

# Mein Shop

MEIN JOB • MEIN LEBEN • MEIN PARTNER

## 18 LEKKERLAND HAUSMESSEN

Ab September finden die beliebten Veranstaltungen wieder vor Ort statt

## 24 CATEGORY CHECK

Die wichtigsten Produkte in der Kategorie Kaffe Zubehör

## 40 MEIN LEKKERLAND

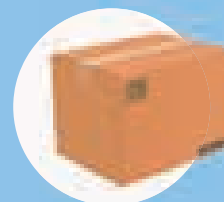
Neue Services und Angebote auf unserem Kundenportal

## UNTERWEGS IN DIE ZUKUNFT

TECHNISCHE INNOVATIONEN, EIN SICH WANDELNDES KONSUMVERHALTEN UND DER DEMOGRAFISCHE WANDEL VERÄNDERN DEN UNTERWEGSKONSUM. WORAUF SHOPBETREIBER SICH EINSTELLEN MÜSSEN, LESEN SIE ab Seite 8

### EXTRA

Kunden-Kommunikation: was es in Krisenzeiten zu beachten gilt



# Blanchet JOLIE



Klare Lieblich  
Auslobung



Sympathisches  
und zielgruppen-  
orientiertes Design



**Rosé de France**   **Blanc de Blancs**  
Lekkerland Art.-Nr.: 842137   Lekkerland Art.-Nr.: 842531



Eigene  
jüngere Farbwelt



Garantierte und  
verlässliche gute  
**Blanchet  
Weinqualität**

## NEUE LIEBLICH-SUBRANGE SPRICHT JUNGE WEIBLICHE ZIELGRUPPE AN



1/3 der unter 30-jährigen und 1/4 der unter 49-jährigen präferieren liebliche Weine<sup>1</sup>



Jede 2. Weinverwenderin zwischen 20-45 Jahren wünscht sich neue, liebliche Weine auf dem Markt. Bei den Wettbewerbs-Verwenderinnen sind es sogar 70%<sup>2</sup>



97% der Konsumentinnen lieblicher Weine haben ein Interesse an einem Angebot unter Blanchet<sup>2</sup>



88% der Weintrinkerinnen zwischen 20-45 Jahren würden Blanchet Jolie dem Hauptwettbewerber vorziehen<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Quelle: Uni Geisenheim, Weintrinkerstudie 2018 | <sup>2</sup>Quelle: Unabhängiges Marktforschungsinstitut, Juli 2019

Redaktionsschluss 27.07.2020

### 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

**MITARBEIT**  
Florian Sievers (fr)

**ART-DIREKTION**  
Jessica Winter

**GRAFIK**  
Chiara Kleinke, 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!



Der Unterwegskonsum wandelt sich rasant – nicht nur infolge der Coronakrise. Eine Vielzahl von Faktoren führt dazu, dass sich Tankstellen-, Convenience Shops und Co. weiterentwickeln müssen, damit sie auch in Zukunft für Verbraucher attraktiv sind. Zu diesen Faktoren zählen technologische Neuerungen, der demografische Wandel und Veränderungen beim Konsum- und Mobilitätsverhalten.

In unserem Bestreben, „Your most convenient partner“ zu sein – also alles dafür zu tun, damit Sie mit Ihrem Shop erfolgreich sind –, ist es für uns selbstverständlich, diese Entwicklungen für Sie aufmerksam zu beobachten. Unser Ziel ist es dabei stets, aktuelle Trends dahingehend zu hinterfragen, inwieweit wir unser Angebot für Sie entsprechend weiterentwickeln können. Ab Seite 8 erfahren Sie, welche gesellschaftlichen und technischen Neuerungen die Unterwegsversorgung künftig beeinflussen werden. Außerdem verrät Ihnen unser Vorstandsvorsitzender Patrick Steppe in einem Interview auf Seite 12,

welche Faktoren heute und in Zukunft entscheidend sind, damit Ihre Kunden gerne und regelmäßig zu Ihnen kommen.

### LICHT AM HORIZONT

Apropos Zukunft: Auch Amra Isic, die auf dem Campingplatz Schloss Helmsdorf am Bodensee einen Getränke- und Lebensmittelladen betreibt, hat schwere Zeiten hinter sich. Ab Seite 16 lesen Sie, wie sie es dennoch geschafft hat, wieder Licht am Horizont zu sehen.

### Genau das wünsche ich Ihnen auch!

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



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

Titel-Illustration: Shutterstock; Fotos: Getty Images, Lekkerland

# 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. 807814



enjoy responsibly

**LEKKERLAND24  
HOTLINE**

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

**INHALT 04.2020**



8



24

## MEIN JOB

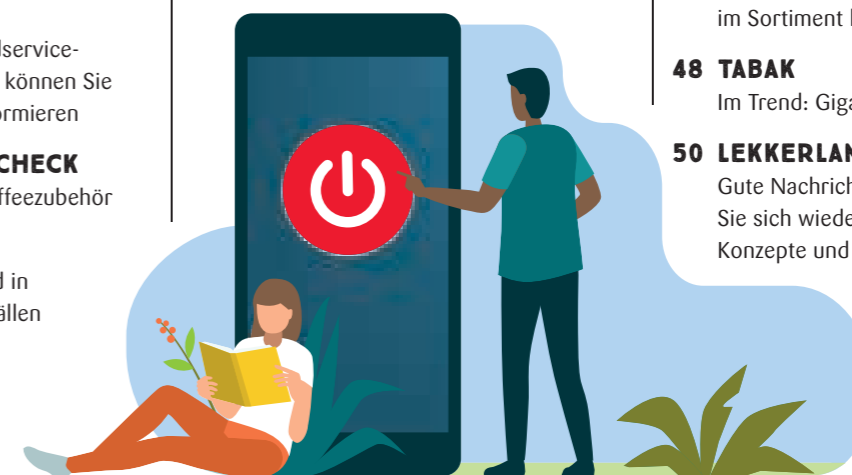
- 8 TITELTHEMA**  
Technische Innovationen und gesellschaftliche Trends verändern das Convenience-Geschäft. Lekkerland hilft Ihnen, die Herausforderungen zu meistern
- 16 SHOP-PORTRÄT**  
Amra Isic sieht in ihrem Shop am Bodensee wieder Licht am Horizont
- 18 RATGEBER**  
Wie Sie auf positive und negative Online-Bewertungen richtig reagieren
- 19 TOPSELLER**  
Spannende Neuheiten und beliebte Bestseller aus unserem Sortiment
- 20 FOODSERVICE**  
Über die modularen Foodservice-Konzepte von Lekkerland können Sie sich jetzt auch online informieren
- 24 SERIE: CATEGORY CHECK**  
Die Top 10 im Bereich Kaffezubehör
- 26 ERSTE HILFE**  
Wo Sie nach Unfällen und in lebensbedrohlichen Notfällen schnell Hilfe bekommen

Fotos: Lekkerland, shutterstock (2), PR

## MEIN LEBEN

- 30 CORONA-PANDEMIE**  
Was Shopbetreiber im Umgang und in der Kommunikation mit Kunden in Krisenzeiten berücksichtigen sollten
- 32 ZEITFRESSER SMARTPHONE**  
So gelingt das Digital-Detox
- 34 TODMÜDE MITTEN AM TAG?**  
Diese sechs Tipps helfen Ihnen, im Nu wieder munter zu werden!

32



## MEIN PARTNER

- 38 EIGENMARKEN**  
Die Vodka-Mixgetränke von Zarewitsch zählen zu den absatzstärksten Artikeln der Kategorie Premixed Longdrinks
- 40 DIGITAL**  
„Mein Lekkerland“: welche neuen Services wir Ihnen jetzt unter portal.lekkerland.de bieten
- 44 LIEFERANTENPORTRÄT**  
Wissenswertes über die Mineralwässer von Danone Waters
- 46 E-VA**  
Wieso Sie Gutscheinkarten und Gutscheincode von Google Play im Sortiment haben sollten
- 48 TABAK**  
Im Trend: Giga-Packs
- 50 LEKKERLAND HAUSMESSEN**  
Gute Nachrichten: Im Herbst können Sie sich wieder vor Ort über unsere Konzepte und Produkte informieren



# Mit voller Truhe erfolgreich durch die Saison.

**SNICKERS**  
ICE CREAM



ARTIKEL  
INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
012782		SNICKERS Ice Cream Eisriegel	24/72,5 ml Rg.
143004		SNICKERS White Eisriegel	24/60,5 ml Rg.
859516		SNICKERS Caramel Eisriegel	24/72,5 ml Rg.
012799		MARS Ice Cream Eisriegel	24/74 ml Rg.
811887		BOUNTY® Ice Cream Eisriegel	24/66,1 ml Rg.
829196		TWIX® Ice Cream Eisriegel	24/59,5 ml Rg.
780236		SNICKERS Hörnchen	24/110 ml St.
012840		SNICKERS Stieleis	20/91 ml St.
271770		M&M's Chocolate Stieleis	25/84 ml St.
271838		M&M's Peanut Stieleis	25/82 ml St.

**Lekkerland**  
the convenience company

## MEIN JOB



### COFFEE TO GO GEHT AUCH NACHHALTIG ...

... das zeigen unsere **umweltfreundlichen 0,3-Liter-Mehrweg-Kaffeebecher**, die auf [Lekkerland24.de](http://Lekkerland24.de) bestellbar sind. Was im Bereich Kaffeezubehör ansonsten Trend ist, lesen Sie ab Seite 24.

### SCHÖN KNUSPRIG!

Sie sind klein, handlich und immer lecker: Kekse und anderes Feingebäck, wie zum Beispiel Cracker, sind in Deutschland beliebte Mini-Snacks. Im Schnitt isst jeder Deutsche im Jahr rund **6,3 Kilogramm Kekse\*** und Co. und gibt dafür **32,85 Euro** aus. Ob mit Fruchtaufstrichen gefüllt, mit Schokolade überzogen, aus Waffel- oder Buttermilch gebacken: Rund **fünf Millionen** Deutsche greifen fast täglich mindestens einmal zu den kleinen Naschereien – am liebsten beim Kaffee oder Tee.



# 744

**Tonnen**

feine Backwaren wurden im Jahr 2019  
in Deutschland produziert.\*\*

\*Quelle: Statista; \*\*Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. (BDSI); Fotos: shutterstock, Lekkerland



# UNTERWEGS IN DIE ZUKUNFT

Technische Innovationen und gesellschaftliche Trends werden das Geschäft Ihrer Tankstelle oder Ihres Convenience Shops verändern. Wenn Sie den **WANDEL RICHTIG NUTZEN**, dann bieten sich Ihnen **NEUE CHANCEN**. Worauf Sie sich einstellen werden müssen, erfahren Sie hier.

**1. GUT AUFGESTELLT**  
Das Frischwerk-Shopkonzept erfüllt schon heute die Anforderungen des Unterwegskonsums der Zukunft.

**2. GROSSES ANGEBOT**  
In der „Backschmiede“ gibt es neben Kuchen auch belegte Bäckerbrötchen, Muffins, Donuts und ganze Brotlaibe.

**G**emütliche Cafés, stets geöffnete Minishops, Bistros für den kleinen Snack zwischendurch und sogar echte Nachbarschaftstreffpunkte – Tankstellen und Convenience Shops stecken mitten in einem Wandel: weg von alten Kerngeschäften, hin zu erweiterten Angeboten und neuen Kundengruppen. Viele Konsumenten wollen heute nicht mehr nur tanken oder eine Zeitung kaufen. Sie kommen auch auf ein Stück Kuchen, einen kleinen Snack zur Mittagspause oder, um Pakete aufzugeben. Neue Angebote, neue Services – beides wird künftig weiter zulegen.

Denn: Die Konsumenten ändern sich und haben andere Bedürfnisse. Diese neuen Kundengruppen lassen sich nur mit neuartigen Angeboten erreichen. Das spüren Anbieter von Unterwegskonsum bereits heute. Zurückzuführen sind die veränderten Konsumentenwünsche und -bedürfnisse sowohl auf aktuelle gesellschaftliche Trends als auch auf technische Innovationen. Beides verändert die Nachfrage und macht zugleich viele neuartige Angebote überhaupt erst möglich.

Für Lekkerland ist es selbstverständlich, die Entwicklungen auf dem Gebiet des Unterwegskonsums für seine Kunden im Auge zu behalten: „Wir beobachten und hinterfragen die aktuellen Trends und Entwicklungen – und entwickeln unser Angebot für unsere Kunden auf dieser Basis kontinuierlich weiter“, erklärt Lekkerland Vorstandsvorsitzender Patrick Steppe (siehe Interview Seite 12). Im Folgenden erfahren Sie, welche gesellschaftlichen Trends und welche technologischen Entwicklungen die Unterwegsversorgung künftig beeinflussen werden.

## MEHR SINGLES UND KINDERLOSE PAARE

Ein wichtiger Einflussfaktor auf den Unterwegskonsum ist der demografische Wandel. Er besagt unter anderem, dass in einem deutschen Haushalt heute durchschnittlich weniger



Menschen leben als früher. So bestanden 2018 bereits 75 Prozent aller Haushalte aus maximal zwei Personen. Experten schätzen, dass die Zahl dieser kleinen Haushalte bis 2030 sogar auf mehr als 80 Prozent steigen wird.

Das hat Folgen für den Unterwegskonsum – denn: Je kleiner ein Haushalt ist, desto mehr geben seine Bewohner statistisch gesehen für die Ernährung außer Haus aus. Bei Singles und kinderlosen Paaren sind es fast 40 Prozent des gesamten Budgets für Essen oder Trinken. Besonders die Millennials, die zwischen 1980 und dem Ende der 1990er geboren wurden, lieben Snacking. Marktforscher haben herausgefunden, dass zwei von drei Personen dieser Zielgruppe lieber einen Snack zwischendurch essen als eine vollständige Hauptmahlzeit.

Kein Wunder: Ein frischer Salat aus dem Convenience-Regal oder ein Stück frisch gebackene Pizza gewinnen für immer mehr Menschen nach einem langen Arbeitstag gegen mühsames Einkaufen, Selberkochen

und Aufräumen. Und morgens, wenn es schnell gehen muss, gibt es zum Frühstück kurz ein Croissant und einen Cappuccino außer Haus. Reibungslose, bequeme Versorgung war jedenfalls nie gefragter als heute.

## CONVENIENCE: VORTEILE IN ZEITEN VON CORONA

Auf Reibungslosigkeit kommt es auch jenen Kunden an, die wegen der Corona-Pandemie seltener einkaufen gehen als früher. Wenn sie gehen, dann wünschen sie sich One-Stop-Shopping, bei dem sie in einem Laden ein möglichst umfangreiches Sortiment vorfinden – das sie dann kontaktlos bezahlen möchten. Sauberkeit, Hygiene und Schutz vor Ansteckung sind wichtiger denn je. Diese Faktoren sind entscheidend, damit sich Tankstellen- und Convenience Shops im Wettbewerb mit anderen Angeboten zur Unterwegsversorgung, etwa der Discounter, behaupten können.

