sorgfältig waschen: Hände ineinander reiben, Finger- und Handrücken einseifen, Zwischenräume und Daumen säubern und die Fingernägel und Handgelenke nicht vergessen
- Seife gründlich unter fließendem Wasser abspülen
- Mit einem Einmalhandtuch oder unter einem Heißlufttrockner gründlich trocknen.

Wichtig: Auch bei der Bedienung des Wasserhahns ist auf die Hygiene zu achten, sprich, der Wasserhahn sollte nicht mit der Handinnenfläche an- und ausgemacht werden.

**JETZT
NEU**



**Jetzt auch
bei uns bestellbar:
Masken!**

Wir wollen in jeder Hinsicht Ihr zuverlässiger Partner sein. Deshalb haben wir unser Hygiene-Sortiment kurzfristig erweitert (siehe auch Seite 18). Natürlich dabei: Masken. Damit Sie, Ihre Mitarbeiter und Ihre Kunden geschützt sind.

Einweg Mund- und Nasenschneidmaske,
3-lagig, blau, CE-Zertifikat
60 x 3er St. (Art.-Nr. 601393)



fini Roller FIZZ

Saure Fruchtgummi-Schnecken im Pocket Pack



Fini Roller Cola
LL Art.-Nr.: 657027













Fini Roller Erdbeere
LL Art.-Nr.: 657445

tri d'Aix
INTERNATIONAL



ATEMFRISCHE: DAS SIND DIE TOP 10

Ob mit oder ohne Zucker: In der Kassenzone platziert, sorgen Atemfrische-Bonbons und -Kaugummis für starke Umsätze. Hier erfahren Sie, welche die zehn meistverkauften ATEMFRISCHE-Produkte sind.

									
AIRWAVES COOL CASSIS Mars GmbH	WRIGLEY'S SPEARMINT Mars GmbH	FISHERMAN'S FRIEND MINT O.Z. CFP Brands	WRIGLEY'S EXTRA PROFESSIONAL WHITE O.Z. Mars GmbH	AIRWAVES STRONG Mars GmbH	FISHERMAN'S FRIEND WILD CHERRY O.Z. CFP Brands	FERRERO TIC TAC FRESH MINT Ferrero	AIRWAVES CHERRY MENTHOL Mars GmbH	FISHERMAN'S FRIEND LEMON O.Z. CFP Brands	PRO FRESH BY FISHERMAN'S FRIEND SWEET MINT O.Z. CFP Brands
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
30 x 12er Pg.	8 x 15er St.	24 x 25 g Bt.	30 x 10er Pg.	30 x 12er Pg.	24 x 25 g Bt.	36 x 18 g Bx.	30 x 12er Pg.	24 x 25 g Bt.	12 x 17 g Bt.
Art.-Nr. 085778	Art.-Nr. 518410	Art.-Nr. 082944	Art.-Nr. 562434	Art.-Nr. 085603	Art.-Nr. 049981	Art.-Nr. 145535	Art.-Nr. 085247	Art.-Nr. 081090	Art.-Nr. 155231

INTERVIEW

FRISCHEBOOST IN DER KASSENZONE

Eine Kassenzone ohne Atemfrische-Bonbons oder -Kaugummis? Undenkbar! Lekkerland Food-Expertin Nurcan Ucan erklärt, warum die Produkte dort platziert werden müssen - und welche im Trend liegen.



NURCAN UCAN
Category Manager Category Food,
Lekkerland Deutschland
GmbH & Co. KG



OHNE MENTHOL

Die ProFresh-Produkte von Fisherman's Friend setzen auf grünen Tee statt Menthol. Sehr beliebt sind auch die mit Heidelbeergeschmack.

Pro Fresh by Fisherman's Friend Blueberry o.Z. 12 x 17 g Bt. (Art.-Nr. 155159)

Frau Ucan, welche Atemfrische-Produkte sind derzeit besonders beliebt?

NURCAN UCAN: Zum einen gewinnen Zahnpflege-Kaugummis immer mehr an Bedeutung. Zum anderen erfreuen sich Dosenformate wachsender Beliebtheit, weil sie sich besonders gut als Bevorratung für unterwegs eignen.

Welche Geschmacksrichtungen sind besonders gefragt?

Eine überdurchschnittliche Umsatzbedeutung haben Mint-Sorten. Aber auch Fruchtsorten sind

- insbesondere bei Familien mit Kindern - sehr beliebt. Wobei die fruchtigen Sorten eher „genascht“ werden, so wie andere Süßigkeiten. Mint-Sorten dagegen werden in der Regel tatsächlich als Atemfrischer gekauft. Man lutscht oder kaut sie etwa vor einem wichtigen Meeting oder Date. Wenn es drauf ankommt, einen guten Eindruck zu machen und einen frischen Atem zu haben.

Warum sollten Atemfrische-Produkte unbedingt in der Kassenzone platziert werden?

70 Prozent der Kaufentscheidun-

gen treffen Verbraucher laut der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) am POS. Bei Atemfrische-Bonbons und -Kaugummis sind Impulskäufe im Kassenbereich besonders stark ausgeprägt. Die Platzierung im Regal würde den Impuls unterdrücken und die Sichtbarkeit der Produkte vermindern, denn Kunden erwarten diese Produkte im Kassenbereich. Die Kassenzone ist also der wichtigste Touchpoint der Kategorie Atemfrische.

Mit Portionspackungen

immer auf der sicheren Seite

hygienisch - praktisch - kalkulationssicher

HELLMA

Mehr Ideen pro Portion



HELLMA Karamellgebäck 6 g
Art.-Nr.: 586463



Natreen Süßstoff 2er
Art.-Nr.: 025654



HELLMA Honigsticker 8 g
Art.-Nr.: 688202



Feines Gebäck 3er Mix
Art.-Nr.: 027301



Ferrero Nutella 15 g
Art.-Nr.: 536432



HELLMA Zuckersticks 4 g - nachhaltig
Art.-Nr.: 094431



HELLMA Kaffeesahne 7,5 g 10%
Art.-Nr.: 305984



Fuchs Pfeffer 0,3 g
Art.-Nr.: 107046

Bad Reichenhaller Salz 1 g
Art.-Nr.: 107022

NACHHALTIGKEIT SCHON KLEINE SCHRITTE HELFFEN

Es sind oft schon die kleinen Dinge, die einen großen Beitrag leisten können. Das gilt auch beim THEMA UMWELTSCHUTZ. Hier erfahren Sie, wie Ihr Shop „grüner“ wird.



1 EINMALPRODUKTE

Allein im Jahr 2018 wurden in Deutschland 2,8 Milliarden kunststoffbeschichtete Einwegbecher und 1,3 Milliarden Einweg-Kunststoffdeckel genutzt. Aufgrund ihres Kunststoffanteils sind diese nicht abbaubar und belasten die Umwelt. Biologisch abbaubare Varianten wie die bei Lekkerland bestellbaren Einwegprodukte von „PAP-STAR pure“ sind hier ganz klar die bessere Alternative!

2 REINIGUNGSMITTEL

Auch die richtige Dosierung und die Wahl der eingesetzten Reinigungs- und Putzmittel können Ihren Shop umweltfreundlicher machen. Achten Sie darauf, dass Sie Mittel einsetzen, die umweltfreundlich sind.



