

Mein Shop

Nr. 4
2025
August & September

Lekkerland.de

ERFOLGSFAKTOR NON-FOOD:

Mit einem auf Ihren Shop
zugeschnittenen Sortiment
eröffnen sich erhebliche
Umsatzchancen - 28

MEHR ABSATZ DANK AKTIONEN

Ihre Kundschaft achtet
so stark auf Preise
wie noch nie. Promotions,
Deals & Co. sind
daher wichtige Umsatzbringer - 8

**RATGEBER
BACKWAREN**
Praktische Tipps für
den Shop-Alltag:
So optimieren Sie Ihr
Angebot - 16

NACHHALTIGE PRODUKTE

Wie Sie jetzt den Nerv
der Zeit treffen - 36



MARTINI

Neuer
LOOK

NEUER UVP**

REGAL: 10,99 €

PROMO: 8,99 €

**Die Preisfindung obliegt allein dem Handel.

**EINE ITALIENISCHE
IKONE *erfindet sich* NEU**

**MARTINI *Flo reale*
*Pomegranate***

40 ml MARTINI Alkoholfrei*
Flo reale

120 ml Schweppes
Pomegranate

Eis und mit Minze &
Grapefruit garnieren



648875
MARTINI
Bianco
Wermut
14,5% vol.,
6x 0,75 l Fl.

648879
MARTINI
Fiero
Wermut
14,5% vol.,
6x 0,75 l Fl.

648877
MARTINI
Extra Dry
Wermut
15% vol.,
6x 0,75 l Fl.

648878
MARTINI
Rosso
Wermut
14,5% vol.,
6x 0,75 l Fl.

648876
MARTINI
Rosato
Wermut
14,5% vol.,
6x 0,75 l Fl.

648881
MARTINI
Alkoholfrei* Vibrante
6x 0,75 l Fl.

648880
MARTINI
Alkoholfrei* Flo reale
6x 0,75 l Fl.

ALKOHOLFREI*

*< 0,5% vol aus Pflanzenextrakten.
VERANTWORTUNGSVOLLER GENUSS AB 18 JAHREN.
MARTINI, ITS TRADE DRESS AND THE BALL AND BAR LOGO ARE TRADEMARKS.



Redaktionsschluss: 24.7.2025

Impressum

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

E-MAIL
meinshop@lekkerland.de

INTERNET
Lekkerland.de

VERANTWORTLICH
Janine Hoffe

PROJEKTLEITUNG
Dominik Schlefers

REDAKTIONELLE LEITUNG
Ingo Gschwilm

REDAKTION UND GRAFIK
C3
Creative Code and Content GmbH
Gotzinger Straße 19
81371 München

E-MAIL
meinshop@c3.co

PROJEKTMANAGEMENT
Marlene Freiburger,
Stefanie Sava (fr)

REDAKTION
Elena Rudolph

MITARBEIT
Florian Sievers (fr)

ART-DIREKTION
Jessica Winter, Melanie Kollath

FOTOREDAKTION
Ravenina Prawiradinata,
Sina Franco, Michelle Jekel

LEKTORAT
Helmut Hillger (fr)

LITHO
RTK & SRS mediagroup GmbH

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

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

Liebe Leserinnen und Leser!

Sicherlich merken auch Sie in Ihrem Shop, dass Verbraucher:innen zurzeit verstärkt aufs Geld achten. Sie möchten sparen, kaufen daher weniger und jagen Schnäppchen. In unserer Titelgeschichte ab Seite 8 haben wir Tipps zusammengestellt, wie Sie den Umsatz in Ihrem Shop dennoch ankurbeln können. Ein sehr wirkungsvolles Instrument sind Aktionsangebote, Promotions und Deals wie „2 für Preis X“ oder Ähnliches. Wir berichten auch, wie Lekkerland Sie in dieser Hinsicht unterstützt – beispielsweise mit preisalternativen Produkten, die im Sortiment nicht fehlen sollten.

Fertig gemixt ist beliebt

Auch eine gut zusammengestellte Auswahl an Pre-Mixed Longdrinks (PMLDs) gehört in jedes Shop-Sortiment. Schließlich sind die fertig gemixten Drinks äußerst beliebt – und perfekt für den Unterwegskonsum. Dazu kommt, dass PMLD-Konsument:innen überdurchschnittlich häufig auch andere Produkte kaufen, etwa einen kalten oder warmen Snack. Wer PMLDs anbietet, macht also auch mit anderen Warengruppen ein gutes Geschäft. Im Category

Check ab Seite 14 verraten Ihnen unsere Expert:innen, welche die Topseller in diesem Bereich sind.

Auf die Expertise unserer Expert:innen können Sie sich auch bei der Zusammensetzung Ihres Tabak- und Nikotinartikel-Sortiments verlassen. Was unsere Kolleg:innen alles tun, um sich einen Überblick über die sich verändernde Nachfrage und das Angebot in diesem Bereich zu verschaffen, lesen Sie ab Seite 42.

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

Herzlichst,
Ihr

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



Mein Shop gibt's auch online

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

Besuchen Sie uns auf Facebook!

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



NEUHEIT

Nuii
ICE CREAM ADVENTURE™

DAS ABENTEUER
GEHT WEITER!

CREAM &
ANATOLIAN
PISTACHIO

Nuii
ICE CREAM ADVENTURE™

CREAM &
ANATOLIAN
PISTACHIO

EXKLUSIV BEI
LEKKERLAND

Nuii
ICE CREAM ADVENTURE™

CARAMELISED
SALTED ALMOND &
NEW ZEALAND
HONEY

CARAMELISED
SALTED ALMOND &
NEW ZEALAND
HONEY

Nuii® Reg. Trademark of Froneri International Ltd

ARTIKEL
INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt / Packart
650383		Nuii Cream & Anatolian Pistachio	20/90 ml
632852		Nuii Caramelised Salted Almond & New Zealand Honey	20/90 ml

 **Lekkerland**
the convenience company



Hier clever sparen

8

MEIN JOB

- 8 DER PREIS IST HEISS**
Viele ihrer Kund:innen schauen genau auf die Preise. Wie Sie Ihren Umsatz stärken können
- 12 Preisattraktive Anlaufstelle**
Die Classic-Tankstelle in Lachendorf setzt auf die Verkaufsförderungs-Konzepte von Lekkerland
- 14 Topseller: PMLDs**
Welche Pre-Mixed Longdrinks jeder Shop im Sortiment haben sollte
- 16 SERIE: Backwaren erfolgreich verkaufen - so geht's**
Teil 4: Auch im Backshop können Sie mit verkaufsfördernden Maßnahmen Ihren Erfolg steigern
- 20 Fakten: Urlaubsrecht**
Sechs rechtliche Irrtümer rund um die freien Tage

MEIN SORTIMENT

- 24 Ein Sportgetränk, ein trendiger Spritz und leckere Chips**
Über diese drei neuen Eigenmarken wird sich Ihre Kundschaft freuen
- 28 Gesehen? Gekauft!**
Richtig präsentiert, eröffnen Non-Food-Produkte erhebliche Umsatzchancen
- 30 Prominent platziert**
Alles Wissenswerte über unsere kostenfreien e-va Displays
- 32 Topseller**
Spannende Neuheiten und beliebte Bestseller aus unserem Sortiment
- 34 Gute Qualität zum fairen Preis**
Warum die Lekkerland Tabak-Eigenmarke Buffalo für viele Konsument:innen die erste Wahl ist
- 36 SERIE: Trend-Radar**
Teil 13: Wie man beim Thema Nachhaltigkeit jetzt den Nerv der Zeit trifft - und so neue Zielgruppen begeistert

MEIN PARTNER

- 42 SERIE: Leute bei Lekkerland**
Teil 4: So unterstützen unsere Expert:innen Sie dabei, im Tabaksortiment den richtigen Mix aus Klassikern und Alternativen zu finden
- 46 SERIE: Nur gut aussehen reicht nicht**
Teil 13 unserer Serie „Erfolgreich mit der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie“
- 48 Mehr Vielfalt mit wenig Aufwand**
Die Monatsaktionen von Lekkerland sorgen ganz unkompliziert für frischen Wind in Ihrer Backshop-Theke
- 50 Das Beste aus guter Milch**
Wie Münsterland seine beliebten Milchgetränke produziert
- 52 SERIE: Unsere Services - innovative Lösungen für Ihren Erfolg**
Premiumspirituosen und -weine sind bei uns auch flaschenweise bestellbar
- 54 Lekkerland Messen**
Wo Sie im Herbst wieder Convenience live erleben können

36



48

cleVer
Kauf

BORN TO PERFORM

IRONADE. DAS NEUE
ISOTONISCHE
SPORTGETRÄNK.

**BRINGEN SIE DYNAMIK
IN IHREN UMSATZ.**

- // *Isotonische Sportgetränke liegen im Trend und verzeichnen ein Absatzwachstum von über 17 % im letzten Jahr**
- // *Mit praktischem Sportschap zum bequemen Konsum unterwegs oder beim Sport*
- // *Kalorienarm, isotonisch und mit Vitamin B6*

* Nielsen MAT bis 07.04.25 (LEH+TS Scan+A+Conv)

ARTIKEL
INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
655575		QuickVit Iso Sportsdrink Blue PET NEU	6/0,50 L FI. PET DPG



Lekkerland
the convenience company

SO OPTIMIEREN SIE IHR ANGEBOT

Mit einem saisonal und regional passenden Sortiment und mit Hilfe verkaufsfördernder Maßnahmen steigern Sie den Umsatz an Ihrer Foodservice-Theke. Ab Seite 16 geben unsere Expert:innen dazu praktische Tipps für den Shop-Alltag.



RASANT, REKORDVERDÄCHTIG, KURIOS:

Fünf Fakten rund ums Auto

Was ist die beliebteste Autofarbe? Wie lang war der längste Stau der Welt? Und welche Autos fahren die Deutschen am liebsten? Hier kommen fünf spannende und verblüffende Fakten rund ums Auto:

49

MILLIONEN

Pkw waren 2023 in Deutschland zugelassen – auf 1.000 Einwohner kommen also etwa 590 Autos.⁵

16

STUNDEN-KILOMETER

Höchstgeschwindigkeit hatte das erste, von Carl Benz entwickelte Automobil mit Verbrennungsmotor, der „Patent-Motorwagen“.⁴

MIT 417

STUNDENKILOMETERN

wurde ein Porsche-Fahrer 2023 auf einer bayerischen Autobahn geblizt.¹

100

KILOMETER

lang war der längste jemals gemessene Stau. Er ereignete sich 2010 in China auf der Autobahn G110 und löste sich erst nach zwölf Tagen auf.²

72

JAHRE

lang parkte in England ein Auto auf derselben Stelle. Es wurde 2012 entdeckt – mit abgelaufenem Nummernschild aus den 1940er-Jahren.³

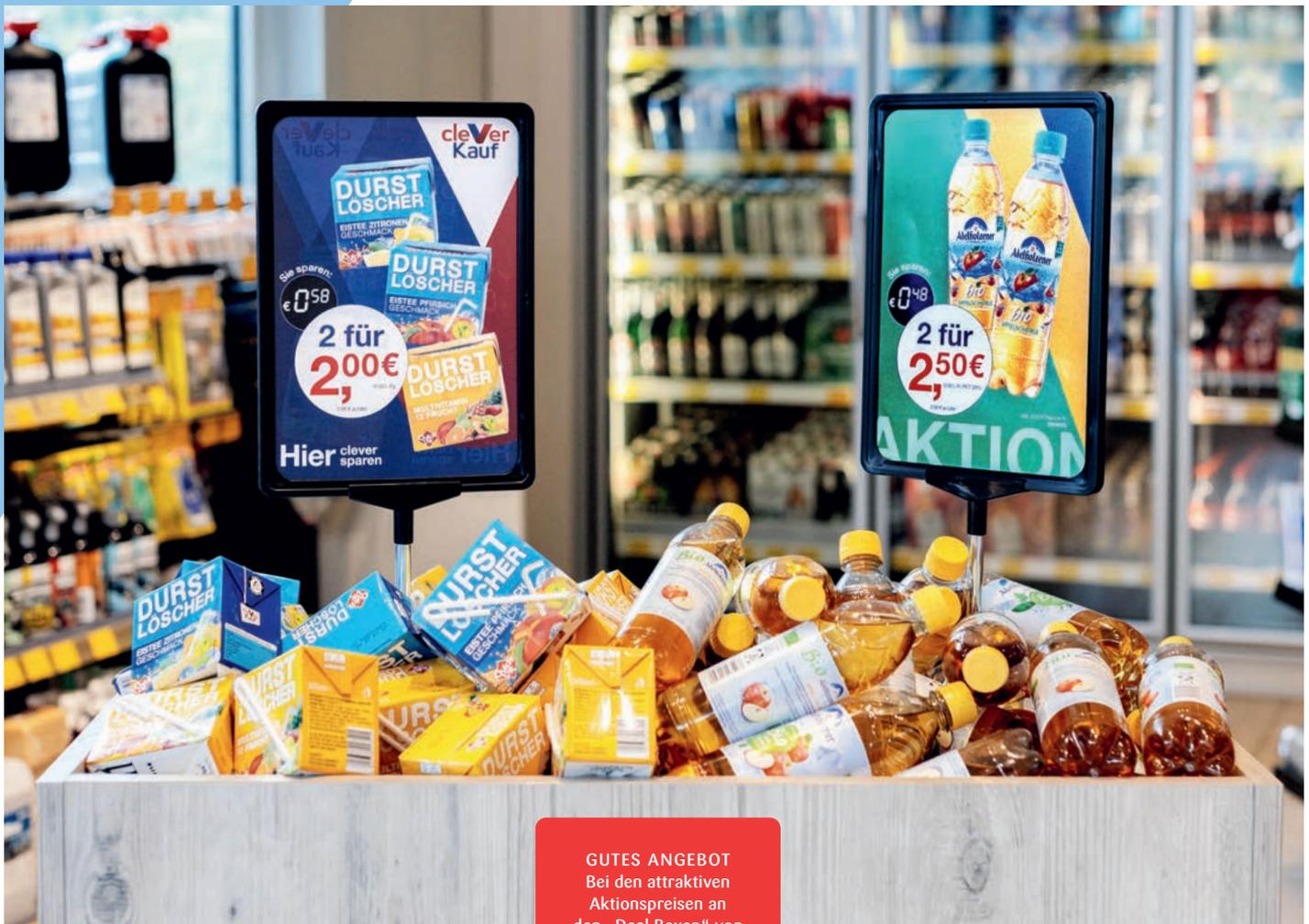


DER PREIS IST HEISS

Sparen, weniger kaufen, Schnäppchen jagen: Verbraucher:innen achten verstärkt aufs Geld. Mit den Sortimenten und Konzepten von Lekkerland KÖNNEN SHOPS DER KUNDSCHAFT EIN ATTRAKTIVES ANGEBOT MACHEN - und so auf das geänderte Einkaufsverhalten reagieren.

SCHNÄPPCHEN
Regelmäßige Promotions und Aktionen wie „2 für Preis X“ regen die Kundschaft dazu an, sich auch weiterhin Snacks & Co. zu gönnen.