Zudem bestellen in Corona-Zeiten mehr Konsumenten denn je online Waren. Diese

Illustrationen: shutterstock; Fotos: Lekkerland

## MEIN JOB

Waren liefern Paketdienste auch an ausgewählte Kioske oder Tankstellen. Pack- und Abholstationen der Deutschen Post, von Hermes & Co. sind immer häufiger zu finden. Unterwegsversorger mit Packstation können neue Kunden dann direkt durch passende Angebote, etwa auf die Tageszeit abgestimmte Snacks, überzeugen, beim nächsten Mal wiederzukommen. Damit erschließen sich den Anbietern neue Kundengruppen, etwa die eifrigen Homeshopper von nebenan.

## CLICK&COLLECT IMMER BELIEBTER

Die Click&Collect genannten Angebote, bei denen Kunden online bestellte Waren vor Ort in einem Geschäft abholen, waren auch vor Corona schon ein wichtiger Trend. Solche Angebote können auch die Ladenlokale von dritten Parteien miteinbeziehen. In Deutschland nutzt beispielsweise eBay Geschäfte von Dritten als Übergabepunkte für seine Kunden. Vorreiter sind wie so oft Convenience Shops in den USA: Die Kunden der weltgrößten Convenience-Shop-Kette 7-Eleven etwa können sich mit einer App durch deren Sortiment klicken – und sich dann die Waren liefern lassen oder diese in einem Laden abholen, ohne an der Kasse anstehen zu müssen.

Laut einer Umfrage des Bundesverbands E-Commerce und Versandhandel unter rund 1.000 Konsumenten

haben fast zwei Drittel aller Befragten schon mal online bestellte Ware in einem Laden abgeholt, anstatt sie sich nach Hause oder an eine Poststation schicken zu lassen. Mehr als ein Fünftel dieser Waren gehörten zum täglichen Bedarf, etwa Nahrungsmittel oder Hygieneartikel.

## WANDEL DER MOBILITÄT

Dank Online-Shopping und Click&Collect verlassen zunehmend weniger Konsumenten zum Einkaufen ihr Wohnviertel. Auch könnten künftig mehr Menschen im Homeoffice arbeiten – sie wären dann ebenfalls weniger unterwegs. Oder sie fahren nur noch gelegentlich Auto, weil sie etwa Carsharing nutzen. Dieser Wandel der Mobilität trifft vor allem Tankstellen: Zu ihnen könnten bald weniger Konsumenten kommen, die ein Auto betanken wollen.

Auch der wachsende Anteil von E-Autos auf Deutschlands Straßen wird das Geschäft der Tankstellen verändern. Schon 2030 dürfte hierzulande fast jedes dritte neu zugelassene Auto ein E-Auto sein. Wer sein E-Auto nicht in der privaten Garage oder am Arbeitsplatz laden kann, wird das nicht selten an der Tankstelle machen und die Ladezeit für eine kleine Pause mit einem guten Kaffee oder einem Mittagssnack direkt in der Tankstelle nutzen.

Wie bei der E-Mobilität bieten viele der neuen Trends und Entwicklungen neue Chancen für Tankstellen und Convenience Shops. „Wer diese Chancen richtig nutzt“, sagt Lekkerland Vorstandsvorsitzender Steppe, „der wird alte Kunden zum Wiederkommen bewegen und zugleich ganz neue Kundengruppen an sich binden.“ So ist der Unterwegskonsum auf dem Weg in die Zukunft.



### 1. ENTSPANNT

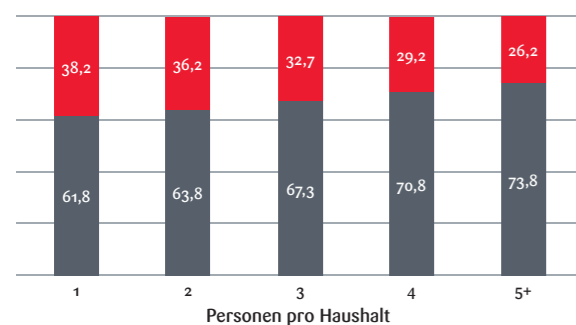
Viele Gäste verbringen ihre Mittagspause im Shop. In Zukunft überbrücken sie dort vielleicht auch die Zeit, bis ihr E-Auto geladen ist.

### 2. EINLADEND

Wer Snacks und Getränke vor Ort genießen möchte, kann es sich im gemütlichen Sitzbereich bequem machen.



Private Konsumausgaben für Nahrungsmittel und Getränke nach Haushaltsgröße; 2017 in %



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE

## GUTE AUSSICHTEN

Schon heute umfassen 75 Prozent aller Haushalte maximal zwei Personen. Das spielt der Unterwegsversorgung in die Hände, denn: je kleiner der Haushalt, desto höher der Anteil der Außer-Haus-Konsumausgaben.

# BE-KIND



# Ganze Nüsse, voller Geschmack!



12 Riegel à 40g  
LL Art.-Nr. 100132



12 Riegel à 40g  
LL Art.-Nr. 100133



12 Riegel à 40g  
LL Art.-Nr. 150363



12 Riegel à 40g  
LL Art.-Nr. 100134

## Der Star des Proteinregals!



12 Riegel à 50g  
LL Art.-Nr. 603647



12 Riegel à 50g  
LL Art.-Nr. 603414



12 Riegel à 50g  
LL Art.-Nr. 603490

Illustrationen: shutterstock; Fotos: Lekkerland

TM © Registered trademark © MARS 2020

# BE-KIND, give it a try.™

INTERVIEW

# „DER UNTERWEGSKONSUM BRAUCHT NEUE ANGEBOTE“

Lekkerland Vorstandsvorsitzender Patrick Steppe über die ZUKUNFT von Tankstellen und Convenience Shops.



**PATRICK STEPPE**  
Vorstandsvorsitzender,  
Lekkerland SE & Co. KG

**„Wir wollen gemeinsam mit unseren Kunden die Unterwegsversorgung attraktiver machen.“**

**Herr Steppe, vor welchen Aufgaben stehen Tankstellen und Convenience Shops heute?**

Sie stecken mitten in einem grundlegenden Wandel ihrer Business-Modelle. Alte Geschäftsfelder schrumpfen, neue kommen hinzu. Das ist an sich erst mal nichts Bedrohliches. Aber die Herausforderungen sind eine Gemeinschaftsaufgabe, die nicht allein zu stemmen ist und schnell angegangen werden muss.

**Welche Änderungen bringt die Zukunft?**

Der Unterwegskonsum braucht neue Angebote, um neue Kundengruppen anzuziehen. Dazu werden künftig mehr praktische Services gehören, aber auch qualitativ hochwertige Snacks. Dann arbeitet zum Beispiel ein Kiosk auch als Station für einen Paketdienst. Oder eine Tankstelle tritt auf wie eine Mischung aus Café, Imbiss und kleinem Nachbarschaftsladen inklusive Carsharing-Station oder Paketshop.

**Wie stehen Tankstellen heute da?**

Sie treten meist noch eher autozentriert auf. Ihre Kunden können vor allem tanken, das Auto waschen oder den Reifendruck überprüfen. Weil sich die Mobilität wandelt, werden sich die Tankstellen künftig mehr an den neuen Bedürfnissen jener Kunden orientieren müssen, die nicht nur tanken wollen. Die wollen an der Tankstelle der Zukunft etwa auch ihr Handy aufladen, Mails schreiben oder eine Auszeit nehmen. Unterwegsversorger müssen das Kundenerlebnis, die Customer Experience, optimieren und in den Vordergrund stellen. Das ist der entscheidende Faktor, um sich im Wettbewerb abzusetzen.

**Was bedeutet Customer Experience in diesem Fall?**

Der Konsument muss sich wohl und sicher fühlen, das ist gerade in Corona-Zeiten wichtiger als je zuvor. Dazu kommen Faktoren wie Atmosphäre, Produktauswahl, Schnelligkeit, freundliches Personal, das Preis-Leistungs-Verhältnis und zusätzliche Services. Im Optimalfall empfindet der Konsument das Einkaufserlebnis als reibungslos, bequem und angenehm.

**[+]** Weitere Informationen zu Frischwerk und anderen Konzepten von Lekkerland finden Sie unter: [Lekkerland.de/dienstleistungen](http://Lekkerland.de/dienstleistungen)

**Welche Lösungen hat Lekkerland dafür im Angebot?**

Wir unterstützen die individuelle Planung und Weiterentwicklung der Shops – und berücksichtigen dabei Lage, Zielgruppe und mögliche neue Kundengruppen. Unsere Angebote für Shopbetreiber sind dabei in der Regel modular aufgebaut. Vom Kaffee-Konzept über Module für Backwaren bis hin zum kompletten Shop-Konzept. Ein Beispiel dafür ist unser Shop-Konzept Frischwerk, das wir mit verschiedenen Partnern erfolgreich getestet haben. Ein vom klassischen Tankstellenbereich abgegrenzter Shop mit ansprechendem Foodservice-Angebot bildet den Kern des Konzepts. Das Ganze in ansprechendem Design aus Holz und Stahl, das sich an moderne Gastronomie-Konzepte anlehnt. Zum perfekten Kundenerlebnis gehört auch gut geschultes Personal. Hier unterstützen wir unsere Kunden durch Schulungen und Trainings, insbesondere im Bereich Foodservice.

**Welches Ziel verfolgt Lekkerland dabei?**

Wir wollen gemeinsam mit unseren Kunden die Unterwegsversorgung attraktiver machen. So schaffen wir Voraussetzungen für das beste Kundenerlebnis. Dabei entstehen Lösungen für moderne Convenience Shops, welche die Wünsche und Bedürfnisse der Verbraucher erfüllen und die Shops der Kunden im immer intensiveren Wettbewerbsumfeld erfolgreich machen. Das bedeutet mitten im Wandel neue Attraktivität, neue Kunden und mehr Umsatz. Wir wappnen unsere Kunden für deren Zukunft.



«Kau' Dir ein **alō**»

## Neues Trink-Essgefühl der anderen Art

Schon mal ein ALO gekaut? Die Columbus Vertriebs AG bringt den trendigen Aloe Vera Drink exklusiv nach Deutschland.

Der Lifestyle Drink ALO aus Taiwan unterstützt durch sein innovatives Konzept einen gesünderen Lifestyle und ist das Must-have Getränk für den Sommer.

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
232851	4 260627 360024	ALO Allure, Aloe Vera + Mangosteen + Mango	12/500 ml
232940	4 260627 360017	ALO Exposed, Aloe Vera + Honig	12/500 ml
232837	4 260627 360031	ALO Comfort, Aloe Vera + Wassermelone + Pfirsich	12/500 ml

Illustrationen: shutterstock; Fotos: Lekkerland



INTERVIEW

# „SPÜRBAR AUFGEWERTET“

Jacqueline Wagner betreibt in Berlin drei Shell-Tankstellen - und fühlt sich mit Lekkerland gut gewappnet für die Zukunft.



JACQUELINE WAGNER betreibt in Berlin drei Shell-Tankstellen.

„Wir haben in einer unserer Stationen einen Frischwerk-Shop implementiert. Das wertet unser Geschäft spürbar auf.“

**Frau Wagner, die Nachfrage nach Snacks und Essen an Tankstellen steigt, die nach Benzin könnte bald sinken. Wie bereiten Sie sich darauf vor?**

Die Entwicklung ist für uns nicht neu. In den 20 Jahren, die ich jetzt im Geschäft bin, ist der Kraftstoffverbrauch von Autos kontinuierlich gesunken. Dadurch geht unser Kerngeschäft zurück, der Service rund ums Auto. Stattdessen wächst gerade im innerstädtischen Bereich die Nachfrage nach Essen für unterwegs. Wir haben darum zum Beispiel in einer unserer Stationen zusammen mit Lekkerland einen

Frischwerk-Shop implementiert. Das wertet unser Geschäft spürbar auf.

**Wer sind jetzt Ihre Kunden?**

Das sind nach wie vor oft Menschen, die beruflich viel unterwegs sind. Aber sie verbringen bei uns nun ihre Mittagspause oder überbrücken die Zeit zwischen zwei Geschäftsterminen. Dazu kommen Leute, die abends lange arbeiten und sich dann freuen, dass sie bei uns auch nach Feierabend noch bequem essen, ein Amazon-Paket abholen oder eine gute Flasche Wein kaufen können. Sie alle können bei uns

Illustrationen: shutterstock; Fotos: Lekkerland

einfach durchatmen, sich wohlfühlen und eine kurze Auszeit vom Alltag nehmen.

**Welche Herausforderungen hatten Sie beim Wandel zu bewältigen?**

Wir haben umgebaut, danach mussten sich die Kunden erst mal neu orientieren, weil wir unser gesamtes Angebot optimiert haben. Außerdem musste unser Team geschult werden, was Lekkerland sehr kompetent übernommen hat. Unsere Mitarbeiter verkaufen nun seltener die klassische Tankstellen-Bockwurst, dafür mehr qualitativ hochwertige belegte Brötchen. Und sie bedienen nicht mehr einfach nur einen Kaffee-Vollautomaten, sondern sind fast schon Baristas, die erstklassigen Kaffee zubereiten können.

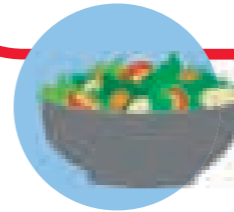


2

**2. PRAKTISCH**  
Während der Snack-Pause können Kunden das kostenlose WLAN sowie die Steckdosen zum Aufladen von Handy & Co. nutzen.



1



**1. HERZHAFT**

An der „Grillbar“ gibt es beliebte Grillgerichte wie Currywurst, Bratwurst und Pommes frites.

## GARANTIERT KNACKIGE UMSÄTZE

Kessel Nüsse, Paprika  
150 g Dose (618886)

Tortilla Nüsse, Nacho Cheese  
150 g Dose (618877)

NEU

Kessel Nüsse, Sour Cream  
150 g Dose (618975)

NEU

ültje

**JETZT BESTELLEN:**  
ARTIKELNUMMER 602360.

— BREWERSGOLD —  
DAFÜR MACHT MAN GERNE  
PLATZ IM REGAL.

MILDE · NATURTRÜBE

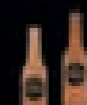


BIERSPEZIALITÄT

Milder Brewers Gold Hopfen Flavor trifft auf feine Honig- und Karamellnoten. Das ist erfrischend neu, erfrischend anders – aber typisch Warsteiner.