3 BELEUCHTUNG

Großes Einsparpotenzial bietet sich auch bei den Leuchtmitteln in Ihrem Shop. Hier kann durch den Einsatz von Energiesparlampen oder LED-Leuchtmitteln eine Menge Energie und somit auch Geld gespart

Illustrationen: shutterstock

KNISTERNDE ZUCKERWARE MIT KAUGUMMI

AUßERIRDISCH GUT

TUTTI
FRUTTI
GESCHMACK



Magic Gum Tutti Frutti im Display
LL Art-Nr.: 584103

A tri d'Aix
INTERNATIONAL

tri d' Aix GmbH
Poststraße 43
D-52477 Alsdorf
service@tridaix.com

werden. Allein bei der Verwendung von LED-Lampen lassen sich, bei gleicher Helligkeit, im Vergleich zu einer Glühlampe 85 bis 90 Prozent Strom sparen.

4 RAUMKLIMA

Damit aufgewärmte Heizungsluft nicht verpufft und ungehindert nach draußen strömt, kann es sinnvoll sein, an Ihren Eingängen Wärmeschutzvorhänge zu befestigen. So können Sie im Winter Heizkosten sparen und im Sommer die Effizienz Ihrer Klimaanlage steigern. Lassen Sie Ihre Heizungs- oder Klimaanlage außerdem regelmäßig warten. Wenn sie problemlos funktionieren, trägt auch das zur Energieeffizienz Ihres Shops bei.

5 WASSERVERBRAUCH

Auch hier lässt sich mit wenig Aufwand etwas bewegen, zum Beispiel durch die Installation einer Toilette mit Zwei-Mengen-Spülung. Aber auch schon die Reparatur tropfender Wasserhähne kann etwas bewirken. Beim Kauf einer

Geschirrspülmaschine sollten Sie außerdem darauf achten, dass das Gerät wassereffizient arbeitet.

6 KÜHL- UND GEFRIERGERÄTE

Achten Sie bei der Neuanschaffung von Kühl- oder Gefriergeräten auf das Energieeffizienzlabel, damit die neuen Maschinen keine Stromfresser sind.

7 MÜLLTRENNUNG

Nicht nur zu Hause, auch im Betrieb gehört Recycling dazu. Damit die Wiederverwendung der Materialien funktioniert, sollten in Ihrem Shop verschiedene Sammelbehälter für wiederverwertbare Leichtverpackungen, Papier, Pappe und Karton sowie für Bioabfälle bereitstehen. Apropos Abfälle: Auch die Mülleimer selbst sollten, wie andere Werbemittel auch, möglichst aus nachhaltigen Materialien bestehen.



DIE kleine **FREUDE.**



Der große **Jubel.**

MEHR VON UNS:
#kleinerfeigling

MEIN LEBEN



DATENSCHUTZ IM INTERNET:

SICHERE PASSWÖRTER GENERIEREN



Zum Öffnen des E-Mail-Programms, für den Zugang zum Online-Banking oder zum Einloggen auf Bestellportalen: Passwörter werden mittlerweile fast überall benötigt. Hier erfahren Sie, wie Sie **SICHERE KENNWÖRTER** kreieren.

Dass viele Deutsche unvorsichtig bei der Wahl ihrer digitalen Schlüssel vorgehen, ist bekannt. Unter den beliebtesten Passwörtern der Deutschen waren auch im Jahr 2019 wieder vor allem leicht zu knackende Varianten wie „123456“, „111111“, „abc123“ oder schlicht „password“. Meist entscheiden sich Nutzer für solche Kombinationen, weil sie sich leicht merken lassen. Dabei sollten Passwörter aus einer Kombination von Groß- und Kleinbuchstaben sowie Zahlen und Sonderzeichen bestehen.

Damit Ihnen die Auswahl eines sicheren Passworts keine Kopfschmerzen bereitet, gibt es einige Methoden, die bei der Erstellung und Einprägung helfen können.



1. DER GEHEIME SATZ

Eine Möglichkeit, um sich ein kompliziertes Passwort besser merken zu können, ist, sich einen Satz auszudenken und dann die Anfangsbuchstaben der einzelnen Wörter sowie eventuell noch bestimmte Buchstaben in Zahlen oder Sonderzeichen umzuwandeln. So wird zum Beispiel aus dem Satz „Am liebsten esse ich Pizza mit vier Zutaten und extra Käse!“ das Passwort **ALEIPM₄Z+EK!**.

2. DER WÖRTERBUCH-SALAT

Empfehlenswert ist es auch, dass ein Passwort nicht im Wörterbuch zu finden ist. Das heißt aber nicht, dass der Duden bei der Wahl nicht behilflich sein kann. Reiht man nämlich fünf bis sechs unterschiedliche Wörter zusammenhangslos aneinander und trennt diese durch ein Sonderzeichen und/oder eine Zahl, ergibt sich ein relativ sicheres Passwort – wie zum Beispiel: **HAUS₂RENNENWETTER_PFERDLIED.**

3. DIE PASSWORTKARTE

Wer seine Passwörter lieber bei sich trägt und eine Gedächtnisstütze bevorzugt, für den kann eine sogenannte Passwortkarte eine Alternative darstellen. Die per Zufall generierten Anordnungen von Groß- und Kleinbuchstaben sowie Zahlen und Sonderzeichen zeigen auf den ersten Blick nur Chaos. Der Nutzer muss sich jedoch nur Länge und Anfangszeichen des Passworts merken und erhält so eine unmöglich zu knackende Kombination.



**Jede
Gelegenheit
verdient ein
Heineken**



Art.-Nr. 214079



Art.-Nr. 219865

EST. 1873
Heineken®



AUS UNSEREM SORTIMENT

Produktneuheiten und Topseller sind immer gefragt - auch und besonders jetzt.

Neu: Tri d'Aix Fruchtgummi-„Roller“

Ein lustig-bunter Spaß ist das FINI Fruchtgummi-Band zum Auf- und Abrollen in den beiden leckeren Varianten „Cola“ und „Erdbeere“. Jedes Einzelstück à 20 g ist einzeln verpackt und deklariert inkl. EAN-Code. **Erhältlich sind die Roller jeweils sortiert à 40 Stück in einem aufmerksamkeitsstarken Kassendisplay. Ein idealer Mitnahmeartikel für eine Platzierung nah der Kasse.**

1 Tri d'Aix Fini Roller Fizz Cola Flavour 40 x 20 g St. (Art.-Nr. 657027) • 2 Tri d'Aix Fini Roller Fizz Erdbeer Flavour 40 x 20 g St. (Art.-Nr. 657445)



Guten Morgen mit nutella® in Portion

Damit Ihre Kunden, auch wenn sie unterwegs sind, einen guten Start in den Tag haben, gibt es nutella® in der praktischen 15-g-Portionspackung. Der beliebte Brotaufstrich ist so für den Einsatz im Außer-Haus-Markt bzw. in der Verkehrsgastronomie die perfekte Lösung. Denn: **Durch die Portionsverpackung ist der Brotaufstrich ideal geschützt, immer hygienisch und bietet genau die richtige Menge pro Gast an. Die Portion wird erst unmittelbar vor dem Verzehr und ausschließlich vom Konsumenten geöffnet.**

Ferrero Nutella 120 x 15 g Pg. (Art.-Nr. 536432)