GUTES ANGEBOT
Bei den attraktiven Aktionspreisen an den „Deal Boxen“ von Lekkerland greift auch eine preisbewusste Kundschaft weiter gern spontan zu.

Freudig strahlt die Kundin am Shop-Regal, denn sie hat ihren Lieblingsnack entdeckt. Doch dann zögert sie – und geht weiter, ohne zuzugreifen. Sei es am Kühltresen oder in der Kassenzone: Aktuell denken viele Konsument:innen zweimal darüber nach, ob sie sich etwas gönnen oder doch besser aufs Geld achten sollten. „Viele Verbraucher:innen wollen und müssen sparen“, sagt Mustafa Kara, Gebietsverkaufsleiter von Lekkerland für unabhängige Kioske und Shops in der Region Wuppertal und Hagen. Er hat beobachtet, dass die Shop-Kundschaft deutlich preissensibler geworden ist. Sie greift dann zu preiswerteren Alternativen – oder spart sich den Kauf ganz.

„Die Verbraucher:innen halten die Geldbeutel zusammen“, bestätigt Dennis Schulze, der als Senior Manager Market Insights bei Lekkerland für Marktforschung und -analysen verantwortlich ist. Der wichtigste Grund für die gewachsene Preissensibilität sei die hohe Inflation, also steigende Preise und Geldentwertung. Hinzu komme, dass Supermärkte und Discounter auf diese Entwicklung mit Promotions und intensivem Preiswettbewerb

„Viele Verbraucher:innen wollen und müssen sparen.“

MUSTAFA KARA
Gebietsverkaufsleiter Region
Wuppertal und Hagen,
Lekkerland SE

reagieren – und so dazu beitragen, dass Kund:innen vermehrt Preise vergleichen und beim Konsum sparen.

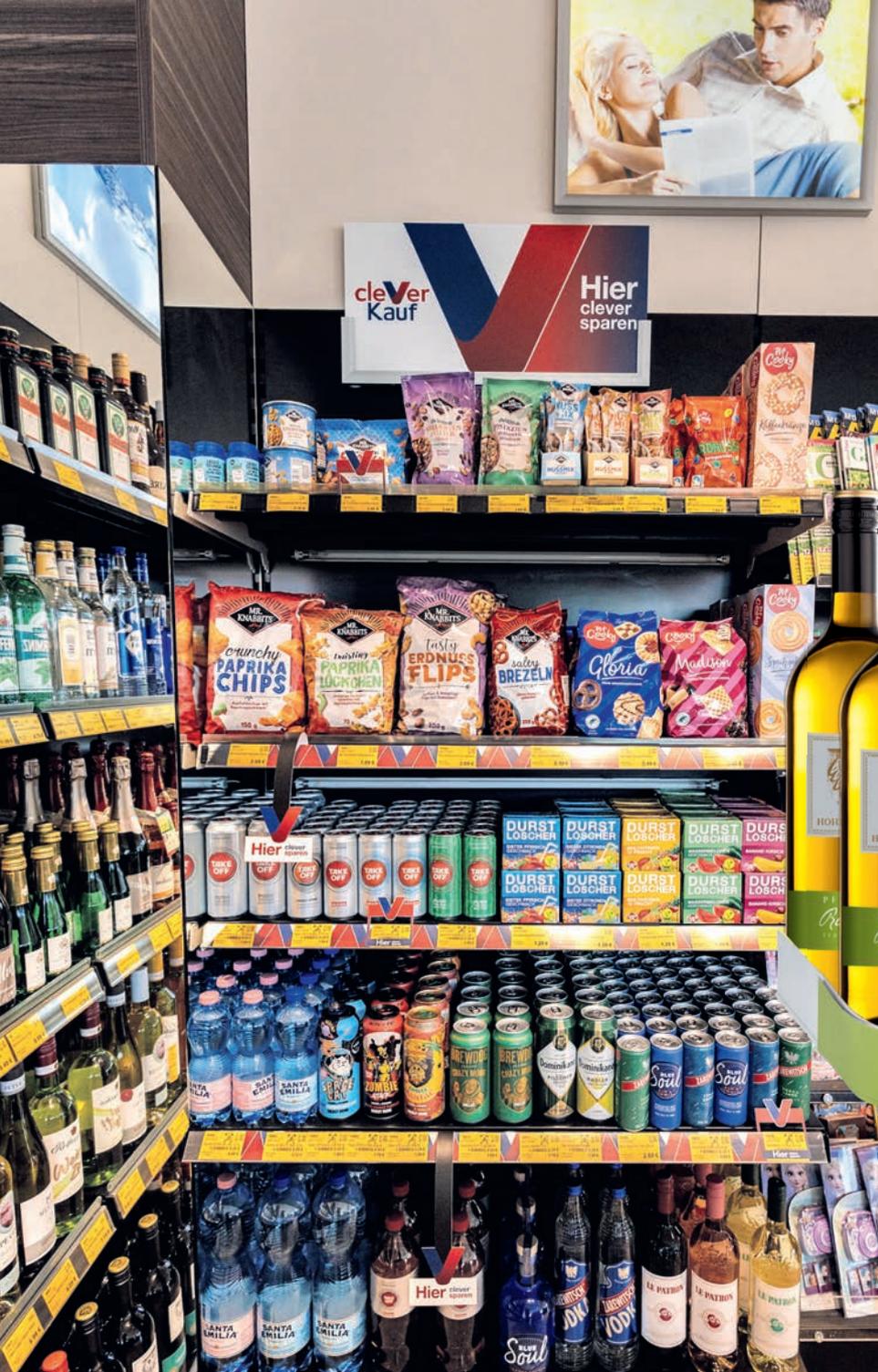
Kundenfrequenzen sinken

Eine Folge für viele Shops, Kioske & Co.: Die Kundenfrequenz sinkt. Denn viele Konsument:innen nehmen die Preise im Außer-Haus-Segment als eher hoch wahr, wie repräsentative Befragungen durch Lekkerland zeigen. Sie schauen daher seltener dort vorbei, um etwas zu konsumieren.

Auch wer einen Shop betritt, kauft anders als früher. „Das Konsumentenverhalten hat sich nachhaltig verändert“, sagt Marktforschungsexperte Dennis Schulze. So stagnieren in vielen Shops die Umsätze mit Getränken, Süßwaren, Eis oder Heißgetränken, weil sich Kund:innen als Erstes spontane Genusskäufe sparen. Stattdessen sind Schnäppchen gefragt: So zeigen repräsentative Befragungen von Lekkerland, dass sich zwei von drei Kundinnen und Kunden mehr Promotions und Aktionen in Tankstellen-Shops wünschen.

Maßnahmen für mehr Umsatz

„Die gute Nachricht ist: Shops können wirksam auf das geänderte Einkaufsverhalten reagieren“, sagt Mirko Bante, der als Head of Sales Force Energy Stations bei Lekkerland mittelständische Mineralölgesellschaften und Einzelunternehmer:innen berät. So rät er Shop-Betreiber:innen dazu, die Kundschaft mit regelmäßigen Promotions und Aktionen dazu anzuregen, sich auch weiterhin spontan Snacks, Getränke & Co. zu gönnen. Auch preialternative Produkte und Eigenmarken im Sortiment sprechen preissensible Konsument:innen an.



„Das Konsument:innen-
verhalten hat
sich nachhaltig
verändert.“

DENNIS SCHULZE
Senior Manager Market Insights,
Lekkerland SE



AUFFÄLLIG
Beim Programm PlusTools
von Lekkerland
gibt es bewährte
Topseller und
ausgewählte Neuheiten
zu Aktionspreisen
samt passender
Werbemittel.

Mit Neuheiten, Trendartikeln und besonderen Produktformaten können Shop-Betreiber:innen zudem ihr Sortiment von dem des regulären Lebensmitteleinzelhandels absetzen. Das spricht auch neue Kund:innen an. „Durch diese Maßnahmen lassen sich Umsatz und Absatz stabil halten oder wieder ankurbeln“, sagt Mirko Bante.

Unterstützung von Lekkerland

Lekkerland unterstützt Shops auf unterschiedlichste Art dabei, der Preissensibilität der Verbraucher:innen Rechnung zu tragen. Das beginnt damit, dass unsere Kund:innen innovative Neuheiten und Influencer-Produkte unmittelbar ab Markteinführung bei uns kaufen

können. Diese Artikel stärken nicht nur das Image der jeweiligen Verkaufsstelle – Konsument:innen sind bei ihrem Erwerb auch weniger preissensibel.

Ein weiterer wichtiger Baustein sind unsere preisalternativen Eigenmarkenprodukte. Diese bieten die gleiche Qualität wie Markenartikel, sind aber deutlich preiswerter und oft in kleineren, für den Unterwegskonsum perfekt geeigneten Verpackungsgrößen erhältlich. Damit Konsument:innen die günstigen Alternativen zu Markenartikeln im Shop erkennen, sollten sie unter „clever Kauf“ präsentiert werden, dem gemeinsamen Auftritt der Lekkerland Eigenmarken. So etwas kommt gut an: Nach Angaben der Marktforscher NielsenIQ betrach-

Lekkerland
PLUSTOOLS
Sichtbar erfolgreich

ten 41 Prozent der deutschen Verbraucher:innen die Qualität von Eigenmarken als teilweise gleich oder sogar höher als die von Markenprodukten. Das einzige Unterscheidungsmerkmal sei oft eben nur der Preis.

Allen Tankstellen-Betreiber:innen, die sich fragen, wie ihr Shop aufgebaut sein sollte und wo welche Produkte platziert werden sollten, damit die Kundschaft wieder ver-



LEICHT ERKENNBAR
Mit dem einheitlichen „clever Kauf“-Auftritt fallen die preisalternativen Eigenmarken von Lekkerland im Shop sofort auf.



mehrt zugreift, stehen unsere Expert:innen in Vertrieb und Category Management beratend zur Seite. Von der Inneneinrichtung über das Sortiment bis zur richtigen Einteilung von Regalen, Theken und Kühlungen mit den perfekten Planogrammen helfen sie bei der Optimierung des Angebots.

Aktionen und Promotions

Speziell Tankstellen-Shops können zudem auf zwei durchdachte Möglichkeiten zugreifen, um Konsument:innen auf regelmäßige Aktionen und Promotions aufmerksam zu machen. In unseren „Deal Boxen“ lassen sich Topseller aus den Bereichen Getränke und Snacks in größeren Mengen und zu Aktionspreisen aufmerksamkeitsstark im Shop platzieren – beispielsweise „2 für Preis X“ oder ein Snack plus Getränk zum Bundle-Preis. Damit können Shops insbesondere preisbewusste Kund:innen zu Spontankäufen anregen.

Dazu kommt unser Verkaufsförderungsprogramm PlusTools. Es besteht aus Verkaufsmodulen und auffälligen Werbemitteln, die strategisch im Shop platziert werden. Sie reichen von kompakten Displays für Riegel in



„Die gute Nachricht ist: Shops können wirksam reagieren.“

MIRKO BANTE
Head of Sales Force
Energy Stations,
Lekkerland SE

der Kassenzone bis hin zu Modulen speziell etwa für Eis oder Getränke. Je nach Modul liefern wir regelmäßig bewährte Topseller und ausgewählte Neuheiten zu Aktionspreisen. Mit PlusTools haben Stationen immer automatisch Trendprodukte, Bestseller und Neuheiten im Regal stehen – und das zu einem besonders attraktiven Preis.

Vom Wettbewerb absetzen

All das zeigt: Mit den geeigneten Maßnahmen können Shops in Bezug auf ihre Preise und ihr Sortiment ein positives Image aufbauen – und sich auf diese Weise vom Wettbewerb absetzen. Das eröffnet neue Umsatzchancen, denn Kund:innen wissen: Hier bekommen wir hochwertige Produkte für kleines Geld.

Zugleich positionieren sich Shops damit für Zeiten, in denen das Geld wieder lockerer sitzt. Schließlich wissen die Kund:innen dann, dass sie im Shop ihre gewünschten Produkte zu ansprechenden Preisen bekommen. „Es ist eine herausfordernde Zeit“, fasst Lekkerland Vertriebsexperte Mirko Bante zusammen, „aber sie eröffnet auch viele Chancen für Shops – wenn sie es richtig angehen.“

HIER GREIFT DIE KUNDSCHAFT WEITER GERN ZU

Die Betreiberin der Classic-Tankstelle im niedersächsischen Lachendorf stellt mit mehreren der **AUSGEFEILTEN VERKAUFSFÖRDERUNGS-KONZEPTE VON LEKKERLAND** sicher, dass ihre Kundschaft weiter gern spontan in ihrem Shop einkauft.



Jana Rosolek weiß, dass ihr Tankstellen-Shop auch für anspruchsvolle Zeiten gut gerüstet ist. Sie leitet die Classic-Tankstelle im niedersächsischen Lachendorf, einer 6000-Einwohner-Gemeinde östlich von Celle, am Südrand der Lüneburger Heide. Im Shop samt Bistrobereich der Station, die zur Jorczyk Energie KG gehört, gibt es neben Kraftstoffen unter anderem auch frisch belegte Backwaren, frisch gebrühten Kaffee, Süßwaren, Knabbersachen und gekühlte Getränke. Hier kaufen Pendler:innen und Handwerker:innen, Jugendliche von zwei nahen Schulen sowie Anwohner:innen und Mitarbeitende einer örtlichen großen Papierfabrik auf Spät- oder Frühschicht ein.

Doch nur etwas die Straße runter stehen in Lachendorf jeweils gleich zwei Discounter und zwei Imbisse. Und da viele Konsument:innen zurzeit besonders preissensibel sind, könnten sie eben dorthin als Erstes steuern, wenn sie sich spontan Snacks und Getränke gönnen möchten. „Die Leute halten zurzeit ihr Geld zusammen“, weiß Stationsleiterin Rosolek. Daher hat die Firma Jorczyk gleich mehrere Maßnahmen getroffen, um den Shop bei der Kundschaft auch weiterhin als preisattraktive Anlaufstelle für Snacks und Getränke zu präsentieren.

Ins Boot geholt

Erst 2014 hat die Dachgesellschaft Jorczyk das Shop-Gebäude in Lachendorf mit dem rund 90 Quadratmeter großen Shop komplett neu errichten lassen. Vorher gab es auf dem Gelände nur einen winzig kleinen Shop. Das Familienunternehmen Jorczyk ist seit mehr als dreißig Jahren im Tankstellen-Geschäft und



betreibt heute in der Region neben vier reinen Automatenstationen auch insgesamt sechs Stationen mit Shop. „Wir haben in Lachendorf von Anfang an Lekkerland mit ins Boot geholt“, sagt Mark Jorczyk, Geschäftsführer der Jorczyk Energie KG.

Schließlich arbeite Lekkerland mit detaillierten Daten und auf der Basis langjähriger Erfahrung, wenn es darum geht, Tankstellen-Shops optimal aufzustellen – und auch auf Entwicklungen wie die aktuelle Preissensibilität der Verbraucher:innen zu reagieren. „Die Unterstützung, ob im Bistro oder im restlichen

Shop, ist dabei für uns Gold wert“, sagt Geschäftsführer Mark Jorczyk.