ALKOHOLGEHALT 5,2 % VOL

MINDESTHALTBARKEIT 12 MONATE



**Bierspezialitäten sind absolute Erfolgsgaranten im Biermarkt.**  
Bierspezialitäten verzeichnen im letzten Jahr einen vielversprechenden Zuwachs: + 9,6% im Vergleich zum Vorjahr\*

\*Quelle: Nielsen Market Track, LEH+GAM o. Aldi / Lidl / Norma, Absatzentwicklung in %, AH Bierspezialitäten (AH AA BIER), YTD Mai 2020 vs. VJ

DAS EINZIG WAHRE





# ENDLICH WIEDER LICHT AM HORIZONT!

Amra Isic und ihr Mann betreiben auf dem Campingplatz Schloss Helmsdorf am Bodensee das „Lädele“ – einen GETRÄNKE- UND LEBENSMITTELLADEN. Wir haben die Shopbetreiberin gefragt, wie sie die Corona-Pandemie erlebt.

**C**ampen vor schönstem Postkarten-Panorama – das bietet der Campingplatz Schloss Helmsdorf, dem ein Jachthafen und private Ferienwohnungen angeschlossen sind, seinen Gästen. In Amra Isics Shop, der direkt am Ufer des Bodensees liegt, können sie sich täglich mit frischen Backwaren, Lebensmitteln, Tabakwaren, Zeitschriften sowie Hygiene- und Badeartikeln versorgen. „Für mich und meinen Mann ist es die fünfte Saison. Unser regulärer Start in diesem Jahr war Mitte März, kurz vor Ostern. Nach nur einer Woche haben

wir dann bis Mitte Mai im Zuge der Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie wieder schließen müssen, da unsere Kunden ausschließlich Gäste des Hafens und des Campingplatzes sind“, berichtet Amra Isic.

Für sie und ihren Mann war das natürlich problematisch: „Unser Laden war schon voll mit Ware ausgestattet, teilweise hatte diese ein kurzes Mindesthaltbarkeitsdatum. Die Vorfinanzierung der Ware sowie die laufenden Kosten waren finanziell schmerzhaft“, erinnert sich die Shopbetreiberin an schwierige Wochen. Nach der Lockerung der Auflagen, von denen auch Campingplätze in den meisten Bundesländern mit als Erstes profitierten, sieht Amra Isic aber wieder Licht am Horizont: „Es werden mit Sicherheit mehr Gäste in diesem Jahr als in den vergangenen Jahren kommen. Zum einen bietet unsere Region Urlaubern viele Möglichkeiten für Aktivitäten im Freien, ohne dabei auf große Menschenmengen zu stoßen. Zum anderen ist ein Urlaub im Ausland für viele Deutsche im Moment kein Thema.“

## DIE GÄSTE MÖCHTEN SICHEREN URLAUB IM EIGENEN LAND MACHEN

Wie viele ihrer Kollegen, die Shops auf Campingplätzen betreiben, hofft auch Amra Isic, durch eine höhere Auslastung des Platzes im Sommer die entstandenen Verluste der vergangenen Monate zum Teil wieder auffangen zu können: „Viele Gäste verlassen den Campingplatz nur noch für Ausflüge und vermeiden unnötige Kontaktpunkte. Die Einkäufe in meinem Laden sind dadurch gestiegen. Durch das breite Sortiment meines Shops kann ich fast alle Bedürfnisse unserer Kunden abdecken“,

### 1. SCHÖNE AUSSICHTEN

Amra Isics Shop liegt direkt am See. Ihre Snacks können die Kunden an Stehtischen im Freien mit Blick auf den Jachthafen genießen (kl. Foto links).

### 2. BREITES SORTIMENT

Neben frischen Backwaren, Zeitschriften und Co. gibt es im „Lädele“ auch Badeartikel wie Luftmatratzen zu kaufen.



SCHLOSS HELMSDORF



„Dank des unveränderten Serviceangebotes von Lekkerland kann ich mich auch während der Corona-Pandemie auf die gewohnt gute Zusammenarbeit verlassen.“

AMRA ISIC  
Shopbetreiberin des „Lädele“ auf dem  
Campingplatz Schloss Helmsdorf

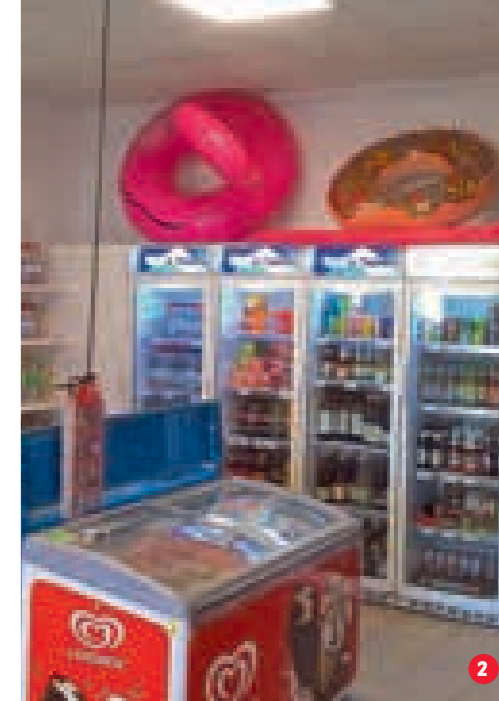
berichtet sie. Das gilt auch in kulinarischer Hinsicht: Im Shop wird jeden Morgen frisch aufgebacken, mittags gibt es eine warme Theke mit Leberkäse, Frikadellen sowie Schnitzelbrötchen, am Nachmittag Kuchen und Gebäck.

## EXTRASERVICE FÜR VORSICHTIGE KUNDEN

Die Corona-Pandemie beschäftigt die Shopbetreiberin und ihre Kunden dennoch weiterhin. „Bei uns herrscht natürlich immer noch eine Maskenpflicht für Mitarbeiter und Kunden.“ Am Eingang steht für Kunden ein Desinfektionsmittel-Spender bereit, über dem Verkaufstresen ist eine Plexiglasscheibe angebracht. „Wir achten auf die Einhaltung des Sicherheitsabstandes sowie auf die Anzahl der Kunden im Laden. Unsere Verkaufstür ist immer geöffnet, um Frischluftzufuhr zu gewährleisten“, so Amra Isic. Außerdem bietet sie inzwischen die Möglichkeit der Vorabbestellung an: „Die Kunden können ihre Backwaren am Vortag bestellen. Die mit Namen versehenen Brötchentüten können die Kunden dann morgens bei uns abholen, ohne lange im Laden anstehen zu müssen.“ Das kommt gut an:

„Unsere Kunden zeigen viel Verständnis und halten die Regeln ein.“

Nicht nur vom Verhalten ihrer Kunden, sondern auch von Lekkerland ist Amra Isic angetan: „Dank des unveränderten Serviceangebotes kann ich mich auch während der Corona-Pandemie auf die gewohnt gute Zusammenarbeit verlassen. Mein Außendienstmitarbeiter Herr Liebisch hat mich in dieser schwierigen Zeit telefonisch und per Mail begleitet.“



## Frische-Kick für Ihren Umsatz!

**Zip-Pack**

**OHNE ZUCKER**

**Jetzt ordern!**

**STARKE DACHMARKE**  
Fisherman's Friend ist im Convenience-Kanal mit einem Marktanteil von **37,5%** das stärkste Bonbon und eindeutiger Marktführer bei den Atemerfrischern.\*

**HOHE KAUFBEREITSCHAFT**  
**97%** der Zielgruppe (bisherige Nicht-Verwender der Marke Fisherman's Friend) empfinden das Produkt bereits vor dem Probieren als sehr ansprechend.\*\*

ProFresh Sweet Mint o.Z. LL Art.-Nr. 155231

ProFresh Blueberry o.Z. LL Art.-Nr. 155159

\*Quelle: IB; Bonbonmarken, Tonkristallen und Convenience-Shops nach Konzernwert, Markenanteil Umsatz in %, YTD 17/20  
\*\*Quelle: K&A; Konsumentenbefragung 2018

Fotos: privat, shutterstock



# HOPP ODER TOP?

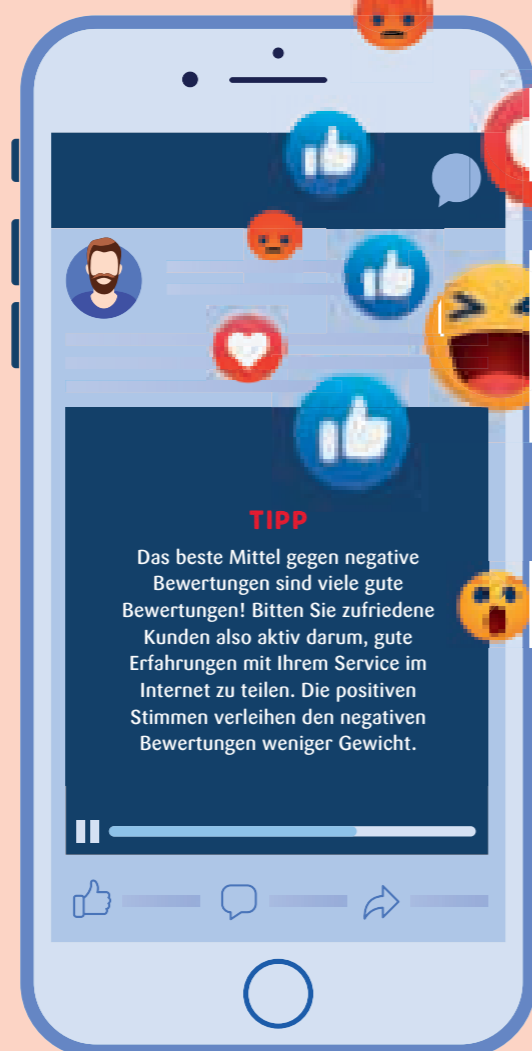
Ob bei Google oder Facebook: Wer seinen Shop im Internet präsentiert, muss sich mit KUNDEN-FEEDBACK auseinandersetzen. Hier erfahren Sie, wie Sie auf positive und negative Bewertungen richtig reagieren.

**S**tudien zufolge haben mehr als zwei Drittel aller Deutschen schon einmal eine Online-Bewertung geschrieben – aber nur 60 Prozent davon eine Antwort auf ihre Bewertung erhalten, egal ob diese negativ oder positiv war. Das sorgt für Frustration. Regel Nummer eins im Umgang mit Lob oder Kritik lautet daher: Antworten Sie möglichst auf jede Bewertung! Das muss nicht immer in epischer Breite geschehen. Insbesondere bei positivem Feedback reicht ein kurzes „Danke schön für das nette Feedback“ oder „Wir freuen uns, dass es Ihnen bei uns gefallen hat“ meist aus.

Ganz wichtig ist auch: Reagieren Sie so schnell wie möglich. Wer eine gute oder schlechte Bewertung erst nach Tagen oder gar Wochen beantwortet, wirkt unprofessionell. Experten empfehlen, Kunden innerhalb von 24 Stunden zu antworten. Falls Sie befürchten, im Tagesgeschäft mit dem so zeitnahen Beantworten von Kunden-Feedback überfordert zu sein, können Sie einen Mitarbeiter damit beauftragen, Ihren Account regelmäßig zu checken.

## SACHLICH BLEIBEN

Bei der Beantwortung negativer Bewertungen gilt: Bleiben Sie freundlich, sachlich, und entschuldigen Sie sich für etwaige Unannehmlichkeiten – und zwar auch dann, wenn die Kritik unsachlich und unzutreffend ist oder sich ein Kunde im Ton vergriffen hat! Nehmen Sie jeden Kommentar ernst, und bieten Sie verärgerten Kunden persönliche Feedback-Gespräche an.



**TIPP**  
Das beste Mittel gegen negative Bewertungen sind viele gute Bewertungen! Bitten Sie zufriedene Kunden also aktiv darum, gute Erfahrungen mit Ihrem Service im Internet zu teilen. Die positiven Stimmen verleihen den negativen Bewertungen weniger Gewicht.

**[+]** Das PlusTools-Programm von Lekkerland unterstützt Sie dabei, mit Ihrem Shop online zu gehen. Infos zu PlusTools finden Sie auf [PLUSTOOLS.INFO](http://PLUSTOOLS.INFO).

Nur so erfahren Sie, was in den Augen Ihrer Kunden schiefgelaufen ist, und können gegebenenfalls nachbessern. Wenn aus der Bewertung nicht klar hervorgeht, was genau den Kunden gestört hat, ist es ratsam, gezielt nachzufragen, was für Unmut gesorgt hat. Das zeigt dem Kunden – sowie allen, die die Kritik im Netz lesen –, dass Sie wirklich daran interessiert sind, konstruktiv mit negativem Feedback umzugehen.

## Jetzt neu: 5 PiCK UP! Minis CHOCO im Flowpack

Ab sofort gibt es den CHOCO PiCK UP! mini in einem 5er-Pack – ideal zum Teilen, für unterwegs oder auch im Kino. Jedes Pack enthält 5-mal lecker-knackige Schokolade zwischen zwei leckeren LEIBNIZ-Kekschen. **Perfekt im Thekenaufsteller!**

Bahlsen Leibniz Pick Up! minis Take 5 Choco 20 x 53 g Pg. (Art.-Nr. 163297)



## Superfood im Riegelformat: die neue Corny BIG Limited Edition „Dunkle Schoko & Hanfsamen“

Trendsnack für jedermann: Der neue und limitierte Einzelriegel von Corny BIG kombiniert das fein-nussige Aroma beliebter Hanfsamen mit vollwertigen Cerealien sowie herber Schokolade. Ab August und nur für kurze Zeit ist der limitierte Saisonartikel für den Out-of-Home-Bereich als 40-g-Riegel im 24er-Schaukarton erhältlich. **Ob zu Hause oder unterwegs – der kraftvolle Einzelriegel ist der ideale Begleiter durch den Tag. Ganz ohne künstliche Farb- und Konservierungsstoffe, dafür mit viel wertvollem Getreide, nussig-aromatischen Hanfsamen, vollmundiger Schokolade und leckerem Honig wird die Stärkung zwischendurch zum besonderen Genuss. Zusätzlich spricht der neue Snack mit seinem farbenfrohen sowie modernen Packaging vermehrt Impulskäufer an.**

Corny Big Hanfsamen Dunkle Schoko Limited Edition 24 x 40 g Rg. (Art.-Nr. 601742)

Fotos: shutterstock (2), PR

# AUS UNSEREM SORTIMENT

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

## Neu: Teignuss-Innovationen von ültje!

Ab sofort vervollständigen die „ültje Tortilla Nüsse Nacho Cheese“ und die „ültje Kessel Nüsse Sour Cream“ gemeinsam mit den bereits am Markt etablierten „ültje Kessel Nüssen Paprika“ das Segment der ültje-Teignüsse. Die Neuzuwächse versprechen Zusatzumsätze, denn mit beliebten Geschmacksrichtungen aus der Kategorie der salzigen Snacks sprechen sie neue Nuss-Zielgruppen an. **Alle drei Sorten werden in der praktischen, wiederverschließbaren Dose angeboten und eignen sich daher besonders gut zum Zwischendurch-Snacken.**

- 1 Ültje Kessel Nüsse Paprika 16 x 150 g Ds. (Art.-Nr. 618886) •
- 2 Ültje Tortilla Nüsse 16 x 150 g Ds. (Art.-Nr. 618677) •
- 3 Ültje Kessel Nüsse Sour Cream 16 x 150 g Ds. (Art.-Nr. 618975)



**1. BESUCHE VOR ORT UND ONLINE MÖGLICH**

In der Foodservice Akademie stellen Foodservice-Experten von Lekkerland vor Ort die modularen Konzepte vor und bieten Live-Schulungen an. Neuerdings können Sie sich aber auch via Tablet, Handy und Laptop über die Foodservice-Konzepte informieren.