NESCAFÉ® Xpress®: starker Start in die Sommersaison

Mit einem attraktiven Gewinnspiel startet NESCAFÉ® Xpress® in die diesjährige Sommersaison. Verlost werden 33 XBOX ONE X-Spielkonsolen mit attraktiver Mechanik und Social-Media-Unterstützung in relevanten Digitalkanälen. **Der beliebte Milch-Mix-Drink, erhältlich in den vier bewährten Sorten „Latte Macchiato“, „Espresso Macchiato“, „Cappuccino“ und „Vanilla“, wird mit Kaffeebohnen aus dem großen Nachhaltigkeitsprogramm NESCAFÉ®PLAN hergestellt. Hierbei engagiert sich NESTLÉ® für einen ressourcenschonenden Kaffeeanbau sowie für die Verbesserung der Lebensbedingungen von Kaffeebauern vor Ort.**

Nescafé Xpress Cappuccino pfandfrei 12 x 0.25 l Ds. (Art.-Nr. 799824)





Neu im Snack-Sortiment: Dijon Senf Snack-Aufstrich

Sie suchen für Ihre Back-Snacks nach einer spannenden Alternative zur klassischen Margarine? Da sind Sie beim neuen Dijon Senf Snack-Aufstrich von Devely richtig. Der Snack-Aufstrich kann zur Zubereitung von heißen und kalten Snacks verwendet werden, denn er ist back- und gefrierstabil. Die praktische 875-ml-Squeeze-Dosierflasche ermöglicht eine hygienische Dosierung. **Ein weiteres Plus:** Der neue Dijon Senf Snack-Aufstrich mit cremigem Senfgeschmack und sichtbaren Körnern behält seine streichfähige Konsistenz und volle Geschmackspower auch bei ungekühlter Lagerung. Weitere Infos: www.devely-foodservice.de

Devely Dijon Senf Snack-Aufstrich Kopfstandflasche 1 x 875 ml Fl. (Art.-Nr. 850213)

Kleiner Feigling Mix-Bringsel

Das Kleiner Feigling Mix-Bringsel ist die geniale Antwort auf die oft schwierige Was-bring-ich-nur-mit-Frage: zwölf Flaschen Kleiner Feigling (à 0,02 l) in sechs verschiedenen Geschmacksrichtungen, verpackt in einer fröhlich-bunten Box mit praktischem Tragegriff. Da ist für jeden was dabei! **Als legendärer Party-Shot und anerkannter Stimmungsmacher** ist Kleiner Feigling immer eine gute Wahl, wenn es darum geht, nicht mit „leeren Händen“ dazustehen oder anderen eine kleine Freude zu machen. Der fruchtig-freche Sorten-Mix sorgt für Abwechslung und lässt der Langeweile keine Chance.

Kl Feigling MixBri 10 x 12 x 0,02 l Fl. (Art.-Nr. 143782)



DIE NR.1 DOSE

BESSER SICHTBAR - SCHNELLER GREIFBAR!



50/12er Packung
LL Art.-Nr. 617970



50/12er Packung
LL Art.-Nr. 618095



50/12er Packung
LL Art.-Nr. 618348



50/12er Packung
LL Art.-Nr. 618468



50/12er Packung
LL Art.-Nr. 617956



50/12er Packung
LL Art.-Nr. 618259

Die Verpackungsinnovation für das **STÄRKSTE** Produkt im Kaugummi-Segment¹

Verbesserte Sichtbarkeit & **40%** schnellere Auffindbarkeit gegenüber alter Dose²

Quellen: [1] Nielsen Market Track, Grocery (excl. Discount) + Drug, Segment Gum, Value Sales, YTD June 2019 [2] PRS In Vivo Konsumentenstudie, Deutschland 27. April 2018

NEU

PLATZ DA IM HEALTHY-SNACK- REGAL.

So schmeckt Protein-Power

PROTEIN
30%
NO ADDED SUGAR



Corny Protein

094866 Vanilla White Crunch

094835 Peanut Caramel Crunch

094917 Chocolate Crunch

Trendig mit ganzen Nüssen

Corny Ganze Nuss

188485 Mandel & Waldhonig mit Meersalz

188430 Pekan & Erdnuss mit Ahornsirup

188454 Cashew & Fleure de Sel
mit Schokolade



Der weiche Hafer-Riegel



Corny Haferkraft

386501 Kakao

386525 Mandel-Karamell

386429 Cranberry-Kürbiskern

560434 Blueberry-Chia

CORNy

MEIN LEBEN



DAS A UND O IM SHOPALLTAG: EIN STARKER RÜCKEN

Verspannungen, Hexenschuss, Bandscheibenvorfall: Rückenschmerzen gehören zu den häufigsten Volkskrankheiten in Deutschland. Besonders gefährdet sind Beschäftigte im Einzelhandel, die in 70 bis 80 Prozent ihrer Arbeitszeit stehen. Ab Seite 36 erfahren Sie, welche Übungen helfen können, den Rücken zu entlasten.

0,4

Prozent

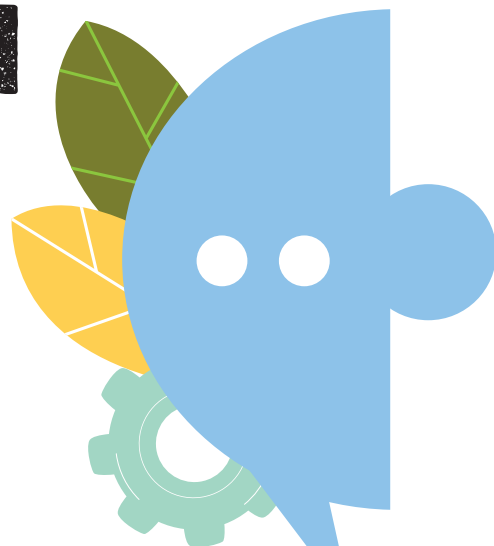
Segelfliegen ist die Freizeitbeschäftigung, mit der die wenigsten Deutschen ihre Freizeit verbringen: Gerade einmal 0,4 Prozent frönen diesem Hobby.

AB IN DEN GARTEN!

Laut einer Studie des Allensbacher Instituts für Demoskopie war die **Gartenarbeit** die beliebteste Freizeitaktivität der Deutschen im Jahr 2019: Etwa **28** Prozent gingen dieser Beschäftigung in ihrer Freizeit häufig nach.* Zumindest ihnen konnte die Coronakrise den Freizeitspaß nicht nehmen. Anders sieht das bei all jenen aus, die sich für die Freizeitbeschäftigungen begeistern, die auf dem zweiten und dritten Platz des Rankings landeten: für das **Shoppengehen (28** Prozent) und das **Ausgehen zum Essen (17** Prozent).

RICHTIG KOMMUNIZIEREN IN KRISENZEITEN

Shopbetreiber, die im Zusammenhang mit der Coronakrise in eine finanzielle Schieflage geraten sind, müssen nicht selten erwägen, ihre Mitarbeiter in Kurzarbeit zu schicken oder gar zu entlassen. Doch wie können schwierige Nachrichten wie diese am besten überbracht werden? Sechs Tipps zur RICHTIGEN KOMMUNIKATION IN KRISENZEITEN.



1

ZEITNAHE NACHRICHT

Überbringen Sie die schwierige Nachricht zeitnah und – wenn möglich – persönlich. Schieben Sie das Gespräch nicht unnötig auf. Wählen Sie einen geeigneten Zeitpunkt für das Überbringen der Nachricht. Vereinbaren Sie einen Termin zu einer für beide Seiten optimalen Zeit. Und: Planen Sie genügend Zeit für das Gespräch ein.