Ansprechpartner für die Classic-Tankstelle in Lachendorf ist Olaf Reuter, Gebietsverkaufsleiter Energy Stations bei Lekkerland. Er stellt dann vor Ort nicht nur Produktneuheiten vor und berät die Firma Jorczyk dazu, wie die eigenen Shops optimal eingerichtet und ausgestattet sein sollten, um die Kundschaft auch in diesen Zeiten zum Zugreifen zu animieren. Etwa, dass Eistruhen aus der Ecke ganz nach vorn im Shop gestellt werden sollten, um das Impulsgeschäft anzukurbeln.



LACHENDORF

GUT AUFGESTELLT

Mit breitem Sortiment und preisattraktiven Produkten spricht der Shop seine Kundschaft an. Stationsleiterin Jana Rosolek und Geschäftsführer Mark Jorczyk (rechts) beraten sich dazu regelmäßig mit Lekkerland Ansprechpartner Olaf Reuter.

sich ein etwas teureres Markenprodukt zu verkneifen.

An mehreren Stellen im Lachendorfer Shop finden sich zudem auffällige Miniregale und Hängeelemente mit großen Aufschriften in Schwarz auf Weiß oder Weiß auf Rot. Sie sind Teil des Verkaufsförderungsprogramms PlusTools von Lekkerland. Dafür bekommt Stationsleiterin Jana Rosolek regelmäßig Aktionsware geliefert, etwa Getränke oder Eis, die sie dann zu günstigen Konditionen anbieten kann. So hat sie stets eine attraktive Produktauswahl im Sortiment, die auf aktuelle Trends und Kundenbedürfnisse abgestimmt ist. Ergänzt wird das Aktionsprogramm in der Lachendorfer Classic-Tankstelle durch monatliche Backwaren-Angebote, die im Rahmen des Bistrokonzpts Fresh + Tasty an der Station erhältlich sind.

Echte Hingucker

„All diese Konzepte sind echte Hingucker“, berichtet Stationsleiterin Rosolek. Sie hat die Erfahrung gemacht, dass die Kundschaft auf diese Weise aufmerksam gemacht wird – und dann weiter gern zugreift. „Das alles zusammen ist für uns ein echtes Rundum-sorglos-Paket“, sagt sie.

Und sie hat noch ein weiteres Ass im Ärmel: „Wir punkten auch mit Freundlichkeit, Sauberkeit und indem wir auf spezielle Wünsche unserer Kundschaft eingehen“, berichtet Jana Rosolek. So schmieren die Mitarbeitenden auf Wunsch auch mal ein Brötchen mit Remoulade statt mit Butter oder stellen das Lieblingsgetränk für den Nachbarn, das dieser regelmäßig kauft, schon mal kühl. Damit werden Kund:innen zu Stammkund:innen – und die kommen auch dann, wenn sie sonst eigentlich ihr Geld zusammenhalten.



Bei Fragen zum Sortiment und zu den Beratungsangeboten von Lekkerland wenden Sie sich einfach an Ihre:n gewohnte:n Ansprechpartner:in.

Der Shop-Experte empfiehlt auch die maßgeschneiderten und ausgefeilten Verkaufsförderungs-Konzepte von Lekkerland, um das Shop-Geschäft krisensicher zu machen. Sie steigern nicht nur die Kundenfrequenz, sondern stärken auch das Image von Shops als preisattraktive und kundenorientierte Anlaufstelle für den Einkauf unterwegs. „Gemeinsam können wir mehr verkaufen“, sagt Olaf Reuter dazu.

Auffällig platziert

In Lachendorf treffen Shop-Besucher:innen daher an der Fast Lane auf dem Weg zur Kasse auf die „Deal Boxen“ von Lekkerland – spezielle Präsentationsmöbel, in denen Stationsleiterin Jana Rosolek preislich attraktive Topseller aus den Bereichen Getränke und Snacks auffällig platziert, inklusive des zugehörigen Marketingmaterials.

Etwas weiter hinten im Shop steht außerdem das „clever Kauf“-Regal von Lekkerland. Hier findet die Kundschaft unter dem unverkennbaren „clever Kauf“-Logo ein breites Sortiment an preiswürdigen Eigenmarken. „Das fördert den Absatz nachweislich“, sagt Lekkerland Experte Olaf Reuter. Denn die Kundschaft gönnt sich dann eher mal ein Getränk der Eigenmarke Durstlöcher, anstatt

„Die Lekkerland Konzepte sind echte Hingucker.“

JANA ROSOLEK
Stationsleiterin Classic-Tankstelle,
Lachendorf



ANSPRECHEND
Die auffälligen Hängeelemente samt passender Ware von PlusTools sorgen für Impulskäufe.



EMPFEHLUNGEN FÜR IHR SORTIMENT: PMLDS

Die Topseller in Truhe, Kühlschrank und Regal
Serie
**CATEGORY
CHECK**

Eine gut zusammengestellte Auswahl an Pre-Mixed Longdrinks (PMLDs) gehört in jedes Shop-Sortiment. Denn DIE FERTIG GEMIXTEN DRINKS SIND ÄUSSERST BELIEBT - und ihre Käuferschaft greift im Shop gern auch zu Produkten anderer Warengruppen.

									
JACK DANIEL'S & COCA-COLA	GORBATSCHOW & LEMON	JACK DANIEL'S & BERRY	GORDON'S GIN & TONIC	THREE SIXTY VODKA ENERGY	CITY SECCO	LILLET BERRY	COCKTAIL PLANT SEX ON THE BEACH	BLUE SOUL GIN TONIC	SOMERSBY APPLE CIDER
24 x 0,33 l Ds.	12 x 0,33 l Ds.	12 x 0,33 l Ds.	12 x 0,25 l Ds.	12 x 0,33 l Ds.	12 x 0,2 l Ds.	12 x 0,2 l Fl.	12 x 0,25 l Ds.	24 x 0,25 l Ds.	24 x 0,33 l Ds.
Art.-Nr. 636954	Art.-Nr. 282875	Art.-Nr. 515155	Art.-Nr. 623115	Art.-Nr. 173657	Art.-Nr. 608462	Art.-Nr. 622346	Art.-Nr. 638546	Art.-Nr. 632081	Art.-Nr. 608585

INTERVIEW

„PMLDS SCHMECKEN EINFACH GUT“

Frau Haubert, Herr Marascia, Pre-Mixed Longdrinks (PMLDs) sind bei der Shop-Kundschaft weiter äußerst beliebt. Welche Bedeutung haben die fertig gemixten Getränke daher für das Shop-Geschäft?

SIMONE MARASCIA: Eine gut zusammengestellte Auswahl an PMLDs sollte in jedem Shop-Sortiment vertreten sein. Der Einzelhandelsumsatz mit diesen Produkten ist in den vergangenen fünf Jahren um 63 Prozent gestiegen. Kein Wunder, denn PMLDs schmecken einfach gut, sind ohne lange Zubereitung sofort zum Verzehr geeignet und lassen sich jederzeit und überall konsumieren.

ANNE-KATHRIN HAUBERT: Zunehmend mehr Endverbraucher:innen suchen ihre PMLDs im Unterwegskonsum. Vor allem Tankstellen konnten im Vergleich zum Vorjahr deutlich dazugewinnen. Und wir haben festgestellt, dass PMLD-Konsument:innen überdurchschnittlich häufig auch andere Produkte kaufen – etwa einen kalten oder warmen Snack, einen Kaffee, Getränke oder sonstige Produkte für unterwegs oder zu Hause, wie etwa Telefonkarten. Wer PMLDs anbietet, macht also auch mit anderen Warengruppen ein gutes Geschäft.

Wer kauft PMLDs?

ANNE-KATHRIN HAUBERT: An Tankstellen sowie auch an Kiosken sind es vor allem jüngere Konsument:innen zwischen 18 und 29 Jahren. Sie greifen besonders gern spontan zu – das trifft insbesondere auf Frauen zu, die sich fast doppelt so häufig wie Männer auf einen Impuls hin einen PMLD gönnen.

SIMONE MARASCIA: Über die Geschlechter hinweg ist Deutschland übrigens in unterschiedliche Regionen geteilt: Insgesamt laufen PMLDs im Nordosten und Südwesten des Landes besonders gut, und hier sind Mixe ohne Cola als Basis überdurchschnittlich nachgefragt. Im Nordwesten, Südosten und Süden Deutschlands werden dagegen vor allem auf Cola basierende PMLDs gern getrunken. Diese

regionalen Unterschiede sollten Shops bei der Gewichtung ihrer PMLD-Sortimente berücksichtigen.

Ob in Nord- oder in Süddeutschland – welche PMLDs sollte jeder Shop im Sortiment haben?



„Wer PMLDs anbietet, macht auch mit anderen Warengruppen ein gutes Geschäft.“

ANNE-KATHRIN HAUBERT
Head of Assortment & Space,
Lekkerland SE



„Mit einem passgenauen PMLD-Angebot können sich Shops vom Lebensmitteleinzelhandel absetzen.“

SIMONE MARASCIA
Einkäufer Spirituosen, Sekt und Champagner,
Lekkerland SE

ANNE-KATHRIN HAUBERT: Die Bevölkerung wird gesundheitsbewusster und ist zunehmend auch an zucker- und kalorienreduzierten, aber dennoch genussvollen Optionen interessiert. Außerdem steigt der Anteil an Konsument:innen, die ihren Alkoholkonsum zurückfahren und darum auch nach alkoholfreien Varianten fragen. Dies trifft vor allem auf jüngere und auf Frauen zu. Das bedeutet, dass Shops – neben den Klassikern, die hohen Absatz und Umsatz garantieren – auch entsprechende PMLD-Varianten berücksichtigen sollten, wenn sie vermehrt jüngere und weibliche Kundschaft ansprechen möchten.

SIMONE MARASCIA: Daher raten wir dazu, etwa auch Wodka-Mixe mit Energydrinks oder fruchtige Geschmacksrichtungen mit Pfirsich, Maracuja oder Mango sowie Lillet und Aperol ins Sortiment aufzunehmen, die allesamt bei Frauen überdurchschnittlich beliebt sind. Dazu können PMLDs mit reduziertem Zuckergehalt oder ganz ohne Zucker sowie solche mit 0,0 Vol. % Alkohol kommen. Auf der anderen Seite fragen insbesondere Kundinnen zunehmend auch nach Cocktails in Kleinflaschen oder Dosen. Diese werden als besonders stilvoll wahrgenommen. Und alles in allem sind PMLD-Konsument:innen auch bereit, mehr Geld für besonders hochwertige Marken zu zahlen. Daher können einige Premium-PMLDs das Sortiment abrunden.

Welche Tipps haben Sie noch für Shop-Betreiber:innen, die PMLDs anbieten?

SIMONE MARASCIA: Endverbraucher:innen sind aktuell besonders preissensibel und lassen sich auch bei PMLDs durch Promotion-Angebote wie etwa 2 für 1 ansprechen. Auf diese Weise können Impulskäufe ausgelöst werden! Insgesamt können sich Kioske, Tankstellen & Co. durch ein passgenau zusammengestelltes Angebot an PMLDs vom Lebensmitteleinzelhandel absetzen. Die Shops sollten daher sicherstellen, dass immer alle Top-Artikel verfügbar sind – und zwar stets gut gekühlt. Denn die Kund:innen kaufen PMLDs gern spontan und möchten diese dann sofort genießen.

PRAKTISCHE TIPPS FÜR DEN SHOP-ALLTAG:

SO OPTIMIEREN SIE IHR ANGEBOT

Mit dem richtigen, an die jeweilige SAISON,
REGION und TAGESZEIT angepassten Sortiment sowie
mithilfe VERKAUFSFÖRDERNDER MASSNAHMEN
steigern Sie den Erfolg Ihres Backshops.



Das Wichtigste gleich vorab: Auch im Backshop ist die perfekte Sortimentsgestaltung das A und O für den Erfolg. Das gilt etwa hinsichtlich der Sortimentseinteilung: „Von Preiseinstieg über Klassiker bis hin zu Premiumprodukten sollte alles dabei sein. Dabei sollten die Unterschiede zwischen den Preiseinstiegs- und den Premiumprodukten für die Konsument:innen sichtbar sein. Das Premiumprodukt sollte sich also sowohl in seiner Komplexität als auch hinsichtlich der verwendeten Zutaten deutlich vom Preiseinstiegsartikel unterscheiden“, erklärt Merle Baumgarten, die bei Lekkerland als Head of Category Management Foodservice auch die Kategorie Backwaren verantwortet.



In wirtschaftlich herausfordernden Zeiten sind Kund:innen ganz besonders preissensibel – und für verkaufsfördernde Maßnahmen entsprechend affin.“

MERLE BAUMGARTEN
Head of Category
Management Foodservice,
Lekkerland SE

Snacks passend zur (Tages-)Zeit

Darüber hinaus ist es empfehlenswert, immer mal wieder Abwechslung ins Sortiment zu bringen und die Kund:innen mit Trendprodukten wie derzeit etwa dem Pistaziencroissant zu überraschen. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist es, das Sortiment im Laufe des Tages jeweils an die aktuelle Tageszeit anzupassen. Merle Baumgarten: „Morgens greifen Kund:innen gern zu kleineren, klassischen Snacks wie dem belegten Brötchen. Mittags, wenn der Hunger größer ist, dürfen es hochpreisigere, größere Snacks sein, mit denen man sich satt essen kann. Beispielsweise üppig belegte Baguette-Variationen.“

Regionale und saisonale Hits

„Mindestens genauso wichtig ist es, das Angebot der Region und der Saison anzupassen“, sagt Sebastian Friedrich vom Lekkerland Culinary Team. „Im Norden sind zum Beispiel morgens Franzbrötchen besonders beliebt, im Süden dagegen Leberkäsesemmeln. Derartige Vorlieben ihrer Kundschaft sollten Shop-

Sortenvielfalt schafft Kundenfrequenz

Der Frequenzbringer Nr. 1 für Ihren Shop



Informieren
Sie sich jetzt!



gentechnikfrei



glutenfrei



laktosefrei



ohne
Geschmacksverstärker



ohne
künstliche Farbstoffe



ohne
Verdickungsmittel

Mein Job

Betreiber:innen bei der Sortimentsgestaltung berücksichtigen.“ Auch die Jahreszeit sollte beachtet werden: „Spezielle Angebote zu Ostern, Weihnachten und in manchen Regionen auch zur Karnevalszeit kommen gut bei Konsument:innen an“, so Sebastian Friedrich. Und natürlich sind im Frühling und im Sommer leichtere Snacks gefragter als im Herbst und Winter, wenn alles ein bisschen herzhafter sein darf.