**2. ANGESAGT**

Verpackte Produkte wie die aus dem Go Fresh-Sortiment von Lekkerland sind derzeit besonders gefragt. Auch über sie erhalten Sie jetzt online Informationen.



2

# FOODSERVICE HAUTNAH ERLEBEN – DAS GEHT JETZT AUCH VIRTUELL

Der Bereich Foodservice boomt. Diese Entwicklung eröffnet Shopbetreibern SPANNENDE WACHSTUMSCHANCEN. In der Convenience Foodservice Akademie informiert Lekkerland über sein Foodservice-Angebot und bietet Schulungen an. Über die modularen Konzepte können Sie sich nun auch virtuell informieren.

**D**ie Nachfrage nach verzehrfertigen, frischen Snacks in der Unterwegsversorgung wächst stetig. Shopbetreiber, die vom

Wachstumssegment Foodservice profitieren wollen, sind also gut beraten, Snacks und Getränke to go in ihr Sortiment aufzunehmen. Um sie dabei zu unterstützen, hat Lekkerland bereits vor einem Jahr die Convenience Foodservice Akademie eröffnet. Denis Raphael, Manager Foodservice Sales Training & Support bei Lekkerland: „In dem Kompetenzzentrum trainieren Lekkerland Foodservice-Experten Shopbetreiber und deren Mitarbeiter beispielsweise darin, Snacks und Getränke ansprechend zuzubereiten und verkaufsfördernd anzubieten. Die praxisnahen Trainings vermitteln also genau das Know-how, das sie für das Wachstumssegment Foodservice benötigen.“

**VIRTUELLER RUNDGANG MÖGLICH**

Neuerdings kann die Foodservice Akademie auch online besucht werden: „Die Idee hatten wir schon vor Corona. Durch die Pandemie waren wir gezwungen, uns noch schneller damit zu beschäftigen, wie wir es Shopbetreibern, die

„Shopbetreiber können sich ab sofort online jederzeit über unsere Foodservice-Angebote und Serviceleistungen informieren.“

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

nicht zu uns nach Frechen kommen können, ermöglichen können, sich online jederzeit über unsere Angebote und Serviceleistungen zu informieren“, erklärt Peter Ganghof, Vice President Category Foodservice bei Lekkerland in Deutschland.

Die Technologie, die es möglich macht, dass Interessierte die Convenience Foodservice Akademie von Lekkerland nun auch digital betreten und sich so von überall via Tablet, Handy, Laptop oder PC über die Foodservice-Angebote von Lekkerland informieren können, stammt von Google: Genau wie bei Google Street View können Shopbetreiber sich jetzt auch beim virtuellen Rundgang in der Foodservice Akademie per Mausklicks auf die 360-Grad-Aufnahme „bewegen“. Außerdem erhalten sie, wenn sie ein Modul anklicken, weitere Informationen zu dem dahinterstehenden Konzept oder können sich direkt auf [Lekkerland24.de](http://Lekkerland24.de) weiterleiten lassen und die dort vorgestellten Artikel bestellen. Auch Broschüren, online abrufbare Videos sowie Lekkerland-Webseiten mit weiterführenden Informationen sind in der Virtual-Reality-Version der Foodservice Akademie verlinkt.

Wie das Foodservice-Angebot selbst, ist auch die virtuelle Akademie modular aufgebaut und kann künftig um weitere Inhalte und Angebote ergänzt werden. Mittelfristig möchte Lekkerland auch digitale Foodservice-Schulungen anbieten, bei denen sich Shopbetreiber bequem von zu Hause aus weiterbilden können.

**[+]** Sie haben Fragen zur Foodservice Akademie? Wenden Sie sich an Ihren Ansprechpartner – oder schreiben Sie eine E-Mail an: [kontakt.akademie@lekkerland.de](mailto:kontakt.akademie@lekkerland.de). Weitere Informationen über die Foodservice Akademie finden Sie online auf: [www.lekkerland.de/foodservice-akademie/](http://www.lekkerland.de/foodservice-akademie/)



**3. VIRTUELL**  
Lekkerland Foodservice können Sie nun auch live von Ihrem Bildschirm erleben. Und zwar unter dem Link: <https://my.matterport.com/show/?m=CmpzjDt5CnA&Start1>

**Hygienische Sicherheit FÜR UNTERWEGS**



## FOODSERVICE-PRODUKTE HYGIENISCH VERPACKEN

**B**edingt durch die Corona-Pandemie sind verpackte Foodservice-Produkte seit einigen Monaten bei Endverbrauchern weitaus stärker gefragt als unverpackte. Mit Blick auf Ansteckungsrisiken haben Konsumenten offensichtlich mehr Vertrauen in frische Snacks, die hygienisch

verpackt sind. Mit unseren Loc und Snack Bags können Sie diesem Kundenwunsch quasi im Handumdrehen nachkommen: Die Verpackungsmittel verfügen über einen Selbstklebeverschluss, der das schnelle und einfache Verschließen der Tüten ermöglicht. Dank ihrer Aufreißperforation lassen sich die Snack Bags zudem ganz leicht öffnen und erleichtern es Ihren Kunden, die darin verpackten Snacks kleckerfrei zu genießen.



1 Snack Bag Fifty White XL 1 x 1000 St. (Art.-Nr. 601858) (Das Snack Bag ist auch in den Größen M (Art.-Nr. 601854) und L (Art.-Nr. 601853) erhältlich) • 2 Loc Bag Razor Gen. 17/24 1 x 1000 St. (Art.-Nr. 601857) • 3 Loc Bag Mini Gen. 14/14 1 x 1000 St. (Art.-Nr. 601855) • 4 Loc Bag I Love Pizza Gen. 21/24,5 1 x 1000 St. (Art.-Nr. 601852)

# RESTART MIT ERFOLG!



## CRUNCHY CHIK'N® BURGER

Der knusprige Allrounder: Unter einer superknackigen Flakes-Panade verwöhnen zarte Stücke vom Hähnchenbrustfilet den Feinschmeckergaumen. Pikant würzig!

1 Salomon Crunchy Chik'n Burger 1 x 1,5 kg Bt. (Art.-Nr. 708392)

## HOMESTYLE BURGER BUN

Rustikaler Softie: Mit Sauerteig und Kartoffelflocken - die optimale Mischung aus Softbun und Bäckerbrötchen vereint von beidem das Beste.

2 Salomon Homestyle Burger Bun 36 x 105 g St. (Art.-Nr. 831049)

## UNSERE BESTE FRIKADELLE

Sieht aus wie selbst gemacht, schmeckt wie selbst gemacht: unsere saftige, lockere Schweinefleischfrikadelle, herzhaft gewürzt, rundum gebräunt und fertig gebraten.

3 Salomon Unsere Beste Frikadelle 24 x 125 g St. (Art.-Nr. 095950)

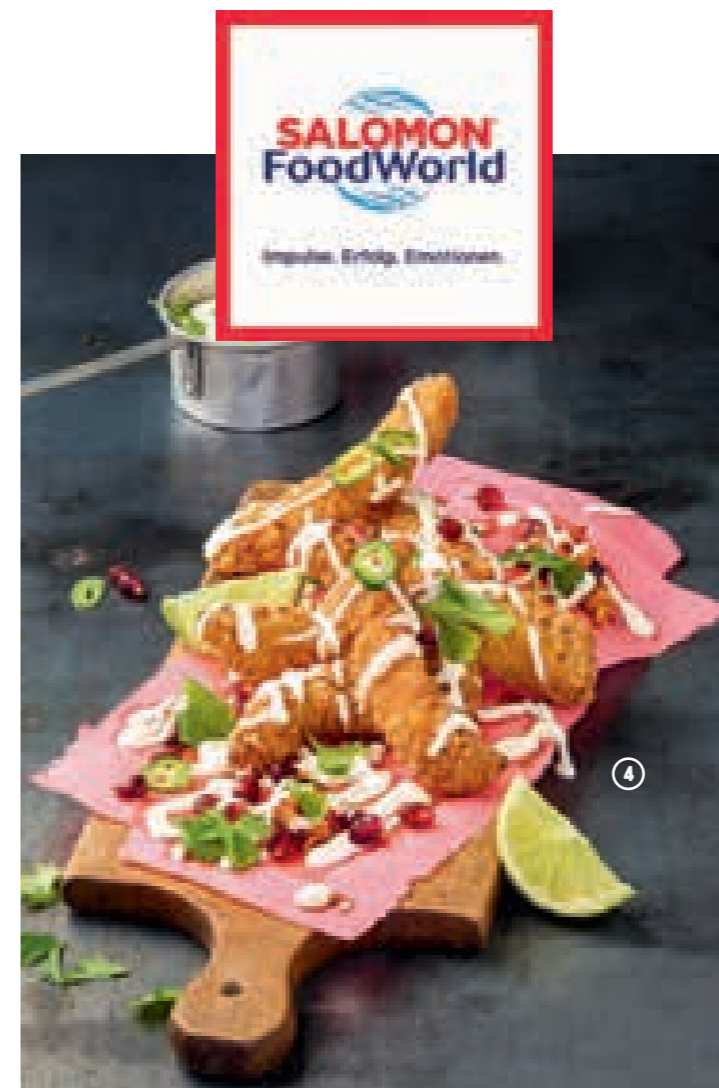
Nach wochenlanger Selbstversorgung mit Pasta & Co. wird die BURGER-SEHNSUCHT der Gäste zu Ihrem Erfolgsgaranten!

Mit der Wiedereröffnung der Gastronomie kommt auch die Hoffnung, dass sich die Lage - wenn auch nur langsam und unter Auflagen - verbessert. Damit verbunden sind jedoch besondere Herausforderungen: Hygienevorschriften, Abstandsregeln und Teilbelegungen der bestehenden Fläche bedeuten auch weniger Gäste und Unsicherheiten im Einkauf, bei der Warenverfügbarkeit und im Personaleinsatz. SALOMON FoodWorld®, der Foodservice-Spezialist, legt sich jetzt für Sie so richtig ins Zeug - um gemeinsam mit Ihnen den Neustart zu meistern. Wir unterstützen Sie mit Herz und Plan bei diesem wichtigen Schritt und helfen Ihnen, diese schwierige Zeit zu managen.

## BURGER SIND RELEVANT FÜR DEN RESTART DER GASTRONOMIE

Als Gastronom müssen Sie nun noch mehr Herausforderungen meistern - und umdenken: Setzen Sie auf Topseller und Schnelldreher, kontrollieren Sie den Wareneinsatz, und optimieren Sie Ihre Zubereitungsprozesse. Mit den spezialisierten Burger-Lösungen von SALOMON FoodWorld® ist Ihre unsichere Zukunft sicher: in Kalkulation, Flexibilität, Anwendung und Schnelligkeit.

- Bei geringerer Tischauslastung muss der Tischwechsel häufiger stattfinden. Dabei hilft eine rasche und leichte Vorbereitung der Gerichte. Die Burger von SALOMON FoodWorld® sorgen für ein Maximum an Schnelligkeit und Einfachheit im Handling.
- Bei eingeschränkten Öffnungszeiten und weniger Gästen ist es clever, Produkte mit langer Haltbarkeit und ständiger Verfügbarkeit einzusetzen. Unser Burger-Sortiment ist besonders frisch und besonders haltbar:



## HOMESTYLE CHIK'N® FINGERS BUTTERMILK

Der Snack-Liebling: der erfolgreiche Chik'n® Finger aus 100 Prozent Hähnchenbrustfilet jetzt mit trendigem Buttermilk-Taste in knuspriger, besonders grober Homestyle-Panade - wie selbst gemacht.

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

Die Patties werden direkt nach der Herstellung bei -35 °C schockgefrostet. Frischer geht es nicht!

- Wenige Zutaten - riesiges Angebot: Mit unserer Burger-Vielfalt können Sie Hunderte von Rezepten mit wenigen Zutaten kreieren.
- Gut aufgestellt sind Sie mit unserem Fingerfood, es ist einzeln portionierbar - das ist ideal bei schlechter Planbarkeit und bietet somit Sicherheit im Wareneinsatz. Die Zubereitung ist flexibel und schnell - was bei häufigem Tischwechsel hilfreich ist.
- Bewährte Klassiker, serviert mit schönen Erinnerungen, dürfen für Ihre Gäste nach wie vor nicht fehlen. Hohe Handwerkslichkeit - wenige Handgriffe, authentische Handmade-Optik. Auch bei langer Standzeit saftig und knusprig.

[+] Mehr Tipps, Rezepte, Inspirationen und Produktlösungen für einen erfolgreichen Neustart finden Sie unter #Restartgastro auf SALOMON-FOODWORLD.COM/DE

Fotos: PR

# Flic'n'lic

DAS ORIGINAL



mit doppeltem Fruchtgeschmack!



FLIC'N'LIC  
LL Art-Nr.: 027421

## FRUCHTIG ODER SAUER



SOUR FLIC'N'LIC  
LL Art-Nr.: 484011

## AUCH ALS XL ZUNGENFÄRBER



FLIC'N'LIC XL  
LL Art-Nr.: 102123

tri d'Aix INTERNATIONAL

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



## KAFFEEZUBEHÖR: DAS SIND DIE TOP 10

Kaffee ist bei Jung und Alt beliebt. Hier erfahren Sie, welches die Top-Produkte im Bereich „Zubehör für den KAFFEE-AUSSER-HAUS-VERKAUF“ sind.