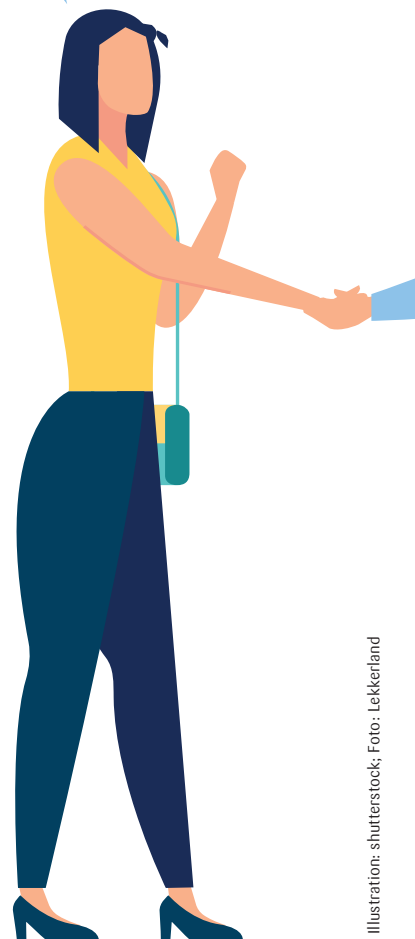
AXEL WEBER
ist Trainer und Coach
im Personalbereich von
Lekkerland und arbeitet
mit Mitarbeitern und Kunden.



2

SO IST DIE SITUATION

Formulieren Sie eine Einleitung, um Ihrem Gesprächspartner die Möglichkeit zu geben, sich auf die schwierige Nachricht einzustellen. Zum Beispiel, indem Sie das Gespräch mit einem Satz wie „Ich habe heute eine schwierige Nachricht für Sie ...“ beginnen. Schildern Sie dann ruhig und sachlich die Fakten. Geben Sie den Fragen der Mitarbeiter Raum. Bereiten Sie sich darauf vor, dass Ihre Mitarbeiter nach Begründungen für getroffene Entscheidungen fragen werden. Diese sollten Sie ihnen im Folgenden klar offenlegen.





3

EMOTIONEN MANAGEN

Agieren Sie umsichtig und gefühlvoll, doch kommen Sie zum Punkt. Das ist für den Empfänger einfacher, als wenn Sie um den heißen Brei herumreden. Zeigen Sie dennoch ganz offen Verständnis für die Situation Ihres Mitarbeiters. Bleiben Sie dabei aber immer authentisch, und verzichten Sie auf Floskeln und übertriebene emotionale Äußerungen. Schweifen Sie nicht ab, und vermeiden Sie Small Talk.

4

GEMEINSAME LÖSUNGEN FINDEN

Ihre Entscheidung ist gefallen. Die jeweilige Umsetzung ist jedoch gestaltbar. Legen Sie dar, welche Konsequenzen Ihre Entscheidung für Ihren Gesprächspartner haben wird. Sprechen Sie gemeinsam über Ihre Erwartungen und über die Erwartungen Ihres Gegenübers. Entwickeln Sie auf dieser Basis gemeinsam einen realistischen „Fahrplan“ für die Zeit nach dem Gespräch.

5

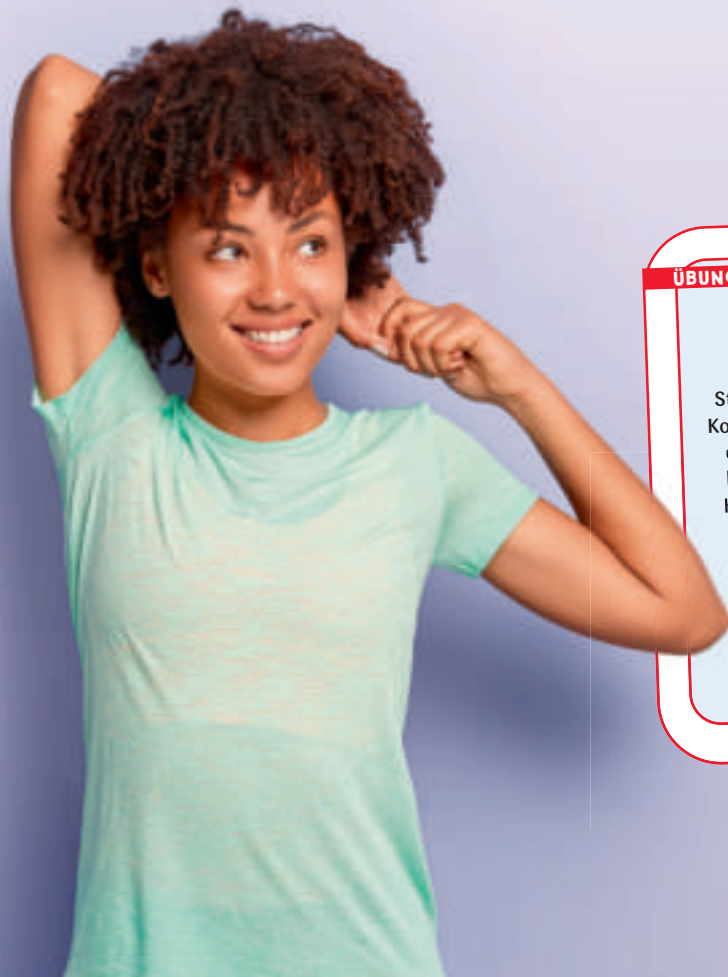
VERBINDLICHKEIT HERSTELLEN

Bestätigen Sie zum Abschluss des Gesprächs die Vereinbarungen, die Sie und Ihr Gesprächspartner verbindlich getroffen haben. Fassen Sie diese wenn möglich schriftlich zusammen.

6

ERGEBNISLOSES ARGUMENTIEREN VERHINDERN

Es kommt vor, dass Gesprächspartner schwierige Nachrichten nicht akzeptieren können. Wenn Sie dann immer neue Argumente als Rechtfertigung für Ihre Entscheidung vorbringen, wird das Gegenüber diese immer wieder aufgreifen und versuchen, Ihre Argumente zu widerlegen. So entsteht eine zeitraubende Diskussion, mit wenig Aussicht auf Erfolg – schließlich haben Sie Ihre Entscheidung längst getroffen. Lassen Sie sich inhaltlich daher nicht weiter auf das Thema ein, und wiederholen Sie stattdessen die Ursprungsnachricht. So erkennt Ihr Gesprächspartner, dass Sie dem Rechtfertigungsdruck standhalten, und das Gespräch kann sich fruchtbareren Inhalten zuwenden.



ÜBUNG

2

Seitliche Streckung

Strecken Sie Ihre Arme im Stand weit über Ihren Kopf und legen die Handflächen aneinander. Dabei drücken die Oberarme fest auf die Ohren. Nun beugen Sie Ihren Oberkörper langsam zu einer Körperseite herüber und halten die Position für ungefähr acht Sekunden. Anschließend gehen Sie in die Ausgangsposition zurück und lehnen sich zur anderen Körperseite. Wiederholen Sie die Übung pro Körperseite jeweils viermal.

Mit dieser Übung stärken Sie Ihre seitliche Körpermuskulatur.

RÜCKENSCHMERZEN?

MIT DIESEN ÜBUNGEN BEUGEN SIE VOR

Wer im Job viele Stunden lang stehen muss, braucht eine STARKE RÜCKENMUSKULATUR. Schon ein paar einfache Übungen für den Alltag können beim Muskelaufbau helfen.



Jeder, der berufsbedingt lange und viel steht, weiß, wie anstrengend das ist. Besonders im Rücken und in den Gelenken zwickt es nach einem langen Tag im Shop abends regelmäßig.