„Spezielle Angebote zu Ostern, Weihnachten und in manchen Regionen auch zur Karnevalszeit, kommen gut bei Konsument:innen an.“

SEBASTIAN FRIEDRICH
Manager Culinarium Team
National,
Lekkerland Convenience
Foodservice Akademie

Auf Marge und Preis achten

Zur Steigerung des Erfolges trägt außerdem bei, die Kalkulationssicherheit in der Rezepturgestaltung einzuhalten. Merle Baumgarten: „Wer beispielsweise anstelle eines günstigen Käses beim Belegen einen deutlich teureren nimmt, weil er die in der Rezeptur stehende Käsevariante gerade nicht vorrätig hat, minimiert die eigene Marge.“ Deshalb ist es ratsam, die Rezepturen akribisch einzuhalten und keine individualistischen Alleingänge zu machen.

Aktionen, die Umsatz bringen

„Echte Erfolgstreiber sind zudem Aktionen mit Preisfokus. Etwa Bundle-Angebote wie ‚2 zum



Fotos: Lekkerland, Shutterstock

Die Kräuterkraft für Ihren Umsatz!



Ricola Schweizer Kräuterzucker
75g Beutel
LL Art.-Nr. 089709

Ricola Alpen Salbei o. Z.
75g Beutel
LL Art.-Nr. 088893

Ricola Original Kräuter o. Z.
75g Beutel
LL Art.-Nr. 088937

Ricola Honig Alpen Salbei
75g Beutel
LL Art.-Nr. 110285

Ricola Himbeere Melisse o. Z.
75g Beutel
LL Art.-Nr. 623311

Ricola Zitronenmelisse o. Z.
75g Beutel
LL Art.-Nr. 088862



STARKEMARKENMEHRWERT
www.cfp-brands.de





Preis von 1', ,3 für 2' oder etwa spezielle Meal-Deals, bei denen es zum Snack noch ein Getränk dazugibt“, sagt Merle Baumgarten. „In wirtschaftlich herausfordernden Zeiten sind Kund:innen ganz besonders preissensibel - und für derartige verkaufsfördernde Maßnahmen entsprechend affin.“

Damit Kund:innen die attraktiven Angebote auf den ersten Blick identifizieren können, müssen sie gut ausgezeichnet werden. „Ganz besonders gut klappt das mit den Produkten der Lekkerland Monatsaktion*“, erklärt Sebastian Friedrich. „Die Aktionsartikel bringen nicht nur Abwechslung ins Sortiment, sondern sorgen auch verlässlich für mehr Umsatz. Und das nicht zuletzt deswegen, weil sie mithilfe passender Werbemittel aufmerksamkeitsstark im Shop platziert werden können.“



*Detaillierte Informationen zur Lekkerland Monatsaktion finden Sie in diesem Heft ab Seite 48. In der kommenden Ausgabe von Mein Shop erfahren Sie im fünften Teil unserer Serie, warum es wichtig ist, Hygienevorschriften penibel einzuhalten - und wie das gelingt.

GENUSSVOLLES UMSATZPLUS!

MIT UNSEREN EDLEN MARZIPAN RIEGELN!



Alle Sorten mit köstlichem Fairtrade-zertifiziertem Kakao

www.zentis.de



RATGEBER ARBEITSRECHT: SECHS IRRTÜMER RUND UM URLAUB

Rund ums URLAUBSRECHT kursieren viele IRRTÜMER. Ob gesetzlicher Mindesturlaub, Probezeit oder lange Krankheiten: Hier erfahren Sie, was Sie dazu wissen müssen.

IRRITUM 1:

DER GESETZLICHE MINDESTURLAUB BETRÄGT 24 TAGE PRO JAHR.

Das stimmt nicht ganz. Zwar ist im Bundesurlaubsgesetz (BUrlG) in Paragraph 3 von mindestens 24 Werktagen Urlaub die Rede. Diese Bestimmung geht aber von einer Sechs-Tage-Woche aus. Übertragen auf die weit verbreitete Fünf-Tage-Woche heißt das: 20 Tage Urlaub – also nur vier Arbeitswochen.

IRRITUM 2:

MITARBEITENDE HABEN IN DER PROBEZEIT KEINEN URLAUBSANSPRUCH.

Zwar haben Mitarbeitende erst nach sechs Monaten im neuen Job Anspruch auf ihren gesamten Jahresurlaub. Einen anteiligen Urlaubsanspruch haben sie aber schon vorher – und zwar auf ein Zwölftel des Jahresurlaubs pro Monat. Bei einem Jahresurlaub von 24 Tagen entspricht dies zwei Tagen pro Monat.



Tempo

Große Reisen, kleine Momente – mit Tempo für alles bereit.

Tempo Feuchte Toilettentücher Travelpack
10 Tücher
LL. Art. Nr. 386645

Tempo Hygienisch frische Hand-Feuchttücher
10 Tücher
LL. Art. Nr. 923928



Foto: Shutterstock

HINWEIS:
Klarstellend wird darauf hingewiesen, dass dieser Beitrag keine Rechtsberatung darstellt. Wir bitten daher um Verständnis, dass entsprechende Anfragen nicht bearbeitet werden können und ausschließlich mit den zuständigen Stellen und/oder juristischen Berater:innen zu klären sind.

IRRTUM 3:

ARBEITNEHMER:INNEN KÖNNEN SICH IHREN URLAUB AUSZAHLEN LASSEN.

Urlaub soll der Erholung dienen – also letztlich dazu beitragen, dass die Arbeitskraft des Arbeitnehmers oder der Arbeitnehmerin erhalten bleibt. Zusätzliches Geld auf dem Konto trägt jedoch nicht zur Erholung bei, folglich ist eine Auszahlung des Urlaubs im Bundesurlaubsgesetz auch nicht vorgesehen. Nur wenn der Urlaub wegen Beendigung des Arbeitsverhältnisses ganz oder teilweise nicht mehr gewährt werden kann, ist er abzugelten.

IRRTUM 4:

ARBEITGEBER:INNEN ENTSCHEIDEN ÜBER DIE DAUER DES URLAUBS.

Laut Bundesurlaubsgesetz haben Arbeitnehmer:innen Anspruch auf mindestens zwei Wochen Urlaub am Stück. Arbeitgeber:innen müssen ihren Angestellten also mindestens zwölf (bei einer Sechs-Tage-Woche) bzw. zehn Urlaubstage (bei einer Fünf-Tage-Woche) hintereinander geben. Ausnahmen bestehen bei dringenden betrieblichen oder persönlichen Gründen.

IRRTUM 5:

DER RESTURLAUB VERFÄLLT AM 31. MÄRZ DES FOLGEJAHRES.

So einfach verfällt der Urlaub nicht mehr. Zwar steht noch im Bundesurlaubsgesetz, dass der Urlaub im laufenden Kalenderjahr genommen werden muss, aber die Regelung darf so streng nicht mehr angewendet werden: So müssen Arbeitgeber:innen ihre Angestellten jetzt rechtzeitig schriftlich darauf hinweisen, dass der Urlaub bis zum 31. Dezember oder bis spätestens 31. März des Folgejahres genommen werden muss, weil er sonst erlischt. Unterbleibt diese Belehrung, verfällt der Urlaub nicht – selbst wenn der Arbeitnehmer gar keinen Urlaubsantrag gestellt hat.

IRRTUM 6:

BEI LANGER KRANKHEIT VERFÄLLT DER URLAUB.

Nein. Kann ein:e Arbeitnehmer:in wegen Krankheit keinen Urlaub nehmen, verfällt er nicht wie sonst bereits am Jahresende. Laut EuGH-Urteil verfällt Urlaub nach Krankheit erst am 31. März des übernächsten Jahres.

süß



salzig



NEU



Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt
3278		Flipz Milk Chocolate	6 x 90g
3279		Flipz Salted Caramel	6 x 90g
3290		Flipz Cookies & Cream	6 x 90g

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt
3331		Cracker Crisps Sour Cream & Chive	14 x 110g
3329		Cracker Crisps Smoky Barbecue	14 x 110g
3330		Cracker Crisps Thai Sweet Chili	14 x 110g

FÜR DIE HOTZONE!

Wertvolle Zusatzumsätze von früh bis spät
mit unseren starken Marken.



Oreo Classic 44 g
LL Art.-Nr. 647993



Toblerone 35 g
LL Art.-Nr. 846137



I Love Milka 44 g
LL Art.-Nr. 452879



Milka die Kleine 45 g
LL Art.-Nr. 656066



Milka Nussini Haselnuss 31.5 g
LL Art.-Nr. 580665



Milka Tender 37 g
LL Art.-Nr. 530432



Milka Riegel Erdbeer 36.5 g
LL Art.-Nr. 580418



Milka Riegel Oreo 37 g
LL Art.-Nr. 581002



Cadbury Wunderbar 49 g
LL Art.-Nr. 713997

**NEU: MILKA
DIE KLEINE 45 G**
ab KW 28: die Tafel
im Riegelformat



**JETZT
ORDERN!**



Mondelēz Professional ist Teil der Mondelēz Deutschland GmbH

Für mehr Infos: 0421 37706000 oder mdlz.professional@mdlz.com





GUTE QUALITÄT ZUM FAIREN PREIS

Wenn es um preiswerte Alternativen zu etablierten Marken geht, ist Buffalo bei Tabakwaren die erste Wahl für viele Konsument:innen. Mehr dazu ab Seite 34.

SCHOKOHOLIC-KNOW-HOW:

Sechs überraschende Fakten über Schokolade

Von der Verwendung als Währung bei den Azteken bis zum Genuss im All - hier kommen sechs faszinierende Fakten über Schokolade, die ganz bestimmt nicht nur Naschkatzen begeistern.

1. LECKERE WÄHRUNG

Die Maya und Azteken nutzten Kakaobohnen als Währung. Für 100 Bohnen konnte man zum Beispiel einen Truthahn kaufen.

2. BELIEBTER GLÜCKLICHMACHER

Schokolade enthält die Aminosäure Tryptophan, die die Produktion des Neurotransmitters Serotonin im Gehirn fördert, der wiederum das Gefühl von Glück und Wohlbefinden steigert.

3. AUSSERIRDISCHER GENUSS

Schokolade ist eines der wenigen „echten“ Lebensmittel, das Astronauten auf ihren Missionen mitnehmen dürfen, da es lange haltbar ist und ganz besonders schnell Energie liefert.

4. SÜSSE ERFINDUNG

Die erste Milkschokolade wurde 1875 von Daniel Peter in der Schweiz erfunden, indem er Kondensmilch zu Schokolade hinzufügte.

5. MEISTVERKAUFTE SORTE

Milkschokolade ist weltweit die beliebteste Sorte, gefolgt von dunkler Schokolade. Weiße Schokolade macht nur etwa 20 Prozent des globalen Schokoladenmarktes aus.

6. WELTWEITER KONSUM

Spitzenreiter in Sachen Schokoladenkonsum sind die Schweizer. Sie essen pro Kopf etwa zehn Kilogramm Schokolade im Jahr. Es folgen Deutschland und Belgien mit einem Pro-Kopf-Konsum von jeweils etwa neun Kilogramm.

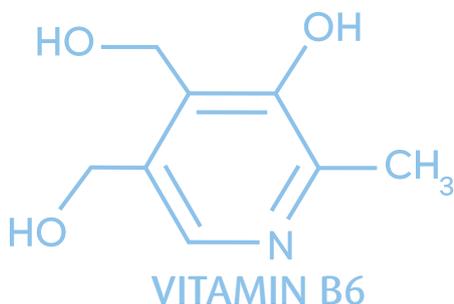
NEUE EIGENMARKE IRONADE - BORN TO PERFORM!

Mit IRONADE bringt Lekkerland ein neues ISOTONISCHES SPORTGETRÄNK als preisattraktive Alternative zu Markenprodukten in die Regale.



PRAKTISCH
Ironade kommt mit einem praktischem Sportscap zum bequemen Konsum unterwegs daher.

DPG QuickVit Ironade Blue, 12 x 0,5 l Fl.
(Art.-Nr. 655575)



Egal ob unterwegs, bei der Arbeit oder beim Sport: Isotonische Sportgetränke sind ideal, um den Flüssigkeits- und Mineralstoffhaushalt auszugleichen und den Körper somit optimal mit Nährstoffen zu versorgen. Sie geben dem Körper also das, was er für Höchstleistungen oder zur Regeneration braucht. Weil immer mehr Menschen einen aktiven Lebensstil anstreben und die Bedeutung von körperlicher Aktivität für ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden erkennen, liegen die Elektrolytgetränke voll im Trend und verzeichneten laut den Marktforschern von Nielsen allein im letzten Jahr ein Absatzwachstum von mehr als 17 Prozent*.

Passend zum allgemeinen Fitness-Trend und dem Hype um isotonische Sportgetränke hat Lekkerland unter seiner Getränke-Eigenmarke Quickvit nun Ironade gelauncht: Das knallblaue Sportgetränk ist nicht nur kalorienarm und enthält das für den Körper wichtige Vitamin B6 – es ist für Konsument:innen auch aufgrund seines Preises attraktiv. Shop-Betreiber:innen, die Ironade in ihr Sortiment aufnehmen, können sich als Anbieter von funktionalen Produkten positionieren und von der steigenden Nachfrage profitieren.

Bringen Sie Dynamik in Ihren Umsatz

- Isotonische Sportgetränke liegen im Trend und verzeichneten im letzten Jahr ein Absatzwachstum von mehr als 17 Prozent*
- Mit praktischem Sportscap zum bequemen Konsum unterwegs oder beim Sport
- Kalorienarm, isotonisch und mit Vitamin B6

FAST BAKE SCHRIPPE

Wenn jede Minute zählt –
und jeder Biss überzeugt

Zwei smarte Optionen für indivi-
duelle Abläufe:

1. Drei Minuten aufbacken – für
den Frischgebacken-Effekt
2. Auftauen (ca. 60 Min.) &
direkt servieren – perfekt auch
ohne klassische Backtechnik

- Ideal für schnelle Verfüg-
barkeit zu Stoßzeiten
- Perfekt für Betriebe mit wenig
Personal
- Geringere Nebenkosten
durch spürbare Energie-
einsparung
- Kein Engpass im Ofen,
dadurch Platz für margen-
starke Artikel
- Überzeugt durch Rösche und
extra lange Frische
- Weniger Krustensplitterung
beim Schneiden & Verzehr
- Reduzierter Stromverbrauch,
Geräteverschleiß & CO₂-
Fußabdruck
- Weniger Food Waste durch
flexible Produktverfügbarkeit



www.backunion.de

POWERED BY



Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
655966		Fast Bake Schrippe	112/70 g



Mein Sortiment



NEU VON LEKKERLAND: LIMONCELLO SPRITZ

Begeistern Sie Ihre Kund:innen
mit dem aktuellen TREND-
APERITIF AUS ITALIEN!

READY TO DRINK
Mit dem Limoncello
Spritz gibt es jetzt
zwei leckere
Spritz-Varianten
von Vina Augusta.

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

Limoncello liegt absolut im Trend: Hierzulande legte der Absatz des italienischen Aperitivo 2024 um 31 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu.* Bei Konsument:innen derzeit besonders beliebt ist die Spritz-Version – mit Wein und Sekt gemixter Limoncello. Von Italien über Österreich schwappt der Sommer-Trend Limoncello Spritz nun auch zu uns nach Deutschland.