<b>MY BASICS</b> Haltbare Vollmilch 3,5% Fett	<b>COFFEE BEAN COMPANY</b> Coffee-to-go-Becher 200 ml	<b>COFFEE BEAN COMPANY</b> Coffee-to-go-Becher 300 ml	<b>COFFEE BEAN COMPANY</b> Deckel für To-go-Becher 200 ml	<b>COFFEE BEAN COMPANY</b> Deckel für To-go-Becher 300 + 400 ml	<b>HELLMA</b> Kaffeesahne 10%	<b>HELLMA</b> Zuckersticks 4 g, nachhaltig	<b>PAPSTAR GMBH</b> Holzrührstäbchen braun, 140 mm	<b>COFFEE BEAN COMPANY</b> Bonuskarten	<b>COFFEE BEAN COMPANY</b> To-go-Bonusstempel
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12 x 1,0 l Pg.	1 x 1000 St.	1 x 1000 St.	1 x 1000 St.	1 x 1000 St.	1 x 240 St.	1 x 1000 St.	1 x 1000 St.	1 x 100 St.	1 St.
Art.-Nr. 799831	Art.-Nr. 144376	Art.-Nr. 145080	Art.-Nr. 144434	Art.-Nr. 145922	Art.-Nr. 305984	Art.-Nr. 094431	Art.-Nr. 602249	Art.-Nr. 601877	Art.-Nr. 145511

INTERVIEW

## NACHHALTIGKEIT IST TREND!

Was im Bereich Kaffeezubehör und Kaffee bei Kunden hoch im Kurs steht, weiß Lekkerland Kaffee-Experte René Neuburg.



**RENÉ NEUBURG**  
Consultant Buyer Foodservice,  
Lekkerland Deutschland  
GmbH & Co. KG

Herr Neuburg, die Top-8-Produkte in der Kategorie „Kaffeezubehör“ bestehen - wenig überraschend - aus den klassischen Kaffeezubehör-Artikeln wie H-Milch, To-go-Becher und Co. Auf den Plätzen 9 und 10 finden sich Bonuskarten und -stempel. Wie wichtig ist es, dass Shopbetreiber ihren Kunden Bonuskarten anbieten?  
RENÉ NEUBURG: Bonuskarten sind ein einfaches, aber effektives Kundenbindungs-Instrument. Es bietet für Verbraucher einen zusätzlichen Anreiz, den Coffee to go im jeweiligen Shop zu kaufen, fördert somit den Absatz und belohnt die Kunden für ihre Treue.

Sehr stark am Markt wachsen die veganen Milchalternativen von Alpro. Wie wichtig ist es, dass man derartige Alternativen anbietet?  
Vegane Milchalternativen sind im Bereich Tankstelle und Kiosk noch nicht weit verbreitet. Sie sollten jedoch in Zukunft vermehrt angeboten werden! Mit veganen Kaffeespezialitäten wie einem Hafer-Macchiato oder Mandel-Cappuccino schafft man ein tolles Kundenerlebnis und erreicht neben Veganern auch die jüngeren Zielgruppen. Zudem kann man sich ohne viel Aufwand von der Konkurrenz abheben und ein saisonales Angebot im Coffee-to-go-

Bereich schaffen: Kokos im Sommer, Mandel im Winter.

### Welche Trends sollten Shopbetreiber im Auge behalten?

Immer wichtiger wird Verbrauchern der nachhaltige Anbau von Kaffee. Dazu zählen beispielsweise Kaffees, die das Siegel der Umweltschutzorganisation Rainforest Alliance tragen. So wie unsere „Coffee Bean Company“-Röstungen, die zu 100 Prozent aus nachhaltig angebauten brasilianischen Arabica-Bohnen bestehen.



### VIERMAL VEGAN

Die Alpro-Milchalternativen werden aus Hafer, Soja, Kokosnuss und Mandel hergestellt.

1 Alpro Haferdrink 8 x 1.0 l Pg. (Art.-Nr. 100006) • 2 Alpro Sojadrink 12 x 1.0 l Pg. (Art.-Nr. 378343) • 3 Alpro Mandeldrink 8 x 1.0 l (Art.-Nr. 378398) • 4 Alpro Kokosnussdrink 12 x 1.0 l Pg. (Art.-Nr. 832993)

Fotos: shutterstock, Lekkerland, PR



Lekkerland Art.-Nr.: 163297

# NOTRUF & ERSTE HILFE

Nach Unfällen und in lebensbedrohlichen Notfällen ist **SCHNELLE HILFE** **LEBENSWICHTIG**. Hier erfahren Sie, welchen Notruf Sie wann wählen müssen - und wieso Erste-Hilfe-Apps in Notfällen hilfreich sind.

**S**ei es, dass sich jemand ernsthaft verletzt hat, ein Kunde in Ihrem Shop bewusstlos zusammenbricht, starke Schmerzen in der Herzgegend hat oder plötzlich unter akuter Atemnot leidet: Es gibt leider viele Situationen, die es erforderlich machen, eine Notrufnummer zu wählen und vor Ort Erste Hilfe zu leisten.

**DIE WICHTIGSTE NUMMER: 112**  
Über die Notrufnummer 112 werden Anrufer - inzwischen sogar europaweit - mit der nächstgelegenen Notrufzentrale der Feuerwehr verbunden, die dann einen Krankenwagen oder - falls nötig - einen Notarztwagen schickt. Die **112** sollte in jedem lebensbedrohlichen Notfall angerufen werden. Dazu gehören:\*

- **Anzeichen für einen Herzinfarkt** (starker Brustschmerz, Atemnot, kalter Schweiß)
- **Anzeichen für einen Schlaganfall** (Seh- und Sprachstörungen, Lähmungserscheinungen)
- **Unfälle mit schweren Verletzungen/hohem Blutverlust**
- **Ohnmacht/Bewusstlosigkeit**
- **allergischer Schock** (Anaphylaxie)
- **schwere Verbrennungen**
- **Asthmaanfall** (anfallsartige Atemnot)

Die zweite, deutschlandweite Notfallnummer ist die **116117** - die Nummer des ärztlichen Bereitschaftsdienstes. Achtung: Hier erhalten Sie nur in dringenden, aber nicht lebensbedrohlichen Situationen Hilfe. **Grundsätzlich gilt: Wenn Sie sich nicht sicher sind, ob der Zustand der betroffenen Person lebensbedrohlich ist oder es werden könnte, wählen Sie die 112!**

**HILFREICH: ERSTE-HILFE-APPS**

Bis zum Eintreffen der Rettungskräfte können medizinische Laien mithilfe spezieller Apps gekonnt Erste Hilfe leisten. Experten empfehlen insbesondere die Erste-Hilfe-App des Deutschen Roten Kreuzes (DRK), die den Namen **Erste Hilfe** trägt. Der interaktive „Erste-Hilfe-Assistent“ der App führt Ersthelfer im Notfall interaktiv mit Audio- oder Textanweisungen durch Notfallsituationen und erklärt ihnen die wichtigsten Maßnahmen Schritt für Schritt - etwa, wann und wie eine stabile Seitenlage oder eine Herzdruckmassage durchgeführt werden muss. Der „Notruf-Assistent“ unterstützt den Helfer beim Absetzen eines Notrufs. Die App kostet für Android-Geräte 89 Cent, für iPhones 1,09 Euro.

Auf Herznotfälle spezialisiert ist die kostenlose App **Herzstiftung** von der Deutschen Herzstiftung. Die App ist sehr übersichtlich und führt mit klaren Ja/Nein-Fragen durch Notsituationen.

# 112

**Notruf**

Die bundesweit einheitliche, ohne Vorwahl im Telefonnetz der Bundesrepublik Deutschland erreichbare Notrufnummer 112 wurde im Jahr 1973 eingeführt.



Illustrationen: shutterstock  
\*Quelle: malteser.de

# Einfach. Gut. Drauf.

Optimal belegen mit



- ✓ Idealer Belag, einfaches Handling
- ✓ Küchenfertig vorbereitet
- ✓ Erntefrisch in bester Lebensmittel-Qualität
- ✓ Deutschlandweite Lieferung mit Lekkerland

*Alles prima! Küchenfertig!*



LL-Art.-Nr.	Packart	Artikelbezeichnung
148092	250 g Bt	Lollo Bionda Blätter gewaschen <b>3</b>
148458	500 g Bt	Eisbergsalat geschn. + gewaschen
585499	100 g Bt	Rucola Blätter gewaschen <b>1</b>
097405	300 g Pg	Gurke frisch ganz
545811	450 g Sc	Gurken in Scheiben <b>5</b>
097392	500 g Pg	Tomaten Standard
663090	500 g Sc	Tomaten Intense
545777	450 g Sc	Tomaten in Scheiben <b>2</b>
474233	500 g Pg	Paprika rot
097385	30 g Sc	Schnittlauch <b>4</b>
705866	40 g Sc	Gartenkresse in Schale 2 x 20
439369	100 g Pg	Lauchzwiebel geschnitten
474308	1 kg St	Rote Zwiebeln im Netz



Frisch, Frischer, Funkenfrisch.

Alle Angebote freibleibend. Für Druckfehler übernehmen wir keine Haftung. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Nur gültig in den jeweils angegebenen Aktionszeiträumen. Die Produktdaten gemäß Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) können Sie über unsere Homepage [www.lekkerland.de](http://www.lekkerland.de) einsehen und abrufen.



**VITTEL.**  
Natürliche Quelle  
der Vitalität.




TAKE  
OFF

TAKE  
OFF

SPACE  
CAT  
ENERGY DRINK

WE'RE ALL  
CREATURES

ARTIKEL  
INFO

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
221218		Take Off Space Cat - Berry Marshmallow	12/0,5 L Ds. DPG

 **Lekkerland**  
the convenience company

# MEIN LEBEN



## RAUS AUS DER SMARTPHONE-FALLE

Statistiken zufolge verbringt der moderne Mensch im Schnitt fast vier Stunden pro Tag mit seinem Handy. Warum es sinnvoll ist, den Smartphone-Konsum zu reduzieren, und wie das funktioniert, lesen Sie ab Seite 32.

## ENDLICH SOMMER!

Im Supersommer 2019 schien die Sonne **755 Stunden** über Deutschland.\*

Damit war der letztjährige Sommer einer der sonnenscheinreichsten seit Beginn der Aufzeichnungen. Wichtig ist, sich im Sommer mit Sonnenschutzmitteln ausreichend vor der UVA- und UVB-Strahlung der Sonne zu schützen. Dermatologen empfehlen, ca. **zwei Milligramm** Creme pro Quadratcentimeter Haut aufzutragen.\*\* Das entspricht etwa **sechs Teelöffeln!** Zudem wird ein Lichtschutzfaktor (LSF) von **mindestens 20** empfohlen, bei Kindern und hellhäutigen Menschen sogar **mindestens 30**.  
Übrigens: Zwischen **elf und 15 Uhr** ist die UV-Strahlung überall auf der Erde am stärksten. Dann strahlt die Sonne bis zu **150-mal** intensiver als am Morgen oder Abend. Gönnen Sie Ihrer Haut unbedingt eine Ruhepause, indem Sie in dieser Zeit die Sonne meiden.

# 30

Minuten

So lange dauert es,  
bis der Schutz von  
Sonnencremes wirkt.

\*Quelle: Statista; \*\*Quelle: Deutsche Haut- und Allergiehilfe e. V.; Fotos: shutterstock



# KUNDEN-KOMMUNIKATION IN KRISENZEITEN

Die Coronakrise hat sich in vielfältiger Weise auf unser Leben ausgewirkt – auch auf das Einkaufsverhalten Ihrer Kunden. Was genau sich verändert hat und wie Sie am besten MIT DEN NEUEN GEGEBENHEITEN UMGEHEN, weiß Axel Weber, Trainer und Coach bei Lekkerland.

**Herr Weber, was sollten Shopbetreiber im Umgang und in der Kommunikation mit Kunden in diesen Zeiten berücksichtigen?**

AXEL WEBER: Es ist vor allen Dingen wichtig, dass sich Ladenbesitzer klarmachen, dass die Ereignisse der vergangenen Monate vielen Menschen Angst gemacht haben. Sie sind eingeschüchtert und machen sich Sorgen um ihre Gesundheit und die ihrer Familie. Dazu kommen Sorgen bezüglich der eigenen wirtschaftlichen Situation sowie zahlreiche Beschränkungen der persönlichen Freiheiten. Die Menschen sind daher auf vielen unterschiedlichen Bedürfnisebenen frustriert und müssen erst lernen, mit diesen Frustrationen umzugehen.

**Diese Frustrationen bekommen leider auch Shopbetreiber ab. Wie kommt das?**

Nicht erfüllte Bedürfnisse lösen Emotionen aus. Hier vor allem: Ärger und Wut. Ursächlich dafür ist, dass etwas nicht so ist, wie es unserer Meinung nach sein sollte. Ärger ist also immer auch eine Manifestation von Angst. Oft bricht er schon bei einem nichtigen Anlass hervor, sodass die Person, über die wir uns in diesem Moment ärgern, oft gar nicht weiß, wie ihr geschieht.

**Wie reagiert man dann richtig?**

Das Wichtigste ist, dass Ladenbesitzer die Ängste ihrer Kunden ernst nehmen. Beschwert sich beispielsweise jemand darüber, dass er den Shop nur mit



einem Mundschutz betreten darf, sollte man mit Verständnis für seinen Unmut reagieren. Am besten signalisiert man zunächst mit dem Satz „Ich verstehe Sie“, dass man gesprächsbereit ist. Danach sollte man ihn fragen: „Was können wir tun, um Ihnen die Situation etwas angenehmer zu machen?“ Das wird die meisten sofort besänftigen und ihrer Wut den Wind aus den Segeln nehmen.

**Einer Studie zufolge haben viele Kunden ihr Einkaufsverhalten seit dem Ausbruch der Corona-Pandemie verändert.**

Das ist richtig. Rund 45 Prozent der Befragten gaben an, aus Angst vor Ansteckung seltener einzukaufen als zuvor. Außerdem verbringen die Menschen weniger Zeit in Geschäften. Im Schnitt erledigen sie ihre Einkäufe in nur 20 bis 30 Minuten. Interessant ist auch, dass 38 Prozent der Befragten stärker auf Angebote und Rabatte achten als zuvor. Wobei sie Preisreduzierungen dabei mehr ansprechen als beispielsweise Produkte mit mehr Inhalt oder „Kaufe 2, zahle 1“-Aktionen. Das ist nicht verwunderlich, denn 49 Prozent der Befragten gaben an, dass sie finanzielle Einbußen hinnehmen müssten. Außerdem ergab die Studie, dass 24 Prozent nun generell gesünder einkaufen.

**Was bedeutet all das für Shopbetreiber?**

Ladenbesitzer sollten jetzt verstärkt preisreduzierte Angebote machen und diese Waren

aktiv anbieten. Wo es sinnvoll ist, können verstärkt gesunde, frische Produkte angeboten werden. Gestalten Sie den Einkauf für Ihre Kunden so angenehm wie möglich. Dafür muss der Kundenlauf gerade jetzt gut organisiert sein. Etwa durch ein spezielles Kundensystem 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. Auf [Lekkerland.de/magazin/corona/schilder](http://Lekkerland.de/magazin/corona/schilder) haben wir Ihnen entsprechende Schilder zum Ausdrucken bereitgestellt, die Sie sich kostenlos herunterladen können.