Zum Glück kann man schon im Arbeitsalltag die Rückenmuskulatur entlasten und stärken. Dabei können, neben gezielten Übungen wie den fünf hier vorgestellten, bereits kleine Veränderungen in der Arbeitsroutine eine Verbesserung bewirken. Damit die Beschwerden nicht chronisch werden, sollte beispielsweise immer darauf geachtet werden, eine möglichst gerade Haltung einzunehmen und die Wirbelsäule zu strecken. Auch gelegentliches Wippen während des Stehens kann für Entspannung sorgen. Zudem sollte eine Hohlkreuzstellung, bei der das Becken vor dem Schultergürtel steht, vermieden werden.

ÜBUNG

1

Dehnung der Halsmuskulatur

Für diese Übung neigen Sie Ihren Kopf langsam in Richtung Ihrer linken Schulter, legen Ihre linke Hand auf Ihr rechtes Ohr und „ziehen“ den Kopf vorsichtig weiter Richtung linke Schulter. Ihren rechten Arm legen Sie dabei am Körper an, die Handinnenfläche zeigt zum Boden. Halten Sie diese Spannung für circa 15 Sekunden aufrecht, und atmen Sie dabei ruhig weiter. Anschließend wiederholen Sie die Übung auf der anderen Seite Ihres Körpers.

Auf diese Weise dehnen Sie Ihre Halsmuskulatur.

ÜBUNG**3****Stärkung des unteren Rückens**

Stehen Sie aufrecht, die Füße ein wenig auseinandergestellt, und beugen Sie leicht die Knie. Ihre Oberarme bleiben nah am Körper, die Unterarme halten Sie im rechten Winkel zum Boden. Strecken Sie die Finger aus (die Daumen zeigen zur Decke). Führen Sie nun 30 Sekunden lang sehr schnelle Auf- und Ab-Bewegungen mit den Unterarmen aus, als würden Sie etwas hacken wollen. Danach die Arme kurz auslockern und die Übung einmal wiederholen.

Durch den Bewegungsablauf wird die Muskelpartie im unteren Rücken gestärkt.

ÜBUNG**5****Lockerung der Rumpfmuskulatur**

Stellen Sie sich aufrecht hin, die Füße schulterbreit auseinander, und spannen Sie Ihre Bauchpartie und Ihren Rücken fest an. Nun strecken Sie abwechselnd Ihre linke und rechte Hand über den Kopf, als wollten Sie nach etwas in großer Höhe greifen. Wichtig: Ihr Rumpf sollte dabei auf jeder Seite so weit wie möglich gestreckt werden.

Durch dieses Training wird Ihre Rumpfmuskulatur gelockert.

ÜBUNG**4****Stärkung der schrägen Rücken- und Bauchmuskeln**

Stellen Sie sich gerade hin, die Füße für einen festen Stand ein wenig auseinandergestellt. Nun heben Sie ein Knie in Richtung Ihres Oberkörpers und bewegen den Ellenbogen der gegenüberliegenden Körperseite zum Knie. Halten Sie Ihren Rücken dabei so gerade wie möglich. Wiederholen Sie diese Übung auf jeder Seite Ihres Körpers abwechselnd insgesamt zehnmal.

Effektive Stärkung der schrägen Rücken- und Bauchmuskeln.

FAKTENCHECK**IM ZWEIFEL ZUM ARZT**

Wichtig bei der Durchführung dieser Übungen ist vor allem, dass sie regelmäßig und nicht nur sporadisch durchgeführt werden. Außerdem wichtig zu beachten: Bei akutem Schmerz sollten die Übungen nicht ausgeführt werden. Wurde bereits ein Rückenleiden diagnostiziert, sollte auf jeden Fall ein Orthopäde oder der Hausarzt zurate gezogen werden.



PREMIUM-WASSER
FÜR DAS
WASSER-PLUS-SEGMENT

100% NATÜRLICH.
OHNE ZUCKER UND
SÜSSUNGSMITTEL.



DUNKLE KIRSCH
& GRANATAPFEL



ZITRONE
& ZITRONENZESTE



DOVGAN

Plombir MAXI

✓ Unter den TOP 10
der Eiscreme-Marken
in Deutschland*

*nach Nielsen 2018

✓ Exklusiv für Sie in
der 150 ml Maxigröße

✓ In praktischem
Waffelbecher,
perfekt für
unterwegs



Weiter Produkte finden Sie auf www.plombir.de



MEIN PARTNER

DIE ANZAHL DER VEGETARIER UND VEGANER STEIGT

Rund neun Prozent der Deutschen ernähren sich mittlerweile vegetarisch oder vegan. Damit liegt Deutschland weltweit auf Platz fünf: Nur in Indien (40 Prozent), Israel (13 Prozent), Taiwan (zwölf Prozent) und Italien (zehn Prozent) essen im Schnitt mehr Menschen fleischlos.* Auf Seite 42 lesen Sie, was das für Sie als Shopbetreiber bedeutet.

10

Prozent

Alkoholfreie Biere und alkoholfreie Biermischgetränke werden immer beliebter. 2019 betrug ihr Anteil am Biermarkt zehn Prozent.

PROST!

Laut dem aktuellen Biermarken-Ranking von YouGov ist

Krombacher die beliebteste Biermarke in Deutschland.

16,8 Prozent der **30.000** Befragten gaben an, sie würden in Betracht ziehen, dieses Bier zu kaufen. Auf die **Plätze zwei** und **drei** schafften es Beck's (**12,9** Prozent) und Warsteiner (**12,5** Prozent). Wie die Umfrage zudem ergab, bevorzugt ein Großteil der Teilnehmer Biermarken aus der eigenen Region. So berücksichtigen knapp zwei von fünf (**39,6** Prozent) Bremern beim Bierkauf die Marke Beck's. Für Bitburger gelten im Saarland (**37,8** Prozent) und in Rheinland-Pfalz (**33,7** Prozent) ähnlich hohe Spitzenwerte. Das badische Bier Rothaus Tannenzäpfle wiederum erreicht in Baden-Württemberg mit **25,8** Prozent **Platz eins.**

MEIN PARTNER



1 DPG Take Off Space Cat Berry Marshmallow 12 x 0,50 l Ds. (Art.-Nr. 221218) • 2 DPG Take Off Jungle Maniac Mango Maracuja 12 x 0,50 l Ds. (Art.-Nr. 221167) • 3 DPG Take Off Zombie Attack Blood Orange Lemon 12 x 0,50 l Ds (Art.-Nr. 221225) • 4 DPG Take Off Hanf 24 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 215790) • 5 DPG Take Off Energy Drink 6 x 1.0 l Fl. (Art.-Nr. 224737) • 24 x 0,50 l Fl. (Art.-Nr. 224662) • 24 x 0,33 l Ds (Art.-Nr. 224504) • 6 DPG Take Off Energy + Cola 24 x 0,33 l Ds (Art.-Nr. 224542) • 7 DPG Take Off Zero 24 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 250075) • 8 DPG Take Off Energy & Fruit Mix 6 x 1.0 l Fl. (Art.-Nr. 228782) • 24 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 224580)



MEHR ENERGIE!

Der Markt für Energydrinks wächst. Dabei sind vermehrt außergewöhnliche Geschmacksrichtungen gefragt. Mit der TAKE OFF-Range sind Sie daher bestens aufgestellt.