Da kommt der neue Limoncello Spritz von der Lekkerland Eigenmarke Vina Augusta gerade recht: Er vereint frisches Zitronenaroma und italienische Lebensfreude mit einem Hauch Amalfiküste und ist mit seinem Easy-Open-Verschluss perfekt für den Genuss unterwegs. Getrunken werden kann er entweder direkt aus der Flasche oder auf Eis im Weinglas.

Wie alle Lekkerland Eigenmarken ist auch der fertig gemixte Limoncello Spritz von Vina Augusta eine qualitativ hochwertige, preisattraktive Alternative zu Markenprodukten. Und hat damit das Zeug zu einem echten Umsatzbringer.

Fotos: Shutterstock, PR, Lekkerland
*Quelle: Nielsen MAT bis 14.04.25 (LEH+DM+GAM+C&C+TS Scan+A+Conv)

3Bears Haferriegel – der Bestseller-Snack, der auch ihre Kunden überzeugt!

POWERED BY OATS



Dreierlei Nuss
623162

Zimt-Apfel
613752

Feiner Kakao
613775



Bereichern Sie Ihre Kassenzone mit den innovativen und leckeren Haferriegeln von 3Bears: 100% vegan, ballaststoffreich, mit Vollkorn und ganz ohne Industriezucker. Aufmachen, reinbeißen und genießen!



MACHT KNABBERLAUNE!
Die farbenfrohe Verpackung der Mr. Knabbits Tortilla-Chips regt Verbraucher:innen zum Zugreifen an.

Mr. Knabbits Tortilla-Chips Käse, 10 x 125 g Bt.
(Art.-Nr. 647775)

KNUSPRIGER SNACK TORTILLA-CHIPS MIT KÄSE

Die Tortilla-Chips der Lekkerland Eigenmarke Mr. Knabbits bieten ULTIMATIVEN KNABBERSPASS!

Sie sind knusprig, käsig und liegen voll im Trend: die neuen Tortilla-Chips von Mr. Knabbits. Ob für den kleinen Hunger zwischendurch oder die nächste Party – die Tortilla-Chips im praktischen 125-Gramm-Beutel kommen bei Ihren Kund:innen garantiert gut an. Schließlich gehören Tortilla-Chips zu den angesagtesten Produkten im Snackregal. Mit dem Neuzugang der Lekkerland Preialternative haben Sie jetzt die passende Antwort auf diese Nachfrage – in bewährter Qualität und mit einem überzeugenden Preis-Leistungs-Verhältnis.

Dank des neuen aufmerksamkeitsstarken Verpackungsdesigns von Mr. Knabbits sind die Tortilla-Chips jetzt auch optisch ein echter Hingucker – und machen das Regal für Endverbraucher noch attraktiver. Das steigert die Abverkäufe und freut jede:n Shopbetreiber:in. Tipp: Platzieren Sie die Tortilla-Chips gut sichtbar in der Nähe von Getränken – das kurbelt den Impulskauf zusätzlich an.

Airwaves

DER MENTHOL-KICK FÜR FRISCHE MOMENTE.



12/50er Dose
LL Art.-Nr. 648649

12/50er Dose
LL Art.-Nr. 648647



12/50er Dose
LL Art.-Nr. 648645



30/10er Packung
LL Art.-Nr. 648651



30/10er Packung
LL Art.-Nr. 648652



30/10er Packung
LL Art.-Nr. 648653



30/10er Packung
LL Art.-Nr. 648650



30/10er Packung
LL Art.-Nr. 648646

MARS WRIGLEY



NON-FOOD-SORTIMENT: EINFACH MEHR UMSATZ IM SHOP

NON-FOOD-PRODUKTE SIND ECHTE UMSATZBRINGER. Mit einem kunden- und bedarfsgerechten Angebot machen Sie Ihren Shop zum beliebten Anlaufpunkt für Kund:innen.

Ob Auto- oder Elektronikzubehör, Sonnenbrillen, Geschenkartikel, Spiel- oder Drogeriewaren – Non-Food-Artikel bieten Shopbetreiber:innen beste Möglichkeiten, ihren Umsatz zu steigern. Denn ganz egal, ob spontan eine Zahnbürste oder ein Ladekabel benötigt wird oder unterwegs noch schnell ein Geschenk für die Liebsten gefunden werden muss: Mit einem kunden- und bedarfsgerechten Angebot an Non-Food-Artikeln können Sie als Shop-Betreiber:in bei Ihren Kund:innen ordentlich punkten. Und ehe Sie es sich versehen, ist Ihr Shop zu einem beliebten Anlaufpunkt für schöne Mitbringsel und Produkte des täglichen Bedarfs geworden.

Der perfekte Mix

Grundsätzlich ist es ratsam, dauerhaft ein auf Ihren Shop abgestimmtes Non-Food-Grundsoriment anzubieten. Neben Autozubehör, das die am stärksten nachgefragte Produktkategorie im Non-Food-Segment darstellt, freuen sich Konsument:innen auch über ein gut sortiertes Angebot an Elektronikzubehör, Sonnenbrillen, Spiel- und Drogeriewaren sowie Geschenkartikeln. Wichtig ist dabei, dass das Non-Food-Soriment in einigen Bereichen durch zur jeweiligen Saison passende Artikel ergänzt wird. Wenn Ihre Kund:innen wissen, dass sie bei Ihnen im Sommer Grillkohle und im Winter Scheibenteiser finden, kommen sie ganz bestimmt sehr gerne wieder.



PRAKTISCH, VIELSEITIG, UNVERZICHTBAR

Mit dem richtigen Non-Food-Soriment sorgen Sie dafür, dass Ihre Kundschaft unterwegs immer gut versorgt ist.

- 1 Beispiel-Sonnenbrille aus dem Sonnenbrillen-Boden-
display, 1 x 100 St. (Art.-Nr. 834537) • 2 Pokemon
KP10 Booster DP36, 1236 St. (Art.-Nr. 655749) •
- 3 Hama Ladekabel A-C schwarz, 2 St. (Art.-Nr. 650378) •
- 4 Rosenbär, rot, 25 cm, RFE, 1 St. (Art.-Nr. 633265)



KLEIN, DISKRET, GEFRAGT

Kondome dürfen im Shop nicht fehlen – mit ihnen generieren Sie mit wenig Aufwand zusätzlichen Umsatz.



Kondome: zusätzlicher Umsatz bei minimalem Platzbedarf

Kondome bringen verlässlichen Zusatzumsatz bei minimalem Platzbedarf und lassen sich unkompliziert ins bestehende Soriment integrieren. Gut für die Kundenbindung sind sie außerdem: Dank der langen Öffnungszeiten und der guten Erreichbarkeit kaufen viele Kund:innen sie gezielt an der Tankstelle – schnell, diskret und oft spontan.

Der Aufwand für Sie als Shop-Betreiber:in ist gering: Die Produkte sind kompakt und langlebig. In vielen Shops gehören sie daher längst zum Standard. Wer dieses Angebot nicht führt, dessen Soriment wirkt schnell überaltet – und läuft Gefahr, Kundschaft an besser sortierte Wettbewerber zu verlieren.

- 5 Billy Boy Special Mix, 9 x 4er Pg. (Art.-Nr. 637825) • 6 Billy Boy Aroma Mix, 9 x 4er Pg. (Art.-Nr. 637826) •
- 7 Billy Boy Bunte Vielfalt, 9 x 4er Pg. (Art.-Nr. 637824) •
- 8 Billy Boy Länger lieben, 9 x 4er Pg. (Art.-Nr. 648079) •
- 9 Durex Gefühlsecht, 8 x 8er Pg. (Art.-Nr. 623351) • 10 Durex Gefühlsecht, 24 x 3er Pg. (Art.-Nr. 101611) •
- 11 Durex Überrasch mich, 6 x 10er Pg. (Art.-Nr. 623287)



3

VIELFALT, DIE BEGEISTERT! EINFACH MEHR UMSATZ

Besuchen Sie uns auf den kommenden Lekkerland Herbstmessen. Nähere Informationen dazu lesen Sie auf Seite 54.

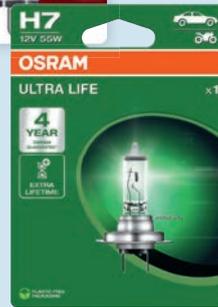
13



12



15



14



17



16



WINTERAUTOZUBEHÖR: IN DER KALTEN JAHRES- ZEIT UNVERZICHTBAR!

Wenn Schnee, Eis und Dunkelheit den Straßenverkehr erschweren, steigt der Bedarf an praktischem Zubehör. Autofahrer:innen greifen in dieser Zeit verstärkt zu Scheibenteisern, Eiskratzern und Co. - vor allem dann, wenn diese Produkte gut sichtbar im Shop platziert sind.

Auch Starthilfekabel gehören im Winter ins Sortiment: Bei Minusgraden geben Autobatterien schnell den Geist auf. Und nicht zuletzt ist gute Beleuchtung entscheidend – leistungsstarke Leuchtmittel sorgen für Sicherheit in der dunklen Jahreszeit. Wer jetzt das passende Zubehör bereithält, punktet bei der Kundenschaft und steigert den Umsatz.



19



SAISONWARE MIT UMSATZPOTENZIAL

Ob Eiskratzer, Enteiser oder Starthilfekabel: Winterautozubehör gehört jetzt gut sichtbar ins Shop-Regal.



18

20



- 12 APA Auto-Schneebesen, 20 St. (Art.-Nr. 238539) • 13 Osram H4 Standard 12V 60/55W Scheinwerferlampe, 10 St. (Art.-Nr. 646438)
- 14 Osram H7 Ultra Life 55W 12V, 10 St. (Art.-Nr. 646448) • 15 Sonax AntiFrost & KlarSicht Green Forest, gebrauchsfertig bis -18 Grad, 4 x 5 l Ka. (Art.-Nr. 656007) • 16 Sonax AntiFrost & Klarsicht Green Forest, gebrauchsfertig bis -18°C, 4 x 3 l Bt. (Art.-Nr. 655995) • 17 Sonax Scheiben Enteiser, 6 x 500 ml Fl. (Art.-Nr. 640237) • 18 Starthilfekabel für Ottomotoren bis 2500 cm³, 1 St. (Art.-Nr. 620737) • 19 ADAC Eiskratzer, 18 St. (Art.-Nr. 636570) • 20 APA Eiskratzer Trapez, 25 St. (Art.-Nr. 238515)

PREPAID: GUT AUFGESTELLT!

Mit dem e-va Prepaysortiment von Lekkerland lässt sich mit wenig Aufwand viel Umsatz generieren. Das gilt insbesondere dann, wenn die Geschenk-, Bezahl- und SIM-Karten im Shop in **AUFMERKSAMKEITSTARKEN DISPLAYS** prominent platziert werden.

Mehr Umsatz, mehr Kunden: Shop-Betreiber:innen, die Geschenk-, Bezahl- und SIM-Karten aus dem e-va Prepaysortiment von Lekkerland verkaufen, profitieren von zahlreichen Vorteilen. Denn während e-va verlässlich für Verbundkäufe sorgt, haben sie kein Risiko zu tragen. Schließlich werden e-va Produkte erst nachträglich abgerechnet. Zudem besteht ein hundertprozentiger Diebstahlschutz – die Gutscheinkarten sind wertlos, bis sie am Terminal aktiviert werden.

Prominent platziert

Damit Sie bestmögliche Umsätze generieren können, stellt Lekkerland Ihnen attraktive Werbemittel, Gutscheinkarten sowie die passenden Displays kostenfrei zur Verfügung. Vor allem Letztere sind von großer Bedeutung, denn das e-va Sortiment sollte unbedingt prominent platziert werden. Shop-

Betreiber:innen, die zusätzlich zu unseren Terminals auch Displays beziehungsweise den iKiosk platzieren, berichten von bis zu 50 Prozent mehr Ertrag pro Jahr! Bei einer durchschnittlichen Marge von drei bis vier Prozent bei Gutscheinkarten ist das nicht unerheblich.

Ganz gleich, ob Sie sich für unser Kreuzdisplay mit 24 Platzierungen, unser aufmerksamkeitsstarkes L-Display mit einer Auswahl von

über 80 Kartenprodukten, die große Säule oder den iKiosk entscheiden: Wir finden in jedem Fall das richtige Display für Sie und Ihren Shop!

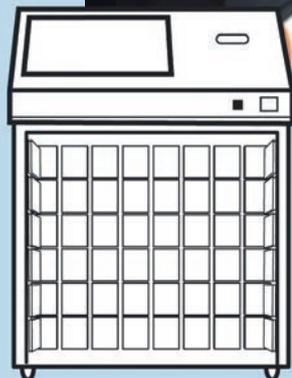
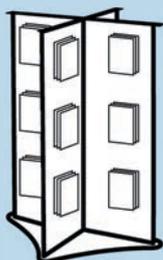


Sie möchten mehr zu unseren Displays erfahren oder e-va Kunde werden? Dann kontaktieren Sie doch direkt Ihre:n Lekkerland Gebietsverkaufsleiter:in oder melden Sie sich unter customerservice@e-va.com oder 02234/1821-420.



STEIGERN SIE IHRE UMSÄTZE!

Vom Kreuzdisplay über das L-Display und die große Säule bis hin zum iKiosk – Lekkerland stellt Ihnen das für Ihren Shop perfekte Display kostenfrei zur Verfügung.



BOOST YOUR SALE

AWAKEN
ENERGY POUCHES

UVP
4,95 €
20 POUCHES



VERKAUFSSCHUB GARANTIERT:
AWAKEN, das sind Energy Pouches ohne Nikotin und Zucker, aber mit jeder Menge Power!

80 MG KOFFEIN
PRO GRAMM

Ideal für Nachtschwärmer, Studenten, Gamer, Schichtarbeitende und alle, die eine echte Alternative zu Energy Drinks suchen. Mit den Sorten Berry, Spearmint und Cola bietet AWAKEN Ihnen eine Innovation, die perfekt zu Ihren Kunden passt.

awaken-pouches.de

»»» GEBEN SIE JETZT IHREM UMSATZ DEN NÖTIGEN KICK - MIT AWAKEN! «««

LEKKERLAND ARTIKEL-NUMMER	LEKKERLAND VERKAUFSEINHEIT	GEWICHT PRO DOSE	BEZEICHNUNG	INHALT	UVP	EAN
656052	5 Dosen	12 g	AWAKEN spearmint	20 Pouches	4,95 €	4 052426 047387
656050	5 Dosen	12 g	AWAKEN berry	20 Pouches	4,95 €	4 052426 047400
656051	5 Dosen	12 g	AWAKEN cola	20 Pouches	4,95 €	4 052426 047424

Mein Sortiment



①



②

③

3Bears Haferriegel: Hafergenuss war noch nie so praktisch!

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

Und perfekt für unterwegs: einfach die Verpackung aufreißen, reinbeißen und genießen!

1 3Bears Pocket Porridge Feiner Kakao, 16 x 55 g Rg. (Art.-Nr. 613775) • 2 3Bears Pocket Porridge Dreierlei Nuss, 16 x 55 g Rg. (Art.-Nr. 623162) • 3 3Bears Pocket Porridge Zimtiger Apfel, 16 x 55 g Rg. (Art.-Nr. 613752)



Perfekt für unterwegs: die Chilled Classics von Starbucks

Die Chilled Classics feiern die handgefertigten Coffee-House-Liebliche Ihrer Kund:innen, die Starbucks in seinen Stores serviert.