**Was ist darüber hinaus ratsam?**

Es kommt jetzt darauf an, wieder Vertrauen aufzubauen und den Kunden, so gut es geht, ihre Ängste zu nehmen. Daher sollte jetzt noch mehr als sonst auf Sauberkeit und



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

„Es kommt jetzt darauf an, wieder Vertrauen aufzubauen.“



Hygiene geachtet werden. Und natürlich müssen unbedingt alle geltenden Hygiene-Vorschriften beachtet werden. Zu guter Letzt ist es wichtig, dass Shopbetreiber und ihre Mitarbeiter sich klarmachen, dass sie auch ihre Mimik und Gestik der neuen Situation anpassen müssen. Durch den Mundschutz, den alle nun tragen müssen, ist unser Gesicht nur noch zum Teil sichtbar. Lediglich die Augenpartie ist jetzt noch aussagekräftig. Dennoch sollten wir unsere Mimik, zum Beispiel das Lächeln, trotz Mundschutz bewusst weiter einsetzen. Ein ernst gemeintes Lächeln erkennt man nämlich auch in der Augenpartie. Hilfreich ist es zudem, Gestik bewusster und häufiger einzusetzen. In diesem Zusammenhang ist es außerdem wichtig, dass sich Mitarbeiter nicht noch zusätzlich „vermummen“. Also etwa neben dem Mundschutz noch Caps oder Sonnenbrillen tragen. An der Kasse, wo Glas- oder Plastiktrennwände die Verständlichkeit der Sprache zusätzlich zum Mundschutz behindern, sollte stets laut und deutlich gesprochen werden.



\*Quelle: POSpulse; Illustrationen: Shutterstock; Foto: Lekkerland



## ZEITFRESSER SMARTPHONE

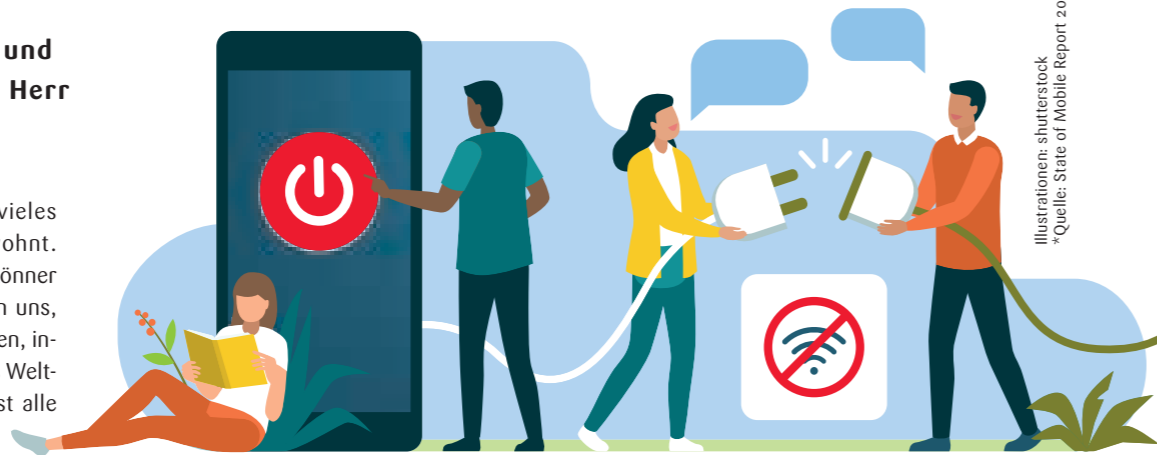
# SO GELINGT DAS DIGITAL-DETOX

Wie Sie mit ein paar TRICKS und INTELLIGENTEN APPS wieder Herr Ihrer Zeitplanung werden.

**O**hne Smartphone ginge vieles nicht so leicht wie gewohnt. Denn die handlichen Alleskönner finden für uns Orte, helfen uns, zu Familie und Freunden Kontakt zu halten, informieren uns rund um die Uhr über das Weltgeschehen – und bieten uns auch sonst alle

möglichen Hilfestellungen. Das Problem aber ist: Smartphones sind Zeitdiebe! Studien zufolge werfen wir pro Tag 85 flüchtige Blicke auf ihr Display. Im Schnitt verbringen Nutzer 3,7 Stunden täglich am Smartphone!\* Die Folge der digitalen Dauerbeschallung: Stress, Schlaflosigkeit und Unkonzentriertheit. Immer mehr Menschen versuchen daher, ihre Smartphone-Nutzung zu drosseln. Und das ist eigentlich gar nicht so schwer.

Illustrationen: shutterstock  
\*Quelle: State of Mobile Report 2020



### SCHAFFEN SIE SICH FREIRÄUME

Und zwar im wörtlichen Sinne: Erklären Sie beispielsweise das Schlafzimmer zum smartphonefreien Raum Ihrer Wohnung – oder auch die Küche oder das Esszimmer. Damit das funktioniert, ist es hilfreich, einen Ort festzulegen, an dem das Handy abgelegt wird, bevor man die „Sperrzone“ betritt. In vielen Familien gibt es auch die Regel, dass alle am Tisch Sitzenden vor Beginn des Essens ihre Geräte auf lautlos stellen und auf dem Tisch übereinander stapeln müssen. Probieren Sie es aus – Sie werden schnell merken, wie viel lebendiger die Gespräche bei Tisch werden, wenn nicht immer irgendjemand auf sein Smartphone starrt.

Alternativ kann man auch feste smartphonefreie Zeiten festlegen, etwa zwischen 22 und acht Uhr, oder sogar ganze smartphonefreie Tage, beispielsweise samstags. Falls Ihnen das zu drastisch erscheint, sollten Sie überlegen, ob es Ihnen nicht wenigstens möglich ist, zumindest ein paar Stunden täglich den Flugmodus des Smartphones zu aktivieren.

# 3,7

Stunden

So lange verbringen deutsche Nutzer im Schnitt pro Tag mit ihrem Smartphone.

Schließlich ist nicht jede WhatsApp-Nachricht und jeder Instagram-Post überlebenswichtig. Es kann sehr befreiend sein, ab und zu einmal offline zu gehen!

### LASSEN SIE SICH NICHT VERFÜHREN

Damit der Alltag nicht mehr ganz so stark vom Smartphone gesteuert wird, ist es außerdem hilfreich, Push-Mitteilungen auszuschalten. So werden Sie nicht bei jeder neuen E-Mail, jedem Facebook-, Instagram- oder Snapchat-Post dazu verführt, zu Ihrem Mobiltelefon zu greifen. Sie werden schnell feststellen: Es reicht vollkommen aus, Nachrichten und Social Media ein-, zweimal am Tag abzurufen. Das gilt auch für E-Mails:

Richten Sie feste Zeiten ein, an denen Sie Mails checken – beispielsweise um neun, zwölf und 16 Uhr. Das verschafft Ihnen in der Zwischenzeit sehr viel Freiraum zum Arbeiten, ohne dass Sie ständig abgelenkt werden.

Interessanterweise gibt es inzwischen sogar Smartphone-Apps, mit denen die digitale Entgiftung gelingt. Einige dieser Apps blockieren für eine bestimmte Zeit den Zugang zu sozialen Netzwerken. Andere wie „Checky“ oder „Quality Time“ zeichnen genau auf, wie häufig ein Nutzer sein Smartphone aktiviert und was er damit macht. Am Ende des Tages erhält der Handybesitzer dann eine Bilanz, die ihm vor Augen führt, wie viele Stunden er am Handy war und womit er seine Zeit verbracht hat. Mit den Apps „Moment“, „Offtime“ und „Space“ kann man sich ein Zeitlimit für die Nutzung bestimmter Apps setzen. Auch „Post Box“ hilft beim Digital Detoxing: Mit der App kann man eine Zeit vorgeben, zu der man seine Nachrichten empfangen will. Zum angegebenen Zeitpunkt erscheinen dann alle Mails und Social-Media-Nachrichten fein säuberlich geordnet.

**WIR GEBEN GUMMI FÜR IHREN UMSATZ!**



Art.-Nr. 047710



Art.-Nr. 047734



Art.-Nr. 339784

**Trolli**

MACH DEIN LEBEN TROLLIGER!

**THE SWEETS THAT BITE YOU BACK**  
**SAURE BONBONS UND SAURE KAUBONBONS**



HIMBEERE

Art.-Nr.: 100151  
ZUNGENFÄRBER



ERDBEERE

Art.-Nr.: 100153



COLA

Art.-Nr.: 100152

**HEAD BANGERS**

SCHON PROBIERT?



APFEL

Art.-Nr.: 100149



ERDBEERE

Art.-Nr.: 100150

tri d'Aix INTERNATIONAL

tri d'Aix GmbH | Poststraße 43 | 52477 Alsdorf  
Telefon: +49 (0)2404/5997-0 | Telefax: +49 (0)2404/5997-290-0  
E-Mail: service@tridaix.com

# TODMÜDE MITTEN AM TAG?

Hier kommen sechs Tipps, die Ihnen helfen, IM NU WIEDER MUNTER zu werden!

# 1

## SAUERSTOFF TANKEN

Eine gute Nachricht vorweg: Mitten am Tag müde zu werden, ist ganz normal, denn chronobiologisch hat jeder Mensch zwischen 13 und 15 Uhr ein Tief. In vielen Fällen hilft es dann schon, wenn wir unserem Körper Sauerstoff gönnen. Entweder während eines kurzen Spaziergangs in der Mittagspause oder, wenn das nicht geht, indem wir regelmäßig ein paar Minuten lang gut durchlüften.

# 2

## WASSER TRINKEN

Oft ist auch Wassermangel die Ursache für plötzlich auftretende Müdigkeit. Dagegen schützt sich der Organismus, indem er die Körperfunktionen nach und nach herunterfährt. Ein großes Glas kaltes Wasser kann dann wahre Wunder bewirken, denn es bringt den Kreislauf ganz schnell wieder in Schwung.

# 3

## TIEF DURCHATMEN

Auch Atemübungen können gegen Müdigkeitsattacken helfen, weil sie die Sauerstoffzufuhr zum Gehirn erhöhen. Atmen Sie beispielsweise einfach mehrmals tief und konzentriert durch die Nase ein und durch den Mund wieder aus. Sie werden merken, das hilft, um schnell wieder neue Energie zu schöpfen.

# 4

## SPORT TREIBEN

Wer andauernd abgeschlagen und müde ist, sollte zudem darüber nachdenken, sich mehr zu bewegen und öfter Sport zu treiben. Etwa, indem er regelmäßig mit dem Fahrrad zur Arbeit fährt, die frühen Morgenstunden für einen kleinen Spaziergang nutzt, häufiger die Treppe anstatt des Fahrstuhls nimmt oder kurze Wege zu Fuß und nicht mit dem Auto zurücklegt.

# 5

## AKKUPRESSURPUNKTE NUTZEN

Schnell wieder fit und munter wird man auch, wenn man seine Ohrläppchen für ca. 30 Sekunden mit Daumen und Zeigefinger massiert und anschließend mehrmals daran zieht. Dort befindet sich ein Akkupressurpunkt, der wach macht, wenn er geknetet wird. Das Kneten der Ohrläppchen fördert außerdem die Durchblutung.

# 6

## ÄTHERISCHE ÖLE NUTZEN

Einen echten Frischekick liefern auch ätherische Öle. Verreiben Sie einfach ein bis zwei Tropfen Pfefferminz- oder Zitronenöl zwischen Ihren Handgelenken, und riechen Sie daran. Das macht wach und fördert die Konzentration. Alternativ kann man sich das Öl auch auf die Schläfen oder den Hals träufeln.

# MIT HANFSAMEN kräftig wachsen!

**NEU**  
Ab September 2020



- Hanfsamen sind der neue Trend
- Riegelvariante für Kasse und Automaten
- Von Ihrem Wachstumstreiber CORNY BIG\*

24 Riegel à 40g im Schaukarton; LL-Art. Nr. 601742



# Vina Augusta



ARTIKEL  
INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
020666		Italien Vina Augusta Merlot, IGT, halbtrocken, rot	6/0,75 L Fl.
019852		Italien Vina Augusta Chardonnay IGT, halbtrocken, weiß	6/0,75 L Fl.
100205		Italien Vina Augusta Lambrusco, Vino frizzante lieblich, rot	6/0,75 L Fl.
017876		Italien Vina Augusta Primitivo Puglia, rot	6/0,75 L Fl.
020673		Italien Vina Augusta Garganega Pinot Grigio DOC, trocken, weiß	6/0,75 L Fl.
813572		Italien, Veneto, Vina Augusta, Bardolino, DOC, trocken, rot	6/0,75 L Fl.



# MEIN PARTNER



## NEUES AUF MEIN LEKKERLAND

Einmal einloggen und sofort auf alle digitalen Angebote von Lekkerland zugreifen – das macht unser Kundenportal „Mein Lekkerland“ möglich. Ab Seite 40 lesen Sie, welche neuen Services Sie jetzt unter [portal.lekkerland.de](http://portal.lekkerland.de) abrufen können.

\*Quelle: Statista; \*\*Quelle: Verband Deutscher Mineralbrunnen e. V.; Fotos: Getty Images, shutterstock

## WASSER MARSCH!

Die Deutschen lieben Mineralwasser:  
Insgesamt wurden im vergangenen Jahr hierzulande rund **3,9 Milliarden Liter** kohensäurehaltiges Mineralwasser, rund **4,7 Milliarden Liter** Mineralwasser mit wenig Kohlensäure, rund **2,1 Milliarden Liter** Mineralwasser ohne Kohlensäure und rund **184 Millionen Liter** Mineralwasser mit Aroma konsumiert.\* Das entspricht Marktanteilen von rund **36 Prozent** (Mineralwasser mit Kohlensäure), rund **43 Prozent** (Mineralwasser mit wenig Kohlensäure), rund **19 Prozent** (Mineralwasser ohne Kohlensäure) beziehungsweise rund **zwei Prozent** (Mineralwasser mit Aroma).\*\*

# 182

Liter

2019 tranken die Bundesbürger pro Kopf im Schnitt rund 182 Liter Mineralwasser und Mineralerfrischungsgetränke.

# COOLE LONGDRINKS FÜR UNTERWEGS

Premixed Longdrinks sind verlässliche Umsatzgaranten. Bei LEKKERLAND gehören in dieser Kategorie Vodka-Mixgetränke wie die der EIGENMARKE ZAREWITSCH zu den stärksten Artikeln.