Der Absatz von koffein- und taurinhaltenen Erfrischungsgetränken steigt: Innerhalb des letzten Jahres verzeichnete die Kategorie ein Wachstum von 6,7 Prozent. Im Tankstellen-Markt wuchs das Segment um 5,5 Prozent. Dabei greifen Endverbraucher immer öfter zu außergewöhnlichen Geschmacksrichtungen: Der Verkaufsanteil spezieller Sorten macht mittlerweile 31 Prozent aus (Tankstelle: 28 Prozent).* Mit der TAKE OFF-Range können Shopbetreiber den wachsenden Energy-Markt bestens bedienen. Denn von TAKE OFF gibt es neben den klassischen Sorten „Classic“, „Cola“ und „Zero“ mit den neuen „Creatures“-Sorten auch drei herrlich fruchtige Geschmacksrichtungen. Mit der neuen Sorte „Hanf“ können Sie zudem ein aktuelles Trendprodukt anbieten.



*Quelle: Marktforschungsinstitut Nielsen; Fotos: Lekkerland, PR

**JETZT
NEU**

Tolle Alternative!

Von Buffalo, unserer büffelstarken Tabak-Eigenmarke, gibt es jetzt Menthol-Filterhülsen - perfekt für Menthol-Raucher, die seit dem Inkrafttreten des EU-weiten Verkaufsverbots von Menthol-Zigaretten und -Tabaken zum Selbstdrehen am 20. Mai ansonsten auf den Genuss von Tabakwaren mit dem charakteristischen Minzaroma verzichten müssten. Unser Tipp: Weisen Sie Ihre Kunden auf die neue Menthol-Alternative hin! Sie werden es Ihnen danken!

Buffalo Menthol-Hülsen 5 x 100er Pg. (Art.-Nr. 947344)



**God made the peanut,
but he forgot the chocolate.**



VEGETARIER, VEGANER, FLEXITARIER: EIN KLEINES WHO'S WHO MODERNER ERNÄHRUNGSWEISEN ...

... und wie Sie sich auf die neuen Zielgruppen einstellen sollten - damit auch Kunden, die KEIN ODER NUR WENIG FLEISCH ESSEN, bei Ihnen gerne kaufen.



Foto: Ina Peters / Stocksy



rüher war alles ganz einfach: Man war entweder Fleischesser (wie die allermeisten) oder, sehr viel seltener (wofür man entsprechend seltsam beäugt wurde), bekennender Vegetarier. Doch diese Zeiten sind lange vorbei. Inzwischen ernähren sich – selbst konservativen Schätzungen zufolge – mehr als sechs Millionen Menschen in Deutschland vegetarisch. Laut einer Umfrage des Statistikportals Statista sind das 400.000 Personen mehr als noch vor zwei Jahren! Keine Frage: Die pflanzenbasierte Ernährung wird immer beliebter.

Zudem gewinnen andere Ernährungsformen zunehmend Anhänger: Auch die Zahl der Veganer, Pescetarier und Flexitarier steigt. Statistiken zufolge sind 20 % der deutschen Männer und 34 % der deutschen Frauen Flexi-

tarier – was bedeutet, dass sie höchstens dreimal pro Woche Fleisch oder Fisch essen.

JEDER ZEHNTE ISST KEIN FLEISCH

Vollständig vegan essen laut Umfragen 2 % der Frauen und 2 % der Männer. Sie verzichten also auf jegliche Kost, die tierischen Ursprungs ist – seien es Milchprodukte, Eier oder Honig. Ein weiteres Prozent der Deutschen bezeichnet sich als Pescetarier – isst also kein Fleisch, wohl aber Fisch und Meeresfrüchte. Insgesamt verzichten mittlerweile mehr als 10 % der Deutschen auf Fleischkonsum.

Für Sie als Shopbetreiber bedeutet das: Es lohnt sich, Ihr Sortiment um vegetarische und vegane Produkte zu ergänzen, gerade im Foodservice-Bereich. Wie ausgeprägt die Nachfrage nach fleischlosen Artikeln ist, variiert von Standort zu Standort.

„Weil es uns wichtig ist, dass Shopbetreiber immer aktuelle Ernährungstrends bedienen können“, so Peter Ganghof, Leiter Foodservice bei Lekkerland, „haben wir viele Produkte im Sortiment, die die neuen Zielgruppen erwarten. Dazu zählen etwa Sojadrink-Alternativen für Kaffeespezialitäten oder die zahlreichen frischen Snacks unserer Eigenmarke ‚Go Fresh‘. Von ‚Go Fresh‘ gibt es sowohl vegetarische als auch vegane To-go-Snacks – alle bereits einzeln verpackt. Perfekt für Veganer beispielsweise ist der ‚Snacksalat Quinoa‘ mit Gemüse und vielen weiteren knackigen Zutaten in moderner Rezeptur.“

[+] Alle Foodservice-Produkte sind auf [LEKKERLAND24.DE](https://www.lekkerland24.de) bestellbar. Unter [lekkerland.de/sortiment/foodservice](https://www.lekkerland.de/sortiment/foodservice) können Sie sich den Foodservice-Ordersatz downloaden. Bei Interesse berät Ihr Lekkerland Ansprechpartner Sie gerne persönlich zu den Produkten.



IMPORTED FROM DENMARK



LL Art.-Nr.	Artikelbezeichnung	Inhalt / Packart
208417	DPG Faxe Danish Lager Bier	12 x 1 ltr. DS
206133	DPG Faxe 10% Extra Strong Beer	12 x 1 ltr. DS



MEHRWERT DURCH MEHRWEG

Team Beverage Convenience steht für Mehrweg-Geschäft. Als LEKKERLAND PARTNER FÜR DAS MEHRWEG-SORTIMENT beliefert der Marktführer Tankstellen, Kioske und andere Convenience-Shops in ganz Deutschland. Das Konzept: ein leistungsstarkes Netzwerk aus Getränkefachgroßhändlern - und ein Sortiment am Puls der Zeit.

FIRMENSITZ
Im Rostocker Standort des Unternehmens arbeiten über 40 Mitarbeiter.



Das Produkt: Mehrweg-Getränke. Lekkerland und deren Kunden - insbesondere im Tankstellenbereich - vertrauen auf die Expertise der Team Beverage Convenience und ihr deutschlandweites Netzwerk aus Getränkepartnern.

KURZE WEGE DANK EINES ENGMASCHIGEN NETZWERKS

40 Mitarbeiter arbeiten am Rostocker Standort der Team Beverage Convenience. Zusammen

LOGISTIKER

Team Beverage Convenience sorgt dafür, dass Shop-Kühlschränke mit Mehrweg-Getränken befüllt sind.



BUNDESWEIT VERNETZT

Team Beverage Convenience arbeitet mit einem flächendeckenden Netzwerk aus mehr als 130 Getränkefachgroßhändlern zusammen.

men haben sie den Mehrweg-Spezialisten als führenden Logistikpartner für Mehrweg-Getränke im Absatzkanal Convenience in Deutschland etabliert. Das flächendeckende Netzwerk aus mehr als 130 Getränkefachgroßhändlern stellt sicher, dass von Sylt bis zum Bodensee jeder Shop-Kühlschrank mit Mehrweg-Getränken befüllt ist. Egal ob Bier, Mineralwasser oder Softdrinks – alles gelangt auf kürzestem Wege vom nächstgelegenen Team Beverage-Partner in die Shops. Und das schon ab 15 Kisten pro Lieferung.