Die gekühlten Mischungen aus intensivem Espresso, samtiger Milch und einem Hauch der beliebten Starbucks-Aromen sind ein erfrischender Muntermacher - perfekt für unterwegs oder zu Hause.

Starbucks Caffè Latte, 10 x 220 ml Be. (Art.-Nr. 437136)

AUS UNSEREM SORTIMENT

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



Must-have im Tankstellen-Bistro: die Remoulade von Feinkost Popp

Die Remoulade von Feinkost Popp ist ebenso ideal für Großküchen wie für den Einsatz in der Bäckergastronomie, in Foodtrucks und Tankstellen-Bistros. Verpackt wird die Remoulade in der 650-ml-Standtube im markigen Walter Popp-Look.

Durch den praktischen Klappverschluss ist das Produkt sofort einsatzbereit und gibt auf leichten Druck die ideale Portion ab. Die Tuben, erhältlich im 6er-Karton, sind voll entleerbar. Sie lassen sich durch ihren stabilen Stand einfach lagern und sind 90 Tage ungekühlt haltbar.

Popp Remoulade mit 80 % Pflanzenöl, 1 x 650 ml Tb. (Art.-Nr. 632883)



①

②

③

RICOLA - der Inbegriff wohltuender und köstlicher Kräuterbonbons aus der Schweiz!

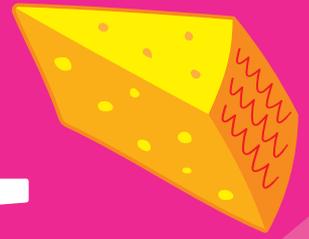
Vielfältig im Geschmack. Stark im Geschäft. Unsere sechs beliebtesten Beutelsorten - von Alpen Salbei bis Himbeere Melisse - gehören zu den stärksten im Regal.

Sie bieten vertrauten Geschmack, große Vielfalt und bewährte Qualität - genau das, was viele suchen. Und genau das, was sich verkauft. Wohltuend in der Wirkung und für den Umsatz.

1 Ricola Schweizer Kräuterzucker, 16 x 75 g Bt. (Art.-Nr. 089709) • 2 Ricola Alpen Salbei ohne Zucker, 18 x 75 g Bt. (Art.-Nr. 088893) • 3 Ricola Zitronenmelisse ohne Zucker, 18 x 75 g Bt. (Art.-Nr. 088862)

cleVer
Kauf

KNUSPRIG - KÄSIG - LECKER!



Tortillachips mit würzigem Käsegeschmack –
für unwiderstehliche Snackmomente!

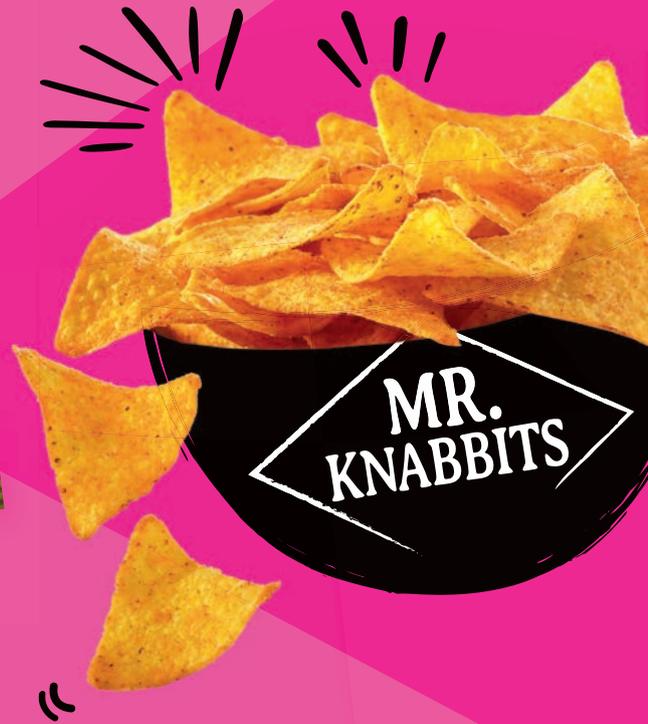
Der Dauerhit
im Snackregal!

Tortillachips sind Hauptabsatz-
treiber der Wachstumskategorie
Knabberartikel (+9,5% im Jahr 2024).*

In Tankstellen sind über 1/3
der verkauften Knabberartikel
Tortilla Chips.*



Wieder
ein Artikel
im neuen
Look



*Quelle: Nielsen Scanner – MAT Tankstelle Dez 2024

ARTIKEL
INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
647775		Mr. Knabbits Tortilla Chips mit Käsegeschmack	10/125 g Btl.

NEU



Lekkerland
the convenience company

SEIT JAHRZEHNEN
BELIEBT:
Buffalo steht seit
bald 25 Jahren
für erstklassige
Qualität zu
günstigen Preisen.

BUFFALO: GUTE QUALITÄT ZUM FAIREN PREIS

Wenn es um preiswerte Alternativen zu etablierten Marken geht, ist Buffalo bei Tabakwaren die erste Wahl für viele Konsument:innen. Die Eigenmarke von Lekkerland überzeugt mit Qualität, Vielfalt und fairen Preisen – gerade in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten ein echter Vorteil.

Gerade bei Tabakwaren suchen viele Kund:innen nach günstigeren Alternativen zu bekannten Marken – insbesondere in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten. Die Lekkerland Tabak-Eigenmarke Buffalo bietet genau das: attraktive Preise bei gleichbleibend hoher Qualität – und das über das gesamte Sortiment hinweg, von Zigaretten und Drehtabak über Stopftabak bis hin zu Zigarillos und passendem Zubehör. Ein Angebot, das bei Konsument:innen gut ankommt. „Trotz der momentanen konjunkturellen Lage kann sich Buffalo behaupten, da Verbraucher:innen qualitativ hochwertige Produkte mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis weiterhin schätzen“, erklärt Manuel Coumont, der in seiner Funktion als Senior Manager Buying & Category Management Eigenmarke bei Lekkerland mit seinem Team für die Weiterentwicklung der Marke Buffalo verantwortlich zeichnet. „Mehr noch: Neben den treuen Fans der Marke konnten wir sogar neue Kund:innen von den Qualitäten von Buffalo überzeugen und für die Marke gewinnen.“ Wer preis-



„Buffalo stellt eine qualitativ hochwertige und zugleich preisbewusste Alternative zu den großen und bekannten Markenartikeln dar.“

MANUEL COUMONT
Senior Manager Buying &
Category Management
Eigenmarke bei Lekkerland

bewusste Käufer:innen überzeugen will, trifft mit Buffalo also eine gute Wahl.

Seit 2003 eine feste Größe

Die Marke Buffalo wurde 2003 eingeführt und hat sich seither als zuverlässiger Anbieter für Tabakprodukte etabliert. Die gleichbleibend hohe Qualität basiert auf sorgfältig ausgewählten Tabaken und präziser Verarbeitung. Ob Zigaretten oder Feinschnitt: Im umfangreichen Buffalo-Sortiment findet jede:r das Passende. Von klassischen Zigaretten über Feinschnitt zum Drehen und Stopfen bis hin zu Eco-Zigarillos – Buffalo bietet preissensible Vielfalt ohne Kompromisse.

Drehtabak mit Bestseller-Potenzial

Ein echter Verkaufsschlager im Sortiment ist der Drehtabak, der in drei Sorten erhältlich ist. Buffalo Blue ist ein Halbzware Shag mit würzigem Aroma. Etwas kräftiger ist Buffalo Black, ein Zware Shag mit tiefen, intensiven Aromen. Buffalo Red, ein feinwürziger, mittelstarker American Blend, rundet das Trio ab. Dank der feinen Schnittqualität lassen sich alle drei



①

②

GEFRAGT

Ob Filterzigaretten, Feinschnitt oder Zigarillo: Kund:innen schätzen Buffalo für gute Qualität zu Top-Preisen.

- 1 Buffalo Gold OP, 10 x 20er St. (Art.-Nr. 644794; Stab. Art.-Nr. 8940)
- 2 Buffalo Red Maxi, 8 x 28er St. (Art.-Nr. 644798; Stab. Art.-Nr. 3861)
- 3 Buffalo Black, 10 x 40 g Pg. (Art.-Nr. 644805; Stab. Art.-Nr. 8071)
- 4 Buffalo Red, 10 x 40 g Pg. (Art.-Nr. 644807; Stab. Art.-Nr. 8072)
- 5 Buffalo Blue, 10 x 40 g Pg. (Art.-Nr. 644806; Stab. Art.-Nr. 8070)
- 6 Buffalo Filter Cigarillos Naturdeckblatt Buffalo Blue, 10 x 17er Pg. (Art.-Nr. 645354; Stab. Art.-Nr. 2820)

problemlos von Hand drehen. Weiterer Vorteil: der Preis. Während sich 30-Gramm-Pouches am Markt etabliert haben, bietet Buffalo 40 Gramm für 6 Euro. „Dies zahlt auf den Markenkern von Buffalo ein, eine qualitativ hochwertige und zugleich preisbewusste Alternative zu den großen und bekannten Markenartikeln darzustellen“, erklärt Manuel Coumont.

Rundum überzeugend: Volumentabak und Zigaretten

Auch im Bereich Stopftabak punktet Buffalo mit durchdachten Produkten. Die beiden American-Blend-Volumentabake, Buffalo Red und der etwas weniger intensive Buffalo Blue, punkten mit gleichbleibender Qualität und sorgen so für zufriedene Stammkund:innen. „Unsere Kund:innen aus dem Handel berichten von positiven Rückmeldungen, insbesondere über die einfache Verarbeitung beim Stopfen“, sagt Manuel Coumont. Der 75-Gramm-Beutel ist zudem sehr ergiebig: Je nach Stopfverhalten und Bauart der Filterhülsen lassen sich über 100 Zigaretten herstellen.

Auch die Filterzigaretten von Buffalo stehen für ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Die kräftigen Buffalo Red gibt es in Packungen mit 20, 23 oder 28 Stück, die milderen Buffalo Gold mit 20 oder 23 Stück. Noch günstiger sind die Eco-Zigarillos: 17 Stück kosten nur 2,60 Euro.

Zubehör in bewährter Buffalo-Qualität

Fans von Roll-your-own und Make-your-own bietet Buffalo zudem mehr als nur Tabak: Sie finden im Sortiment auch das passende Zubehör. Von Blättchen, Filtern und Hülsen – darunter auch Menthol- und extrasparsame Special-Size-Hülsen – über Zigarettenwickler und Stopfmaschinen bis hin zur praktischen Aufbewahrungsbox: Das Buffalo-Zubehör überzeugt mit Auswahl und attraktiven Preisen. Damit ist Buffalo nicht nur eine starke Marke für Endverbraucher:innen, sondern auch ein verlässlicher Partner für den Fachhandel. Ihnen als Shop-Betreiber:in bietet Buffalo vor allem eines: ein überzeugendes Angebot im preissensiblen Segment.



③

⑤

④



⑥

ERGIEBIG

Im Bereich Stopftabak punktet Buffalo mit zwei American-Blend-Volumentabaken, die besonders ergiebig sind.

- 7 Buffalo Volumentabak Blue, 1 x 75 g Ds. (Art.-Nr. 644803; Stab. Art.-Nr. 1209)
- 8 Buffalo Volumentabak Red, 1 x 75 g Ds. (Art.-Nr. 644804; Stab. Art.-Nr. 1215)



⑧



⑨

PRAKTISCH

Roll-your-own- und Make-your-own-Fans erhalten von Buffalo das passende Zubehör.

- 9 Buffalo Hülsen, 5 x 200er Pg. (Art.-Nr. 970574)
- 10 Buffalo Slim Filters, 20 x 120er Pg. (Art.-Nr. 996798)



⑩



Das vollständige Buffalo-Sortiment finden Sie jederzeit online bei Lekkerland24.



NACHHALTIGE SNACKS & GETRÄNKE

GRÜN UND GÜNSTIG IST IN

Nachhaltigkeit bleibt ein wichtiger Trend. Doch Kund:innen suchen heute Produkte, die SOWOHL VERANTWORTUNGSVOLL HERGESTELLT ALS AUCH BEZAHLBAR sind. Wer bei der Sortimentsgestaltung außerdem auf Regionalität, Saisonalität und umweltfreundliche Verpackungen achtet, trifft den Nerv der Zeit.

Fotos: Shutterstock, PR

CORNY

PROTEIN

JETZT ORDERN!

FÜR DEN EXTRA CRUNCH BEIM ABVERKAUF!



**30%
PROTEIN**

**NO
ADDED
SUGAR***

CORNY Protein Soft

- 637676 Chocolate Caramel 12 x 45 g
- 637675 Peanut Caramel 12 x 45 g
- 637677 Hazelnut Nougat 12 x 45 g
- 648310 Dark Choc Brownie 12 x 45 g
- 648309 White Choc Strawberry 12 x 45 g



CORNY Protein Crunchy

- 094866 Vanilla & White Choc 12 x 45 g
- 620609 Cookie 12 x 45 g

EISKALTER GENUSS



BEWUSST SNACKEN
Die trendigen Snacks von Nucao sind Bio-zertifiziert, vegan und fair gehandelt, die Riegel von Raw Bite sind Bio, vegan und glutenfrei. Ideal für alle, die sich selbst und der Umwelt etwas Gutes tun wollen.

- 1 Nucao Creamy Strawberry Organic, 12 x 33 g Rg. (Art.-Nr. 646583) •
- 2 Raw Bite Cashew glutenfrei Bio, 12 x 50 g Rg. (Art.-Nr. 638561)



Um welchen Trend geht es?

Ob vegane Bowls, Snacks mit Vollkorn oder Limonaden in Glas- statt in Plastikflaschen – nachhaltige Produkte sind längst keine Nische mehr. Allerdings: Der Trend hat sich gewandelt. Viele Verbraucher:innen achten zwar nach wie vor auf umweltfreundliche Ernährung, allerdings nicht mehr um jeden Preis. Statt wie noch vor einigen Jahren in der Hauptsache idealistisch geprägt, ist der Nachhaltigkeitsanspruch heute realistischer – gefragt sind Produkte, die verantwortungsvoll hergestellt wurden und trotzdem bezahlbar sind. Also Bio- und vegane Produkte mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Nachhaltigkeit bleibt also ein Thema – allerdings unter anderen Vorzeichen.

Parallel dazu gewinnen Aspekte wie Regionalität, Saisonalität oder wenig Verpackung an Bedeutung. Denn: Produkte, die aus der Nähe kommen, stehen für kurze und somit umweltfreundlichere Transportwege. Saisonalität wiederum wird besonders bei frischen Snacks, Obst oder küchenfertigen Produkten relevant. Kund:innen wissen: Wer saisonal anbietet, produziert nachhaltiger – weil weniger Lagerung, Kühlung und Import nötig ist. Auch wenig oder umweltfreundliche Verpackung ist für viele Konsument:innen ein sichtbares Signal für Nachhaltigkeit.