## UNSERE EIGENMARKEN - Ihr Umsatz-Boost

- gute Erträge dank attraktiver Handelsspannen
- preislich spannende Alternativen zu Markenprodukten
- exklusiv für Lekkerland Kunden erhältlich



1 Zarewitsch Vodka Lemon  
24 x 250 ml Ds. (Art.-Nr. 217430) •  
2 Zarewitsch Vodka Energy  
24 x 250 ml Ds. (Art.-Nr. 380450)

**D**er Absatz von Premixed Longdrinks bricht stetig neue Rekorde. Seit 2004 wächst das Segment Jahr für Jahr um mindestens zehn Prozent. So auch im vergangenen Jahr: Von 2018 auf 2019 stiegen die Verkaufszahlen in Deutschland um 13 Prozent. Der Grund für den starken Absatz: Premixed Longdrinks – kurz PMLDs – sind nicht nur lecker, sondern auch besonders praktisch. Ein Griff ins Kühlregal genügt, schon hat man einen perfekt gemischten Longdrink für das Beisammensein mit Freunden und Verwandten. Bei Endverbrauchern stehen neben Whiskey- und Rum-Cola vor allem Vodka-Mixgetränke hoch im Kurs. Die Lekkerland Eigenmarke Zarewitsch bietet in diesem Segment mit Vodka Energy und Vodka Lemon zwei seit Jahren stark wachsende Artikel an. Diese beiden Umsatzbringer gehören also unbedingt in Ihr Sortiment!

**[+]** Die Zarewitsch Vodka-Mixgetränke sind rund um die Uhr auf [LEKKERLAND24.DE](http://LEKKERLAND24.DE) zu bestellen.



Fotos: shutterstock, PR



# ENDLICH WIEDER SCHULE!

## DIE NR. 1 im Lutschermarkt

- Chupa Chups ist mit einem Marktanteil von 53% die beliebteste Lutschermarke im Convenience-Kanal\*
- Das Lutscherrad gehört auf jede Kassentheke

180  
Lutscher  
+20  
GRATIS!



LL Art.-Nr. 493743

## Profitieren Sie von einem abwechslungsreichen Kindersortiment:



Chupa Chups XXL Classic LL Art.-Nr. 761202  
Chupa Chups XXL Trio LL Art.-Nr. 138841

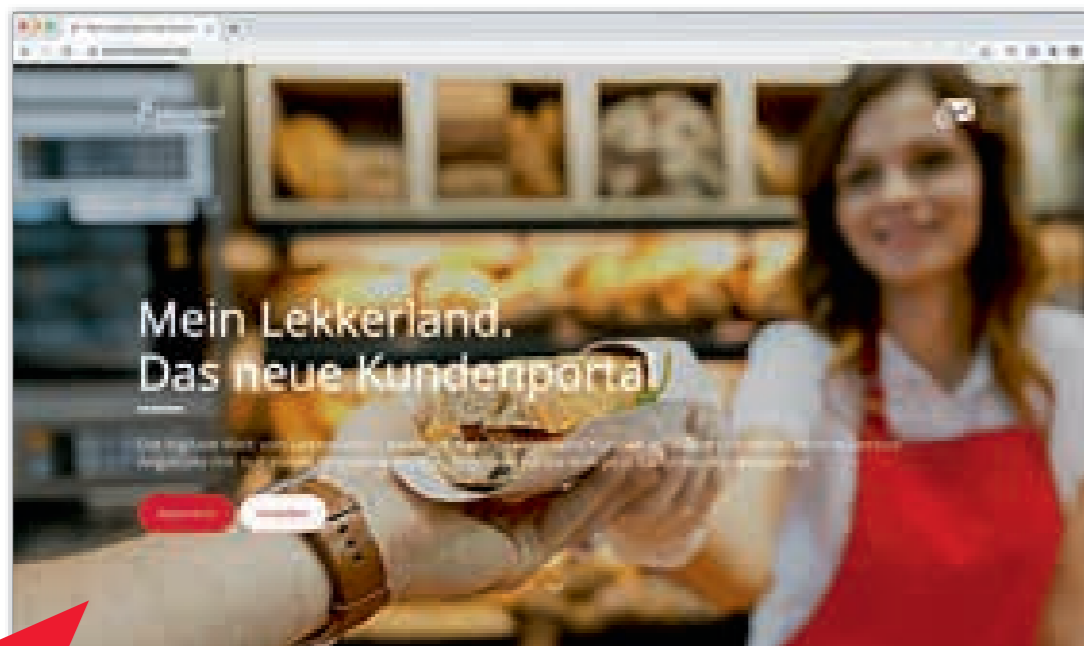


Chupa Chups Crazy Dips Cola LL Art.-Nr. 094448  
Chupa Chups Crazy Dips Erdbeere LL Art.-Nr. 094462



Chupa Chups Melody Pop LL Art.-Nr. 743064

\*Quelle: IRI, Marktanteil in %, Lutschermarkt, C&C, MAT bis KW 21/2020



**KUNDENPORTAL  
MEIN LEKKERLAND:**

# ALLES UNTER EINEM DACH

Einmal einloggen und ganz bequem und zu jeder Zeit auf unsere digitalen Angebote zugreifen: Das können Lekkerland Kunden ab sofort mit dem LEKKERLAND LOGIN.

**B**equemer geht es nicht: Durch den neuen „Lekkerland Login“ können sich Webshop-Nutzer ab sofort mit ihren Login-Daten auch im Kundenportal „Mein Lekkerland“ unter [portal.lekkerland.de/anmelden](https://portal.lekkerland.de/anmelden) einloggen. So können Sie zu jeder Zeit auf unsere digitalen Angebote zugreifen. Zum Beispiel auf die **Lieferverfolgung**, mit der Sie den individuellen Status Ihrer Bestellungen jederzeit online verfolgen und so die Anlieferung Ihrer Waren optimal in Ihr Tagesgeschäft einplanen können. Optional halten wir Sie mit kostenlosen Push-Benachrichtigungen per E-Mail und/oder SMS über den Status Ihrer Lieferung auf dem Laufenden.

Die Nutzung der digitalen Services ist über das Kundenportal „Mein Lekkerland“ von jedem Endgerät aus und unabhängig von den Lekkerland Service-Zeiten möglich – wann und wo es am besten in den Shopalltag passt. Geben Sie in der Anmeldemaske des Kundenportals einfach dieselben Login-Daten ein, die Sie für den Login in unseren Webshop Lekkerland24 verwenden.

Sie nutzen den Webshop nicht und haben daher noch keinen Lekkerland Login? Kein Problem: Registrieren Sie sich einfach mit Ihrer Kundennummer und E-Mail-Adresse auf [portal.lekkerland.de/registrieren](https://portal.lekkerland.de/registrieren) für „Mein Lekkerland“. Nach einer kurzen Prü-

fung Ihrer Angaben werden Sie vom „Mein Lekkerland“-Support für das Kundenportal freigeschaltet.

**ALLES IM BLICK**

Übrigens: Auch über Ihre wichtigen Dokumente behalten Sie auf „Mein Lekkerland“ die Übersicht. Beispielsweise sind dort die aktuellen Ordersätze und Aktionsmagazine jederzeit online für Sie verfügbar. So gehen Ihnen wichtige Unterlagen nicht mehr verloren, und Sie verpassen kein spannendes Aktionsangebot für Ihren Shop! Darüber hinaus können Sie die aktuelle Mein Shop und die letzten fünf Ausgaben im Kundenportal lesen.

**[+]** Den „Mein Lekkerland“-Support erreichen Sie per E-Mail unter [portal@lekkerland.de](mailto:portal@lekkerland.de) oder telefonisch unter 02234/9314400.

Foto: Lekkerland

**my basics**

**BESTER PREIS & QUALITÄT**

**DIE LEKKERLAND HAUSMARKE**

FÜR DEN FOODSERVICE UND CONVENIENCE MARKT



Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
114261		Bockwurst im Schafsaaitling 15 x 100 g	1/1500 g Pg.
114590		Dicke Bockwurst 12 x 160 g	1/1920 g Pg.
822540		Schweine-Lachsschnitzel 30 x 120 g	1/3,6 kg St.
330436		Gebratene Frikadelle 14 x 100 g	1/1400 g Pg.
602268		Frikadelle 125 g, TKK <b>Neu</b>	48/125 g St.



## JEDERZEIT ERREICHBAR

Egal, ob Sie einfach nur eine Frage an uns haben oder etwas reklamieren möchten: Über MEIN LEKKERLAND können Sie uns rund um die Uhr eine Nachricht zukommen lassen.

**B**ye-bye, Warteschlange! Über „Mein Lekkerland“ können Sie uns jederzeit eine Service-Anfrage oder Reklamation zukommen lassen – auch außerhalb der regulären Service-Zeiten. Wählen Sie dazu im Kundenportal unter „Anfragen & Reklamationen“ Ihr Anliegen aus – und folgen Sie dem Nachrichten-Dialog.

**EIN BILD SAGT MEHR ALS 1000 WORTE**  
Praktisch: Über den Nachrichten-Dialog können Sie auch Fotos oder andere Dokumente mitschicken. Im Fall einer Reklamation fotografieren Sie zum Beispiel einfach den betreffenden Artikel und laden das Foto in den Nachrichten-Dialog. So können wir uns wortwörtlich schnell ein Bild von Ihrem Anliegen machen.

**EIN WEITERES SERVICE-PLUS**  
Sie möchten sich zwischendurch über den aktuellen Stand Ihrer Anfrage informieren? Dieser wird Ihnen im Kundenportal direkt an Ihrer Anfrage angezeigt!



### LEKKERLAND24: NEUE FUNKTION

#### So behalten Sie den Überblick!

Sie nutzen Ihren Lekkerland24-Zugang mit mehreren Kundennummern? Für einen noch besseren Überblick können Sie ab sofort jeder Kundennummer eine individuelle Bezeichnung hinzufügen. So sehen Sie direkt, mit welcher Verkaufsstelle Sie im Webshop eingeloggt sind.

**[+]** Den Service „Anfragen & Reklamationen“ finden Sie auf [portal.lekkerland.de/anfragen](http://portal.lekkerland.de/anfragen).

## BALD IM KUNDENPORTAL: LEKKERLAND PLUS

Sie sind auf der Suche nach innovativen Konzepten zur Umsatzsteigerung Ihres Shop? Dann aufgepasst!

**U**nsere Vision ist es, „Your most convenient partner“ zu sein – Sie also bestmöglich in Ihrer täglichen Arbeit im Shop zu unterstützen. Aber auch außerhalb Ihres Shopalltags sind wir für Sie unterwegs: Wir suchen stets nach neuen Ideen und Möglichkeiten, mit denen unsere Kunden den Erfolg Ihres Shops steigern können. Also stellen wir zahlreiche Konzepte auf den Prüfstand und

testen sie auf Herz und Nieren. Die besten und für unsere Kunden erfolgversprechendsten Lösungen bieten wir zusammen mit den eigenen Services von Lekkerland im Marktplatz „Lekkerland Plus“ an. Diesen Marktplatz erreichen Sie bald ebenfalls über das Kundenportal „Mein Lekkerland“.

Freuen Sie sich auf Lekkerland Plus und die bei Lekkerland erhältlichen Services für mehr Erfolg und Umsatz in Ihrem Shop!



Lassen Sie sich von den verkaufsfördernden Konzepten durch kurze Erklärvideos und anschauliche Beispiele begeistern.

Sprechen Sie uns für eine individuelle und unverbindliche Beratung an. Entweder direkt im Kundenportal, oder Sie wenden sich an Ihren persönlichen Ansprechpartner. Gemeinsam finden wir die für Sie besten Lösungen, mit denen wir den Erfolg Ihres Shop nachhaltig steigern können.

Illustrationen: shutterstock



Jetzt in neuem Design

# Lay's Classic wird noch unwiderstehlicher!



Lekkerland Art-Nr.: 315464 (9 x 175g)

Lekkerland Art-Nr.: 315402 (9 x 175g)

Lekkerland Art-Nr.: 315368 (9 x 175g)

Jetzt zugreifen!

# FRISCH, FRUCHTIG & NACHHALTIG: SO WIRD DURST HEUTE GESTILLT

Ob mit oder ohne Geschmack: Die NATÜRLICHEN MINERALWÄSSER von DANONE WATERS sind die ultimativen Durstlöcher zu jeder Jahreszeit. Gut zu wissen: Durch das Pfandsystem in Deutschland werden nahezu alle PET-Einwegpfandflaschen zurückgebracht und können so recycelt werden. Das gilt natürlich auch für die Volvic- und evian-Flaschen, die demnächst sogar aus 100 Prozent Altplastik hergestellt werden\* und darüber hinaus klimaneutral sind - zertifiziert von Carbon Trust.



1 DPG Volvic Essence BIO Minze-Gurke 6 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 209309) • 2 DPG Volvic Essence BIO Apfel-Zitrone 6 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 209429) • 3 DPG Volvic Essence BIO Zitrusfrucht-Rosmarin 6 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 209316) • 4 DPG Volvic Essence BIO Orange-Holunderblüte 6 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 229869)



**T**rinken und den Durst stillen war noch nie so vielfältig wie heute. Dafür sorgen nicht zuletzt die Mineralwässer des in Deutschland in Frankfurt am Main ansässigen Unternehmens DANONE WATERS, das hierzulande die Marken evian und Volvic vertreibt. Beide Marken gehören schon lange zu den Klassikern der Mineralwasserprodukte: Die erste evian-Flasche wurde 1826 in Évian-les-Bains in den französischen Alpen, die erste Flasche Volvic 1938 in der gleichnamigen Gemeinde in der französischen Region Auvergne-Rhône-Alpes abgefüllt.

**FRUCHTIGES FÜR IHRE KUNDEN**  
Mit seinen Produkten der Volvic Essence- und Volvic Limotion-Ranges sorgt die Marke

\*Ausgenommen Deckel und Etikett; Fotos: PR, shutterstock

Volvic



5 DPG Volvic Limotion Grapefruit 6 x 0,90 l Fl. (Art.-Nr. 231541) • 6 DPG Volvic Limotion Grapefruit 6 x 0,45 l Fl. (Art.-Nr. 231589) • 7 DPG Volvic Limotion Orange 6 x 0,45 l Fl. (Art.-Nr. 231394) • 8 DPG Volvic Limotion Orange 6 x 0,90 l Fl. (Art.-Nr. 231490) • 9 DPG Volvic Limotion Zitrone 6 x 0,45 l Fl. (Art.-Nr. 231407) • 10 DPG Volvic Limotion Zitrone 6 x 0,90 l Fl. (Art.-Nr. 231438)

Volvic mittlerweile auch für fruchtige Vielfalt im Kühlregal. Die natürlichen Mineralwässer mit Fruchtextrakten in Bio-Qualität von Volvic Essence gibt es in den Sorten „Minze-Gurke“, „Apfel-Zitrone“, „Orange-Holunderblüte“ und „Zitrusfrucht-Rosmarin“. Volvic Limotion, Volvics erstes Erfrischungsgetränk mit Kohlensäure, ist in den drei Sorten „Grapefruit“, „Orange“ und „Zitrone-Limette“ erhältlich.