Von der Größe des Team Beverage-Netzwerks profitiert auch das Mehrweg-Getränkensortiment der Shops. „Dieses richtet sich stark am regionalen Kundenbedarf aus, wird aber auch stetig um Trend-Drinks und regionale Spezialitäten erweitert“, sagt Team Beverage Convenience-Geschäftsführer Jörn Bastian. Vom lokalen Hellbier in Bayern bis zum Hamburger Ratsherrn – dank der großen Auswahl ist für jeden Standort das passende

Sortiment vorhanden. Zusätzlich sorgen monatlich wechselnde Aktionen für mehr Vielfalt in den Kühlschränken der Shopbetreiber.

LEKKERLAND UND TEAM BEVERAGE CONVENIENCE – DAS PASST!

Seit 2004 arbeiten Lekkerland und Team Beverage Convenience (damals noch GP-C&C) bereits als Partner zusammen. Neben dem breiten Sortiment und den kurzen Logistikwegen profitieren Lekkerland Kunden von zentralen Bestell- und Abrechnungsprozessen. Auch im Vertrieb wird eng zusammengearbeitet. So begleiten die Vertriebsmitarbeiter der Team Beverage Convenience als Mehrweg-Spezialisten die Kunden vor Ort, beraten zum optimalen Mehrweg-Sortiment und stellen beispielsweise Aktions- und Einkaufsvorteile vor. Die Rechnung erhalten die Shopbetreiber wie gewohnt von Lekkerland.

Gerade in Zeiten der Corona-Pandemie wird deutlich, wie wichtig eine enge Partnerschaft ist, die einem den Rücken stärkt. „Auch wenn die aktuelle Krise gerade den Getränkefachgroßhandel vor große Herausforderungen stellt, kann sich die Team Beverage Convenience nach wie vor auf ihr starkes Netzwerk aus Lieferanten verlassen. Der Warenfluss ist gewährleistet“, so Jörn Bastian. Shopbetreiber können somit deutschlandweit ihren Kunden weiterhin genau das anbieten, was diese wünschen.

GUTSCHEINKARTEN FÜR PS4-FANS

Wer vom boomenden Markt für Gaming-Karten profitieren möchte, sollte **PLAYSTATION STORE- UND PLUS-GUTSCHEINKARTEN** im e-va Sortiment haben.



aut einer Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft verbringen 42 Prozent der Deutschen regelmäßig Zeit mit Computer- und Videospielen. In vielen anderen Ländern sieht es ähnlich aus. Da wundert es nicht, dass das Geschäft mit Computer- und Videospielen boomt wie nie zuvor: Die weltweiten Ausgaben für digitale Spiele erreichten 2019 einen neuen Höchststand. Mehr als 109,4 Milliarden Dollar erwirtschaftete die Branche allein durch online generierte Umsätze, was einen Anstieg von drei Prozent gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Interessant: 80 Prozent der Umsätze entfielen plattformübergreifend auf den Free-to-play-Bereich. Das bedeutet, dass die Branche nicht nur an den Spielen selbst, sondern vor allem an deren kostenpflichtigen Erweiterungen wie beispielsweise an „Skins“



VEITH HUXOHL
Head of Corporate
Product Management &
Marketing e-va,
Lekkerland SE & Co. KG

(Kostümen), Waffen oder „Skills“ (Fähigkeiten) verdiente. Veith Huxohl aus dem Lekkerland electronic-value-Team (e-va) ist sich daher sicher: „Wer am Gaming-Boom teilhaben möchte, sollte neben beliebten Prepaid-Produkten für die gängigen Webshops unbedingt auch Gaming-Karten im Sortiment haben.“

BELIEBT: PLAYSTATION STORE- UND PLUS-GUTSCHEINKARTEN

Zu den Bestsellern im Gaming-Bereich zählen beispielsweise die PlayStation Store- und PlayStation Plus-Gutscheinkarten. Bei den PlayStation Store-Gutscheinkarten handelt es sich um Guthabekarten, mit denen Ihre Kunden Einkäufe im PlayStation Store, dem digitalen Shop von PlayStation, tätigen können. Dieser hat rund um die Uhr geöffnet und bietet eine große Auswahl an PlayStation-Spielen,

VIRTUELLE ABENTEUER
Die PlayStation 4 erlaubt es Gamern, sich in mächtige Krieger oder Spitzensportler zu verwandeln.



Für den Kauf von Spielen, Add-ons und vielem mehr

Egal ob Ihre Kunden auf ihrer PS4-Konsole, ihrem Computer oder ihrem Smartphone im PlayStation Store einkaufen möchten: Alle dort angebotenen PS4-Spiele, Add-ons, Filme, Season Passes, Extras und vieles mehr können bequem, anonym und sicher mit der PlayStation Store-Gutscheinkarte bezahlt werden. Sie sind bei Lekkerland in drei Wertstufen erhältlich: für 10 Euro, 20 Euro und 50 Euro.

Add-ons, Spielguthaben, Season Passes, Filmen und vielem mehr, die mit dem Gutscheinkarten-Code der PlayStation Store-Gutscheinkarte bequem, anonym und sicher online bezahlt und anschließend heruntergeladen werden können. Veith Huxohl: „Weil sie für alles, was das PlayStation-Spielerherz begehrt, verwendet werden können, sind die PlayStation Store-Gutscheinkarten beliebte Geschenke für PlayStation-Fans jeden Alters.“

PERFEKT FÜR ALLE, DIE ONLINE MIT ANDEREN ZOCKEN MÖCHTEN

Mit den ebenfalls sehr gefragten PlayStation Plus-Gutscheinkarten können Gamer eine Mitgliedschaft bei PlayStation Plus erwerben. Der Dienst erlaubt es Nutzern unter anderem, am Online-Multiplayer-Modus von Spielen teilzunehmen. Ein weiterer Vorteil der Mitgliedschaft: Die Abobesitzer erhalten einmal im Monat eine Auswahl an Spielen, von denen sie sich zwei kostenlos herunterladen können. Die Gratis-Games können dann so lange gespielt werden, wie das PS Plus-Abo läuft. Außerdem können sie sich



Für die Freischaltung des Online-Multiplayer-Modus

Nutzer, die ein aktives Abo bei PS Plus besitzen, schöpfen laut Sony „das volle Potenzial“ der PS4 aus. Denn nur dann können sie sich für den Online-Multiplayer-Modus diverser Spiele auf der PlayStation 4 freischalten lassen. Im Lekkerland e-va Sortiment sind PlayStation Plus-Gutscheinkarten in zwei Wertstufen erhältlich: eine PlayStation Plus-Gutscheinkarte für 59,99 Euro für die zwölfmonatige Mitgliedschaft und eine PlayStation Plus-Gutscheinkarte für 24,99 Euro für ein Drei-Monats-Abo.

über exklusive Angebote und Rabatte im PlayStation Store freuen.

„Den Nutzern stehen dabei unterschiedliche PS Plus-Mitgliedschaften zur Verfügung: Eine zwölfmonatige Mitgliedschaft kostet in Deutschland aktuell 59,99 Euro. Das entspricht fünf Euro pro Monat. Wer sich weniger lang binden möchte, kann beispielsweise das Abo über drei Monate für 24,99 Euro auswählen. Der Monatsbeitrag beträgt hier rund 8,30 Euro“, so Lekkerland e-va Experte Huxohl.