Starbucks® Chilled Coffee – jetzt bestellen.



Caffè Latte
Artikel-Nr.: 437136

Cappuccino
Artikel-Nr.: 603788

**Caramel
Macchiato Flavour**
Artikel-Nr.: 437143

No Added Sugar
Artikel-Nr.: 638646

Mein Sortiment

2. Was bedeutet das für Tankstellen, Kioske & Co.?

Für Shopbetreiber:innen bedeutet das: Wer auch künftig relevant bleiben will, sollte bei Snacks und Getränken nicht nur auf Geschmack und Preis achten, sondern auch auf Herkunft, Zutaten und Verpackung. Es muss selbstverständlich nicht das komplette Sortiment umgestellt werden – aber ein gut sicht-

bares Angebot an nachhaltigeren Alternativen signalisiert der Kundschaft, dass man mit der Zeit geht. Und es bedient gezielt jene Kund:innen, die unterwegs bewusst(er) einkaufen möchten. Wer hier mitzieht, trifft den Zeitgeist – und das Konsumverhalten einer wachsenden Zielgruppe.



①

PERFEKT PORTIONIERT

Das vegane Bananenbrot von Glowkitchen hilft mit seinem langen MHD und seiner perfekten Portionsgröße, Foodwaste zu reduzieren.

1 Bananenbrot Mini Choc Chip Bio, 12 x 70 g Pg. (Art.-Nr. 655523)

ENGAGIERT

Pro verkaufter Flasche zahlt Lemonaid fünf Cent in die unternehmenseigene Umweltstiftung ein.

2 MW Lemonaid Maracuja BIO, 20 x 0,33 l Fl. (Art.-Nr. 203183) •
3 MW Lemonaid Limette BIO, 20 x 0,33 l Fl. (Art.-Nr. 273530)

②

3. Welche Chancen bringt der Trend mit sich?

Zugegeben: Nachhaltigkeit ist nicht für jede:n das wichtigste Kriterium. Das war jedoch bei veganen Produkten auch nicht anders – und trotzdem sind sie heute fester Bestandteil vieler Regale. Wer frühzeitig auf die richtigen Produkte setzt, kann sich gezielt vom Wettbewerb abheben. Und: Nachhaltigkeit funktioniert besonders gut, wenn sie mit aktuellen Snacktrends kombiniert wird – zum Beispiel mit pflanzlichen Alternativen zu fleischhaltigen Snacks oder Getränken mit funktionalem Zusatznutzen, etwa mit natürlichem Koffein oder Vitaminen. Damit spricht man nicht nur „Überzeugungstäter:innen“ an, sondern auch eine junge, trendbewusste Zielgruppe, für die Food auch Lifestyle ist.

Fotos: Lekkerland, PR, Shutterstock

NEW MADE WITH **100%**
CHICKEN



648243



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

JETZT FÜR UNTERWEGS!



VORBILDLICH

Für jedes verkaufte Produkt finanziert das Start-up share rund um den Globus ein ähnliches Produkt für bedürftige Menschen. Wer ein Getränk von share kauft, sorgt also quasi dafür, dass jemand anderes keinen Durst leidet.

4 DPG share MiWa still, 18 x 0,5 l Fl. (Art.-Nr. 602227) • 5 DPG share Bio Fruit Infusion Zitronen Minze, 18 x 0,5 l Fl. (Art.-Nr. 631436)

4.

Welche Produkte hat Lekkerland dazu im Sortiment?

Ob für den schnellen Snack zwischendurch oder für das To-go-Angebot am Abend: Lekkerland bietet ein wachsendes Sortiment an Produkten, die Nachhaltigkeit, Genuss und Alltagstauglichkeit miteinander vereinen. Dazu gehören: Snacks mit pflanzlichen Zutaten - von veganen Riegeln über herzhafte Alternativen zu Wurst und Käse bis zu Bowls oder Salaten. Auch Wasser und Erfrischungsgetränke - etwa in Glasflaschen oder mit natürlichen Aromen ohne künstliche Zusätze - zahlen auf den Nachhaltigkeitstrend ein. Genau wie Produkte mit Bio-Zertifizierung für Kund:innen, die bewusst auf Siegel achten. Gut zu wissen: All diese Artikel lassen sich problemlos in bestehende Warengruppen integrieren - ganz ohne großen Aufwand.



Sie möchten wissen, welche nachhaltigen Produkte am besten in Ihr Shop-Sortiment passen würden? Ihr:e gewohnte:r Lekkerland Ansprechpartner:in berät Sie gern!

MIT PORTIONSPACKUNGEN

IMMER AUF DER SICHEREN SEITE

✓ HYGIENISCH ✓ PRAKTISCH ✓ KALKULATIONSSICHER



Ferrero nutella
120 Portionen à 15 g
Art.-Nr.: 536432

- ✓ GLUTENFREI
- ✓ KOSCHER



HELLMA Honig-Sticks
100 Portionen à 8 g
Art.-Nr.: 688202

- ✓ LAKTOSEFREI
- ✓ GLUTENFREI



HELLMA Karamellgebäck
120 Portionen à 15 g
Art.-Nr.: 586463

- ✓ LAKTOSEFREI
- ✓ VEGAN



HELLMA Zitronensaft-Sticks
6 x 100 à 4 ml
Art.-Nr.: 359244

- ✓ LAKTOSEFREI
- ✓ GLUTENFREI
- ✓ VEGAN



natreen Classic - Süßstoff Tabs
6 x 500 x 2 Tabs
Art.-Nr.: 025654



HELLMA Salz Sticks
750 Portionen à 1,0 g
Art.-Nr.: 617291



HELLMA Pfeffer Sticks
750 Portionen à 0,2 g
Art.-Nr.: 617293



Tipps und Tricks
der Lekkerland Profis



Keine Abgabe an Jugendliche
Das bedeutet
Jugendschutz
für deinen Shop

Starke Newcomer



Starbark
Der Energy Shot für
süßsüßes

Tipps und Tricks der
Lekkerland Profis



Das musst du beachten
Platzangebot im
Freizeit

Tipps und Tricks
der Lekkerland Profis



„Eigenmarken
werden auch 2024 stark
nachgefragt werden.“

Must-Haves
für deinen Shop



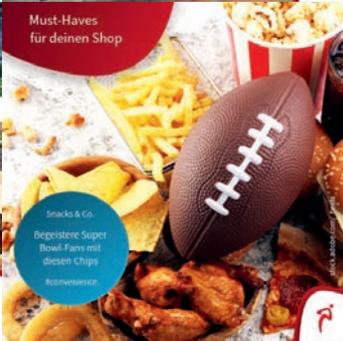
Ratgeber
Kannst du die
Winterpflichten für
Shopbetreiber innern?

Heute ist
Tag des Koffeins



Muttermacher
Vor über 200 Jahren
wurde das Koffein entdeckt

Must-Haves
für deinen Shop



Snacks & Co.
Beibestere Super
Bowl-Fans mit
diesem Chip

Must-Haves
für deinen Shop



GONROY
Neue Sorten des
beliebten
Energy-Drinks

Must-Haves
für deinen Shop



Es muss nicht immer
Mutter sein
Das sind die
beliebtesten
Eigenmarken-Produkte

Must-Haves
für deinen Shop



170 Prepaid Produkte
Prepaid
kann mehr als nur
Telefonkarten

Starke Newcomer



Leckergeschmack
Infusiert Wasser
aus natürlichen
Zutaten

Must-Haves
für deinen Shop



Veganuary
Das sind die
beliebtesten veganen
Snacks

Must-Haves
für deinen Shop



Einfach Mehrwert
Rückgabe an vielen
Tankstellen, rabattiert
und mehr

Must-Haves
für deinen Shop

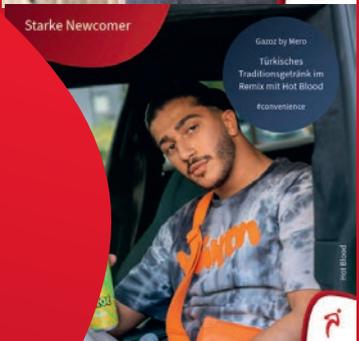


SOCIAL MEDIA

Sie sind gern auf Facebook unterwegs?

Dann schauen Sie doch mal bei uns vorbei! Auch Lekkerland ist bei Facebook vertreten: [Facebook.com/LekkerlandDeutschland](https://www.facebook.com/LekkerlandDeutschland) Unter den Rubriken „Must-Haves für deinen Shop“ und „Starke Newcomer“ posten wir regelmäßig über ausgesuchte Produktneuheiten, unsere Eigenmarken und Highlights des Monats sowie zu Themen rund um den Shopalltag. In der Rubrik „Tipps und Tricks“ kommen außerdem unsere Lekkerland Profis regelmäßig zu Wort und geben wertvolle Hinweise, wie Sie Ihren Shop noch erfolgreicher aufstellen können. Wir freuen uns auf Sie und Ihre Kommentare und Likes.

Starke Newcomer



Gasoz by Metro
Türkisches
Traditionsgetränk im
Remix mit Hot Blood

Must-Haves
für deinen Shop



M Candy
Kaugummi White Mint

Must-Haves
für deinen Shop



Wie wäre es mit Tee?
Tee to Go erfreut sich
wachsender Beliebtheit

Starke Newcomer



M Candy
Fruchtgummi
mit Benefits

Must-Haves
für deinen Shop



Ratgeber
Vegane und
vegetarische Produkte
erfolgreich verkaufen

Starke Newcomer



Vitalgummi
Kaugummis folgen
auf Vitamin Water
und Tee

Must-Haves
für deinen Shop



Tipps und Tricks
der Lekkerland Profis



Versteck Langfinger
So schützt du
deinen Shop vor
Einbrechern



GUT FÜR MEHR SORTIMENTSVIELFALT: EDLES EINZELN BESTELLEN

Mit den einzeln bestellbaren Weinen und Spirituosen aus dem Premiumkatalog von Lekkerland können Sie Ihren Kund:innen eine große Vielfalt an ausgewählten alkoholischen Spezialitäten bieten – ohne mehr Kapital als nötig zu binden. Wie das geht, lesen Sie ab Seite 52.

77

QUADRATMETER

beträgt die Verkaufsfläche des bisher größten Shops von Lekkerland – im Ankunftsbereich von Terminal 1 des Flughafens Frankfurt.

9

LEKKERLAND SMART STORES

nutzen künstliche
Intelligenz (KI).

AN
23

STANDORTEN

Standorten sind Smart Stores
von Lekkerland inzwischen
zu finden.

DIGITALISIERUNG AM POINT OF SALE

Die Zukunft ist smart

Smart Stores boomen: Deutschlandweit gibt es inzwischen mehrere Hunderte Smart Stores.* Konsument:innen lieben es, sich ganz einfach und schnell zu versorgen. Auch das Netz der Smart Stores von Lekkerland wächst kontinuierlich. Wir haben dazu ein paar Zahlen zusammengestellt.

AN
6

UNTERSCHIEDLICHEN STANDORT-ARTEN

sind die Smart Stores von Lekkerland bisher angesiedelt: Bahnhof (1), Flughafen (1), Krankenhaus (8), Ladepark (5), Universität (1) und Büro-Gebäude (7).



Neuartige Produkte wie Tabakerhitzer oder E-Zigaretten führen zu einer höheren Marge als klassische Tabakwaren.

GEBALLTE KOMPETENZ FÜR DIE UMSATZBRINGER

Tabak- und Nikotinartikel sind VERLÄSSLICHE UMSATZBRINGER für viele Shops. Doch die Nachfrage Ihrer Kund:innen verändert sich. Was das für Ihr Sortiment bedeutet, wissen unsere Expert:innen der Category Tobacco.



„Nur mit kompetenter Beratung und passenden Produkten kann die Transformation erfolgreich sein.“

BETTINA LÖBBERT,
Head of Category Management Tobacco,
Lekkerland SE

und das gesamte Category Management Tobacco von Lekkerland Informationen zu neuen und bekannten E-Zigaretten oder zu Shisha-Tabak, zu Zigaretten und Drehtabak oder zu Cannabis- und Tabakzubehör. „Wir bündeln die Informationen, damit Lekkerland es Shop-Betreiber:innen ermöglicht, sich einen Überblick zu verschaffen, und um ihnen die passenden Sortimente empfehlen zu können“, sagt die Leiterin des Category Managements Tobacco.

Vielältig und komplex

Auch nach langen Jahren in dem Produktbereich ist Bettina Löbber noch fasziniert davon, wie vielfältig und komplex das Geschäft mit Nikotin- und Tabakwaren ist. Shopbetreiber:innen, die solche Produkte

Um stets auf dem Laufenden zu sein, verbringt Bettina Löbber den Großteil ihres Arbeitstags mit Gesprächen. Ob vor Ort in Unternehmenszentralen, auf Messen oder anderen Branchenveranstaltungen sowie bei Telefonaten und Videocalls – als Head of Category Tobacco bei Lekkerland spricht sie sowohl mit den Zentralen größerer Shop-Ketten als auch mit dem Lekkerland Vertrieb sowie mit den Herstellern von Tabak- und Nikotinprodukten. „Wir vom Category Management sind der Ansprechpartner für Key Accounter und Außendienstler aus unserem Vertrieb, wenn ihre Kund:innen Fragen und Wünsche zu unserer Category haben – und auch die erste Anlaufstelle für die Industrie, wenn diese über Lekkerland ihre Produkte vertreiben möchte“, erklärt Bettina Löbber. Bei den Gesprächen sammeln sie

VIELFÄLTIG

Weil Hersteller von Tabakwaren heute ein sehr breites Spektrum an Produktgruppen und -varianten anbieten, ist kompetente Beratung für Shops das A und O.

anbieten, wissen zudem: Das Geschäft damit lohnt sich. Zwar sinkt in Deutschland seit einigen Jahren der Absatz mit klassischen Tabakwaren wie Zigaretten. Die Verkaufspreise aber sind seither gestiegen. Daher werden diese Artikel auch in den kommenden Jahren weiter verlässlich für Umsatz sorgen. Und weil die Hersteller inzwischen ein sehr breites Spektrum an unterschiedlichen Produktgruppen und -varianten anbieten, ist für Shops eine kompetente Beratung das A und O.

Bei Lekkerland ist dafür unter anderen auch Christian Kurth zuständig. Der Manager Category Tobacco forstet daher unter anderem Markt- und Trendanalysen durch. „Wir behalten genau im Auge, was es Neues auf dem



„Wir behalten genau im Auge, was es Neues auf dem Markt gibt und wohin sich die Nachfrage entwickelt.“

CHRISTIAN KURTH
Manager Category Tobacco,
Lekkerland SE

Tabakgeschäft im Wandel Steigender Absatz von Alternativen

Das Geschäft mit Tabak- und Nikotinartikeln durchläuft derzeit einen grundlegenden Wandel. Die Gründe dafür sind vielfältig: Auf der einen Seite nehmen Regulierungen durch die Bundesregierung und die EU zu, und darüber hinaus haben sich das Gesundheitsbewusstsein und das Image des Rauchens verändert. Beides führt dazu, dass der Absatz an klassischen Tabakprodukten sinkt. Auf der anderen Seite wächst das Geschäft mit sogenannten Next Generation Products wie E-Zigaretten oder Tabakerhitzern. Mit diesen rauchfreien Alternativen lässt sich potenziell risikoreduziert Nikotin konsumieren.