## DURSTLÖSCHEN AUF NACHHALTIGERE ART

Aus Sicht der Endverbraucher/-innen soll ein Mineralwasser heute nicht mehr nur den Durst stillen und gut schmecken. Vielmehr muss es als ganzheitliches Produkt überzeugen, das im Sinne der Nachhaltigkeit möglichst klimaneutral abgefüllt wird. Diesem Kundenwunsch entspricht DANONE WATERS: Das Unternehmen hat sich verpflichtet, auf besonders nachhaltige und verantwortungsvolle Weise zu arbeiten. Für DANONE WATERS kommt ein gutes Mineralwasser aus einer gesunden Natur, und die gilt es zu bewahren - und das berücksichtigt das Unternehmen schon seit Jahrzehnten. Die Devise „Umwelt & Klima first“ ist fest in der Unternehmensphilosophie von DANONE WATERS verankert. Deshalb werden die Volvic- und evian-PET-

Flaschen wie alle PET-Einwegpfandflaschen im deutschen Pfandsystem nach ihrer Verwendung geschreddert und sind zu 100 Prozent recycelbar.\* Ab September 2020 bestehen dann sowohl alle Volvic-Flaschen als auch die 0,5-Liter- und die 0,75-Liter-Flaschen von evian sogar zu 100 Prozent aus Altplastik.\* Bis spätestens 2025 werden schließlich auch die restlichen evian-Flaschen komplett aus Altplastik bestehen.

Für DANONE WATERS nur ein Schritt auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit: Das Unternehmen kooperiert weltweit mit starken Nachhaltigkeitspartnern wie beispielsweise dem Start-up „The Ocean Cleanup“, das Reinigungsanlagen entwickelt, um weltweit Meere und Flüsse von Plastikmüll zu befreien. Das Ziel des Engagements ist klar: Als eines der ersten multinationalen Unternehmen will DANONE WATERS in allen Geschäftsbereichen schon bald mit dem Nachhaltigkeitssiegel „B Corp“ zertifiziert werden. Damit hätte das Unternehmen auch offiziell den Nachweis, in den Bereichen soziales und ökologisches Handeln, öffentliche Transparenz und rechtliche Verantwortlichkeit nach höchsten Standards zu operieren. Übrigens: DANONE WATERS Deutschland und Volvic sind bereits „B Corp“-zertifiziert. Eine erfrischende Nachricht, oder?



1 DPG Evian Go Sportscap 6 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 205563) • 2 DPG Evian Premium PET 24 x 0,50 l Fl. (Art.-Nr. 265238) • 3 MW Evian Premium PET DPG 6 x 1,25 l Fl. (Art.-Nr. 034557) • 4 DPG Evian Premium PET 6 x 1,00 l Fl. (Art.-Nr. 298482)

# ZUVERLÄSSIGE UMSATZBRINGER

Zu den Topsellern im e-va Sortiment von Lekkerland zählen  
**GOOGLE PLAY GUTSCEINKARTEN UND GUTSCEINCODES.**  
Sie sollten diese also unbedingt im Angebot haben!

**D**as Geschäft mit Gutscheinkarten wächst stetig. Zu den Topsellern im Lekkerland e-va Sortiment zählen dabei Google Play Gutscheinkarten und Gutscheincodes. Mit ihnen können sich Ihre Kunden brandaktuelle Apps für Android-Endgeräte, Musik, Spiele, Filme, Serien, Bücher und Zeitschriften downloaden. Insgesamt werden bei Google Play über eine Million Produkte angeboten. Es ist sogar möglich, mit den Gutscheinkarten beziehungsweise Gutscheincodes ein Google Play Musik-Abo zu kaufen, womit man unbegrenzten Zugriff auf Millionen von Songs gewährt bekommt.

## BELIEBT AUCH ALS GESCHENK

Veith Huxohl aus dem Lekkerland electronic-value-Team (e-va) weiß, warum Endverbraucher so gern zu den Google Play-Produkten greifen: „Die Google Play-Produkte sprechen nicht nur die Gamer-Zielgruppe an, sondern auch Film- und Serien-Fans sowie Musik-, Hörbuch-, Zeitschriften- und Buch-Liebhaber. Dazu kommt, dass die Käufer das Guthaben entweder direkt zu ihrem eigenen Konto hinzufügen oder es an Freunde oder Bekannte verschenken können. Bei der großen Auswahl an Songs, Filmen, Büchern und Co., die Google Play bietet, kann der Schenkende sich sicher sein, dass er dem Beschenkten eine echte Freude macht. Schließlich ist für jeden Geschmack garantiert das Passende dabei.“

Ein weiteres Plus der Google Play Gutscheinkarten und Gutscheincodes: Mit ihnen lässt sich das Google Play-Guthaben online sicher und anonym aufstocken, ohne dass eine Kreditkarte benutzt werden muss.

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



**LET THE MUSIC PLAY!**  
Alleine bei Google Play Music finden Nutzer Millionen von Songs für jede Stimmung.



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



## In vielen Wertstufen erhältlich

Die Google Play Gutscheinkarten und Gutscheincodes sind in den Wertstufen 5 Euro, 15 Euro, 25 Euro, 50 Euro und 100 Euro erhältlich. Außerdem gibt es die Karten und Codes als „Google Variables“, die sich individuell mit Werten zwischen 15 und 500 Euro beziehungsweise 15 und 100 Euro aufladen lassen. Besonders beliebt ist die neue Google Play 5 Euro Wertstufe, mit der Google die jüngere Zielgruppe sowie Gelegenheits-Gamer ansprechen will.

Fotos: shutterstock, Lekkerland



# Online bezahlen für alle

Mit paysafecard können Ihre Kunden im Internet mit Bargeld bezahlen: einfach, sicher und schnell – ohne Bankkonto oder Kreditkarte. Gewinnen Sie neue Stammkunden und generieren Sie zusätzliche Umsätze!

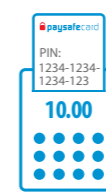
## So einfach ist der Verkauf einer paysafecard:

1



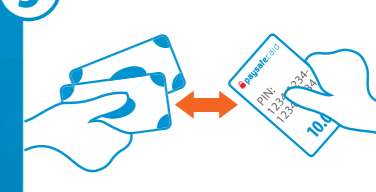
Der Kunde fragt nach einer paysafecard mit einem bestimmten Wert.

2



Drucken Sie im Menüpunkt unter den Prepaid Produkten am POS-Terminal einen paysafecard Voucher aus.

3



Übergeben Sie dem Kunden nach der Bezahlung den ausgedruckten Voucher.

Sicherheitshinweis: Ein paysafecard Voucher ist sicher und praktisch wie Bargeld und genauso wertvoll! Geben Sie deshalb die 16-stellige PIN niemals am Telefon weiter!



# GIGA-PACKS

Warum Sie die neuen XXXL-GROSSPACKUNGEN im Angebot haben sollten.



1 Pall Mall Red Jumbo 6 x 49er St. (Art.-Nr. 792805) • 2 Camel Yellow BP 6XL 4 x 55er St. (Art.-Nr. 601076) • 3 Gauloises Blondes Blau 4 x 40er St. (Art.-Nr. 760276) • 4 JPS Red 4 x 38er St. (Art.-Nr. 600721) • 5 L&M Red Label 4XL 5 x 38er St. (Art.-Nr. 733760) • 6 Marlboro Gold 4XL 5 x 39er St. (Art.-Nr. 733779) • 7 Lucky Strike Amber Jumbo 6 x 49er St. (Art.-Nr. 793235) • 8 Winston Red BP 6XL 4 x 55er St. (Art.-Nr. 601075)

**D**er Trend bei Zigaretten geht ganz klar Richtung Übergröße. Die Zeiten, in denen Zigarettenpackungen immer nur 20 Stück enthielten, sind lange vorbei. Von fast allen Marken gibt es inzwischen Packungen mit mehr als 30 Zigaretten. Jetzt kommen sogar noch größere Packs auf den Markt: British American Tobacco setzt bei Lucky Strike und Pall Mall auf neue 49er-Packs; JT International bei Camel und Winston sogar auf neue 55er-Formate.

Die Giga-Packs kommen nicht nur bei preisbewussten Endverbrauchern bestens an. Auch Fans von Premiummarken wissen das praktische Vorratsformat mehr und mehr zu schätzen. Aktuell machen die „Giganten“ bei Lekkerland schon rund 30 Prozent des Absatzes aus. Es lohnt sich also, auf die Giga-Packs zu setzen.

**[+]** Alle hier abgebildeten Tabakwaren – sowie viele weitere – können Sie rund um die Uhr auf [LEKKERLAND24.DE](http://LEKKERLAND24.DE) bestellen.



Fotos: PR, shutterstock

# DIE KLARE NR. 1 – jetzt noch relevanter

Quelle: Nielsen, D Total, Kategorie Jerky, Umsatz, Gesamtjahr 2018



100% Beef

65 kcal pro Riegel

Perfekt für unterwegs: einzeln verpackt im Riegelformat



Starke Innovation: Die herzhaftere Alternative im Proteinregal



DER IDEALE FLEISCHSNACK FÜR ZWISCHENDURCH



LSI – Germany GmbH  
Eyber Str. 81  
D – 91522 Ansbach  
[www.bifi.com](http://www.bifi.com)

ARTIKEL INFO

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
638795		Jack Links Beef Bar Original	14/22,5 g St.
638815		Jack Links Beef Bar Sweet & Hot	14/22,5 g St. <small>nur auf Vorbestellung</small>
356427		Jack Links Beef Jerky Original	12/25 g St.
357004		Jack Links Beef Jerky Sweet & Hot	12/25 g St.



# LEKKERLAND HAUSMESSEN IM HERBST WIEDER VOR ORT UND PERSÖNLICH

**CONVENIENT UND SICHER:** Mit einem strikten Hygienekonzept startet die beliebte Veranstaltungsreihe im September in Mannheim. Dann haben Lekkerland Kunden wieder die Möglichkeit, sich vor Ort und persönlich über Trends zu informieren, Konzepte und Produkte von Lekkerland und den Industriepartnern kennenzulernen, sich mit Experten und Kollegen auszutauschen und von attraktiven Messeangeboten zu profitieren.

**Online statt vor Ort:** Das war das Motto für die Lekkerland Hausmessen im Frühjahr. Nach der coronavirusbedingten Absage bot das Unternehmen seinen Kunden kurzfristig die Möglichkeit, die Messeangebote online zu erwerben.

**Vor Ort, mit Abstand und Vorsicht:** Das ist das Motto für die Lekkerland Hausmessen im Herbst. Die aktuellen Regelungen des Bundes und der Bundesländer erlauben es, dass die Veranstaltungen stattfinden – natürlich unter Einhaltung der üblichen Schutzmaßnahmen und mit einem detaillierten Hygienekonzept, das in den kommenden Wochen kontinuierlich an die aktuellen Entwicklungen angepasst wird.

Damit kann Lekkerland seinen Kunden wieder die Möglichkeit bieten, sich vor Ort über Trends zu informieren, Konzepte und Produkte von Lekkerland und den Industriepartnern kennenzulernen, sich mit Experten und Kollegen auszutauschen und von attraktiven Messeangeboten zu profitieren.

## LEKKERLAND ZEIGT, WIE ERFOLGREICHER FOODSERVICE IN CORONA-ZEITEN FUNKTIONIERT

An den Lekkerland Ständen können sich die Besucher unter anderem darüber informieren, wie das Unternehmen sie dabei unterstützt, die Wachstumschancen in den Bereichen Foodservice und Kaffee zu nutzen. Dabei erläutern die Fachleute des Unternehmens in Präsentationen und an den Ständen auch, wie erfolgreicher Foodservice unter den aktuellen

Rahmenbedingungen und Herausforderungen funktioniert.

Darüber hinaus stellt Lekkerland seine Konzepte und Module ebenso vor wie aktuelle Produkte aus seinem Sortiment. Dabei haben die Kunden beispielsweise die Möglichkeit, die neue Lekkerland Kaffee-Eigenmarke Coffee Bean Company kennenzulernen. Zudem präsentiert das Unternehmen unter anderem seine Angebote und Dienstleistungen in den Bereichen digitale Services und Prepaid-Produkte.

Wer möchte, kann den Hausmessenbesuch zudem nutzen, um sich bei kurzen Trainingssessions praktische Tipps für das Foodservice-Geschäft und zusätzliches Know-how in Sachen E-Zigarette anzueignen.

## AUF HÄNDESCHÜTTELN MUSS VERZICHTET WERDEN

Das Hygienekonzept sieht nach jetzigem Stand unter anderem vor, dass auf das Händeschütteln verzichtet wird („No-Handshake-Policy“), dass Maßnahmen zur Einhaltung des Mindestabstands umgesetzt werden und das Tragen von Mund-Nasen-Bedeckungen vorgeschrieben beziehungsweise empfohlen wird – je nach Messebereich und abhängig von der Möglichkeit, den Mindestabstand einzuhalten. Darüber hinaus werden alle Teilnehmer gebeten, ihre Kontaktdaten zu hinterlassen.

Aktuelle Informationen zum jeweiligen Hygienekonzept erhalten Lekkerland Kunden im Vorfeld der jeweiligen Messen.



## HERBSTMESSEN TERMINE 2020

- 4./5. September Mannheim
- 25./26. September Hannover
- 9./10. Oktober Augsburg
- 16./17. Oktober Schkeuditz (Leipzig)
- 30./31. Oktober Dortmund

# WUNDERBALL

## DAS KULTKAUGUMMI COMEBACK!

JETZT NOCH BESSER!



Wunderbälle Original Tutti Frutti 2er Pack



Inhalt: 50 Stück  
Lekkerland Art. Nr. 603437

Wunderbälle Mixbeutel Original und Sour



Inhalt: 16 Stück  
Lekkerland Art. Nr. 603492

# NEU

Jetzt bei



**Lekkerland**

the convenience company

# MILKA HASELNUSSCREME

~ Starte den Tag zart! ~

**Milka Haselnusscreme  
350g Glas**

**Brotaufstrich mit  
Milka Alpenmilch Schokolade.  
(= 12 Gläser à 350g)  
Art.-Nr. 604289**



*Milka*

Im Herzen Zart.

Starte den Tag auf die zarteste Art - mit der Milka Haselnusscreme!

Mit der cremigen Milka Haselnusscreme wird jeder Morgen zum Genussmoment. Egal, wie du die Creme genießt, ob als Brotaufstrich, als süßes Topping für Crêpes, Kuchen etc. oder einfach direkt zum Löffeln, die köstliche Creme mit feiner Haselnussnote wird auch dich zum Schmelzen bringen.