Beide Abos lassen sich bequem über die PlayStation Plus-Guthabekarten bezahlen. Eine Kreditkarte oder ein Konto sind nicht nötig. Auch hier sind die Zahlungen sicher und anonym. Praktisch: Die Gutscheinkarten können sowohl direkt im PlayStation Store, auf der heimischen PS4 als auch über die Website eingelöst werden. Dafür müssen sich Nutzer nur mit ihrer Sony-ID anmelden und den Code einlösen.

[+] Sie haben Fragen zu den PlayStation-Produkten? Ihr Lekkerland GVL berät Sie gerne persönlich zu den Produkten sowie zum gesamten e-va Sortiment.

Develey

FOOD SERVICE

Gemeinsam Gutes besser machen.

Portionsbeutel mit Perforation Von Bautz'ner und Develey

- ✓ Kalkulationssichere Umsatzbringer für Ihr To Go-Geschäft
- ✓ Höchster Hygienestandard
- ✓ Markenqualität zum portionsgerechten Verfeinern

Art Nr: 032735



Art Nr: 032519



Art Nr: 899978



Develey



Art Nr: 032711



Art Nr: 390978



Art Nr: 663850



Bautz'ner

RBA: GUTE UMSÄTZE



①



Das Drehen und Stopfen von Zigaretten ist „in“. Gut, wenn Sie die dafür benötigten RAUCHERBEDARFSARTIKEL im Sortiment haben.

②



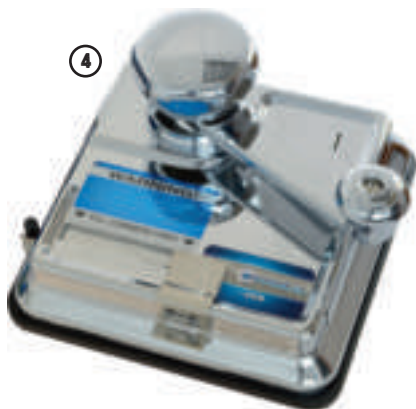
③



⑦



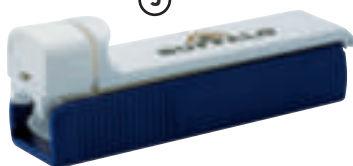
④



⑧



⑤



reissensible Kunden stopfen oder drehen ihre Zigaretten am liebsten selbst. Dazu benötigen sie allerhand Equipment wie Stopf- bzw. Drehmaschinen, Hülsen, Filter und Blättchen. Dazu kommen Tabakbeutel und Zigarettenboxen. Aber auch Raucher, die ihre Zigaretten nicht selbst herstellen, benötigen einen Aschenbecher oder ein Feuerzeug. Wer solche Raucherbedarfsartikel (RBA) im Angebot hat, erfreut seine Kunden – und macht gute Umsätze. Dank unserer Kooperation mit dem RBA-Hersteller Tröber finden Sie auf Lekkerland24 mehr als 350 Raucherbedarfsartikel, die Sie einfach Ihrem Lekkerland Warenkorb hinzufügen und mit Ihrer Lekkerland Rechnung bezahlen können. Geliefert wird die Ware dann von unserem Partner Tröber. Praktischer geht es nicht, oder?

1 OCB blau Gummizug 25 x 100 Bl. Pg. (Art.-Nr.: 149706) • 2 GIZEH Slim Filter 20 x 120er Pg. (Art.-Nr.: 295747) • 3 GIZEH Rollfix Wickler 1 x 1 St. (Art.-Nr.: 778167) • 4 MikrOmatic Duo Stopfgerät 1 x 1 St. (Art.-Nr.: 436439) • 5 Buffalo Stopfgerät 1 x 1 St. (Art.-Nr.: 611956) • 6 Atomic Reibrad transparent 50 x 1 St. (Art.-Nr.: 177520) • 7 Atomic Tabakbeutel XL 6 x Jeans sortiert 12 x 1 St. (Art.-Nr.: 620842) • 8 Atomic Zigaretten Big Box metallic 9 x 1 St. (Art.-Nr.: 447003) • 9 Atomic Aschenbecher rauchfrei 6 x 1 St. (Art.-Nr.: 507935)



Weitere Informationen finden Sie auf LEKKERLAND24.DE unter Informieren --> Produktinformationen --> Das starke Sortiment: Raucherbedarf

⑨



MAGNUM VEGAN

100% GENUSS




MAGNUM[®]
lebe deinen genuss



AKTIONSPOST KOMMT JETZT PER E-MAIL

Der Versand der LEKKERLAND AKTIONSPOST wurde auf digitale Kanäle umgestellt: Ab sofort erhalten Sie alle 14 Tage einen E-Mail-Newsletter mit unseren aktuellen Aktionen.

Tolle Angebote von Lekkerland finden Sie seit Mitte Mai direkt in Ihrem E-Mail-Postfach – und nicht mehr im Briefkasten. Denn wir haben den Versand unserer Aktionspost auf digitale Kanäle umgestellt. Eine Zustellung auf dem Postweg erfolgt nicht mehr.

Den E-Mail-Newsletter mit unseren aktuellen Aktionen finden Sie nun alle 14 Tage in Ihrem E-Mail-Postfach. Auf diese Weise infor-

mieren wir Sie auch weiterhin zuverlässig, schnell und individuell über Angebote für Ihren Shop. Besonders praktisch: Nutzer unseres Webshops können angebotene Produkte bei Interesse mit einem Klick in ihren Warenkorb legen.

Die „Mein Shop“ erhalten Sie aber wie gewohnt auf dem Postweg.

[+] Für Rückfragen steht Ihr Lekkerland Ansprechpartner gerne zur Verfügung.



FAKTENCHECK

Jetzt wichtig: ein gut organisierter Kundenlauf!

Auf LEKKERLAND24.DE und LEKKERLAND.DE haben wir Ihnen entsprechende Schilder zum Ausdrucken bereitgestellt, die Sie sich kostenlos herunterladen können.

Umfragen zufolge wollen Endverbraucher aus Angst vor Ansteckung momentan möglichst kurz shoppen gehen. Deshalb muss der Kundenlauf gerade jetzt gut organisiert sein! Etwa durch ein spezielles Kunden-Leitsystem mit Schildern, die den Weg vom Eingang durchs Geschäft bis zur Kasse und schließlich wieder zum Ausgang gut sichtbar, gut lesbar und leicht verständlich kommunizieren.

Zudem ist es wichtig, dass die im Shop geltenden Hygiene-Schutzmaßnahmen verständlich – am besten durch leicht zu deutende Piktogramme – erklärt werden. Diese sollten gut sichtbar am Eingang angebracht werden.

Die Schilder finden Sie unter: Lekkerland.de/magazin/corona/schilder.



— CAFFÈ — LATTESSO® ENERGY OF MILK & ESPRESSO



**OHNE
ZUCKERZUSATZ**



100%
NATÜRLICH

Innoprax GmbH
Karl-Benz-Strasse 21
86825 Bad Wörishofen
www.lattesso.com

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
019294		LATTESSO Macchiato 250 ml	10/250 ml
019307		LATTESSO Cappuccino 250 ml	10/250 ml
649934		LATTESSO Espresso 250 ml	10/250 ml
312370		LATTESSO Free 250 ml	10/250 ml



NATÜRLICH NACHHALTIG.

Alles von Volvic ab September 2020
aus 100% recyceltem Material.*

NEU

NEUE FLASCHE
100% RECYCELT
100% RECYCELBAR*



NEU
DIE 1.
LIMO VON
VOLVIC



DANONE ONE PLANET. ONE HEALTH

*Flasche aus 100% recyceltem Material. An Deckel und Etikett sind wir noch dran.