Barebells



**HOHER PROTEINGEHALT.
KEIN ZUCKERZUSATZ.**

So unterstützt Sie Lekkerland!

Orientierung in der Vielfalt

Heat-not-burn-Systeme, Vapes, Einweg- und Mehrweg-E-Zigaretten – das Angebot an neuen Tabakprodukten ist vielfältig. Daher kommt es ganz besonders auf den richtigen Produktmix im Shop-Regal an. Wir von Lekkerland beschäftigen uns schon seit mehr als zehn Jahren mit E-Zigaretten & Co. und unterstützen Sie beim Wandel hin zu den neuen Produkten. Wir bieten Ihnen ein vielfältiges und stets zeitgemäßes Sortiment. Besonders wichtig ist uns dabei immer der Jugendschutz.



Markt gibt undwohin sich die Nachfrage entwickelt“, sagt Christian Kurth. Sein Spezialgebiet sind E-Zigaretten, mit denen er sich bereits seit 2011 beschäftigt. Für diese und weitere Produktbereiche erstellt er Rankings von Artikeln, Marken und Aromen – und entwickelt Empfehlungen, wie und wo sie im Shop platziert sein sollten. Zugleich bündelt Christian Kurth auch Anfragen von Shops nach neuen Produkten, die über den Außendienst bei ihm landen. Dafür stimmt er sich mit dem Lekkerland Einkauf ab, der neue Produkte von Herstellern bezieht.

Ausschau nach neuen Produkten

Hier sitzt unter anderen Daniel Ravenstein, der bei Lekkerland einer von drei Buyern Category Tobacco ist. Jede:r von ihnen hat spezielle Warenbereiche – etwa die großen Zigarettenmarken oder aber Zigarren, Zigarillos und Selbstdrehtabak. Daniel Ravenstein ist für E-Zigaretten, Vapes, Heat-not-burn-Produkte und Shisha-Tabak sowie Cannabis-Zubehör zuständig. „Wir führen mit den Herstellern Einkaufsgespräche und Preisverhandlungen“, sagt der Buyer Category Tobacco. „Dabei halten wir immer auch Ausschau nach neuen Produkten, die für Shops interessant sein könnten.“ Zugleich beraten die erfahrenen Einkäufer:in-

nen von Lekkerland auf Wunsch auch Lieferanten beziehungsweise Hersteller dazu, welche Erfolgchancen sie bei neuen Artikeln sehen. „Wir schauen uns neue Produkte immer erst genau an, bevor wir sie ins Sortiment aufnehmen“, sagt Daniel Ravenstein. Manchmal landen daher auch Pakete mit neuen Produkten in seinem Büro.

Für sein Spezialgebiet E-Zigaretten, Vapes und

Heat-not-burn-Produkte braucht Daniel Ravenstein auch einiges technisches Fachwissen. Das Angebot wird immer vielfältiger, denn das Tabakwaren-Geschäft steckt mitten in einem Wandel hin zu solchen sogenannten Next Generation Products. Mit ihnen können Shops das rückläufige Geschäft mit klassischen Tabakwaren kompensieren – und das bei einer deutlich höheren Marge. „Dazu brauchen Shop-Betreiber:innen kompetente Beratung und passende Produkte“, sagt Category-Leiterin Bettina Löbbert. „Nur so kann die Transformation erfolgreich sein.“



„Neue Produkte
schauen wir uns immer
erst genau an, bevor
wir sie ins Sortiment
aufnehmen.“

DANIEL RAVENSTEIN,
Buyer Category Tobacco,
Lekkerland SE

Drei von vielen

Bettina Löbbert, Christian Kurth und Daniel Ravenstein sind Teil eines großen Teams von Sortiments-Expert:innen bei Lekkerland – im Bereich Tabak und in anderen Segmenten.

Als Einkäufer:in, Category Manager:in und in vielen anderen Funktionen kümmern sich dort Kolleginnen und Kollegen darum, dass Lekkerland Ihnen stets aktuelle Trendartikel und Bestseller anbieten kann.

Lekkerland Marketing-Portal



Jetzt im Kundenportal verfügbar!

Erstellen Sie individuelle POS-Werbemittel für Ihren Shop

Kostenlos für Sie als Lekkerland Kunde:

- ✓ Printplakate in verschiedenen Formaten*
- ✓ Digitale Werbemittel für Social Media und Digital Signage
- ✓ Große Auswahl an verschiedenen Layouts
- ✓ Eigene Preisgestaltung
- ✓ Passende Kundenansprache
- ✓ Top-Artikelbildmaterial
- ✓ Saisonale Motive

*Marktübliche Kosten für den Druck fallen an



FREUNDLICH
Ein Lächeln zusammen mit einer aktiven Ansprache - und schon könnte die Kundschaft mehr als geplant kaufen.

KUNDENWAHRNEHMUNG NUR GUT AUSSEHEN REICHT NICHT

Ihr Geschäft profitiert enorm davon, WENN KUNDINNEN UND KUNDEN IHREN SHOP POSITIV WAHRNEHMEN. Denn dann kaufen sie gern bei Ihnen ein - und kommen danach auch wieder.

Schon auf den ersten Blick überzeugt der Shop potenzielle Kund:innen mit einem sauberen Außenbereich und einer ansprechenden Fensterfront.

Dazu kommt eine saubere, einladende Terrasse mit einigen gepflegten Kübelpflanzen zur Dekoration. Auch im Inneren wirkt alles aufgeräumt und übersichtlich. Und schon kurz nachdem sich die Tür geschlossen hat, strahlt von der Kasse ein Lächeln herüber - man fühlt sich sofort willkommen.

„Viele Shop-Betreiber:innen unterschätzen, wie wichtig es für das Geschäft ist, wie die Kundschaft einen Shop wahrnimmt“, sagt Susanne Witzmann von der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie. Damit ein Shop bei Konsument:innen gut ankommt, sollte



„Von der Außengestaltung über das Auftreten bis zur Kommunikation - das Gesamtpaket muss stimmen.“

SEBASTIAN FRIEDRICH
Manager Culnaria Team National,
Lekkerland Convenience Foodservice Akademie

er selbstverständlich innen und außen sauber, ordentlich und einladend wirken. Aber die Kundenwahrnehmung wird noch von weiteren Faktoren bestimmt. „Es reicht nicht aus, wenn ein Shop nur gut aussieht - auch der Inhalt muss überzeugen“, sagt Sebastian Friedrich, Manager Culnaria Team National an der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie.

Damit ist nicht nur das Sortiment gemeint, das natürlich optimal auf die Bedürfnisse der Kundschaft ausgerichtet sein sollte. Sondern auch, wie die Kundschaft den Besuch in Ihrem Shop erlebt. Die gesammelten Eindrücke von Shop, Team und Sortiment bilden zusammen mit Gefühlen und Erfahrungen während des Einkaufs die Kundenwahrnehmung - und diese ist essenziell dafür, dass Kund:innen gern bei Ihnen einkaufen und danach auch immer wiederkommen.

Positive Grundstimmung

Die Kundenwahrnehmung wird bereits dadurch geprägt, wie Sie und Ihr Team miteinander umgehen. Denn ein gutes Arbeitsklima und ein freundlicher Umgangston unter allen Mitarbeitenden sorgen für eine positive Ausstrahlung und Grundstimmung. Das spüren Kund:innen, sobald sie den Shop betreten.

Auch eine freundliche, offene Kommunikation mit der Kundschaft vermittelt eine positive Wahrnehmung Ihres Shops. So sollten Mitarbeitende aufmerksam sein und neuen Kund:innen anzeigen, dass sie diese bemerkt



Mehr Umsatz durch aktives Verkaufen

Wie gelingt eine freundliche Kundenansprache, ohne aufdringlich zu sein? Wie machen Sie Kund:innen auf Sortiment und Angebote aufmerksam und bieten sinnvolle Produkte an? Lernen Sie, wie Sie durch guten Service und mit Sympathie ihre Umsätze steigern – beim Top-Seminar „Service und Kommunikation – Umsätze steigern durch aktives Verkaufen und Zusatzverkäufe“ an der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie. Bei Interesse wenden Sie sich an Ihre:n gewohnte:n Ansprechpartner:in bei Lekkerland. Mit dem untenstehenden QR-Code gelangen Sie direkt zu Informationen über das Seminar.



haben und schnellstmöglich bedienen werden. Wer sogar mit Namen begrüßt wird, fühlt sich schon bald als Teil Ihrer Stammkundschaft. Zudem wirkt es Wunder, wenn sich Teammitglieder die Vorlieben und Besonderheiten von Kund:innen merken, sodass sie beim nächsten Besuch von sich aus individuell darauf eingehen können. Die Kundschaft wird sich dann besonders wertgeschätzt und willkommen geheißen fühlen.

Falls die momentane Tätigkeit schwer zu unterbrechen ist, wenn jemand am Tresen oder an der Kasse wartet, beispielsweise weil gerade Backwaren belegt werden, helfen Blickkontakt und ein freundliches: „Einen kleinen Augenblick bitte, ich bin gleich für Sie da.“ Ein Lächeln zusammen mit einer aktiven und positiven Ansprache der Kundinnen und Kunden können diese anschließend dazu motivieren, mehr als geplant zu kaufen (siehe Kasten links).

Vertrauen aufbauen

Die Kundenwahrnehmung wird zudem dadurch bestimmt, wie Ihr Team optisch auftritt. Um Vertrauen aufzubauen, hilft Kleidung, die sauber, intakt und idealerweise gebügelt ist – und noch besser in einem einheitlichen Look für des gesamte Shop-Team daherkommt. So wie beispielsweise die passende Berufskleidung, die jene Shops bestellen können, die das beliebte Foodservice-Konzept Fresh + Tasty von Lekkerland nutzen.

„Solche Berufskleidung zeigt: Hier wird ordentlich gearbeitet“, sagt Susanne Witzmann



„Viele unterschätzen, wie wichtig die Wahrnehmung durch die Kundschaft für das Shop-Geschäft ist.“

SUSANNE WITZMANN
 Managerin Foodservice Akademie
 & Training,
 Lekkerland Convenience
 Foodservice Akademie

von der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie. Die Profibekleidung signalisiert Kompetenz und Professionalität. Sie gibt Kund:innen das Gefühl, in guten Händen zu sein. Und sie beweist Wertschätzung – von der Shop-Betreiberin beziehungsweise vom Shop-Betreiber gegenüber dem eigenen Team ebenso wie vom Team gegenüber der Kundschaft. Durch einheitliche Kleidung wirkt der Shop außerdem transparent und strukturiert. Denn wenn Mitarbeitende durch ihre Kleidung einfach zu identifizieren sind, wissen Kund:innen beim Betreten Ihres Shops sofort, wen sie für ihre Wünsche ansprechen können.

Das Gesamtpaket muss stimmen

„Von Außengestaltung und Inneneinrichtung über Auftreten und Kleidung bis zur Kommunikation – das Gesamtpaket muss stimmen“, fasst Lekkerland Experte Sebastian Friedrich zusammen. Wer hier alles richtig macht, steigert die Kundenbindung. Denn wenn die Wahrnehmung Ihres Shops positiv war, kommen die Kund:innen gern wieder, um das Erlebnis zu wiederholen.

Und mehr noch: Zufriedene Kund:innen erzählen anderen Menschen davon, wie angenehm der Einkauf bei Ihnen war. So sichert die Kundenwahrnehmung eine hohe Frequenz – und sorgt damit für mehr Absatz und Umsatz.



In der kommenden Ausgabe von Mein Shop erfahren Sie, wie Sie durch aktives Verkaufen Kundenbindung schaffen, um so Mehrumsatz zu erzielen.

DIE MONATSAKTION VON LEKKERLAND:

MEHR VIELFALT MIT WENIG AUFWAND

Frische Ideen für Ihre Foodservice Theke: Mit der LEKKERLAND MONATSAKTION bringen Tankstellen-Shop-Betreiber:innen regelmäßig neue Topseller ins Regal – schnell, einfach und wirksam.

Wer seine Kundschaft immer mal wieder mit frischen Ideen und abwechslungsreichen Produkten begeistern und so für neue Impulse am Point of Sale sowie für mehr Umsatz sorgen möchte, für den ist die Monatsaktion von Lekkerland genau das Richtige: Sie bietet Shop-Betreiber:innen die Möglichkeit, saisonal passende Klassiker und Trendprodukte vollkommen unkompliziert in ihre Foodservice Theke zu integrieren.

Wechselnde Snacks, wenig Aufwand

Ein herzhafter Snack für die Mittagspause oder ein süßes oder herzhaftes Teilchen für zwischendurch: Mit der Monatsaktion bringen Sie jeden Monat mit zwei neuen Snacks Abwechslung in Ihre Foodservice Theke – mit je einem herzhaften Aktionssnack und einer süßen oder herzhaften Backware als Zweitplatzierung –, beide immer perfekt abgestimmt auf die jeweilige Saison und aktuelle Verbrauchstrends. Besonders praktisch: Alle für die Aktionsnacks benötigten Zutaten erhalten Sie jeweils automatisch zu Aktionsbeginn – passende Werbemittel inklusive. Die Umsetzung gelingt also ohne zusätzlichen Aufwand. Sie können direkt loslegen.

Attraktive Präsentation

Die herzhaften Aktionsnacks können Sie auf „Genusspaletten“ in attraktiver Holzpaletten-Optik in Ihrer Foodservice Theke präsentieren. Für eine besonders ansprechende Präsentation der süßen Backwaren stehen Ihnen auf Wunsch Aktionsstände mit einem dekorativen Weidenkorb oder einer hübschen Holzkiste zur Verfügung. Beides aufmerksamkeitsstarke Garantien für zusätzliche Sichtbarkeit und Impulskäufe.

Gute Marge, begeisterte Kund:innen

Die Rezepturen der Aktionsprodukte sind so kalkuliert, dass sie bei den empfohlenen Verkaufspreisen für eine attraktive Marge sorgen – und für ein Preis-Leistungs-Verhältnis, das Ihre Kund:innen überzeugt. Für eine zusätzliche Erhöhung der Kaufbereitschaft Ihrer Kund:innen sorgen attraktive „2 für X“-Angebote, für die Sie selbstverständlich auch die passenden Werbemittel erhalten.

Newsletter und Werbemittel zum Download

Praktisch: Eine Woche vor Start jeder neuen Aktion informiert Sie ein Newsletter über alle wichtigen Details – inklusive aktueller Branchentrends. Über einen integrierten Download-Button gelangen Sie direkt zu den Werbemitteln und Rezepturanleitungen. Ob Plakate, Screens, Preisschilder oder Anleitungskarten mit QR-Codes zu den Rezeptvideos – alles steht Ihnen dort online kostenlos zur Verfügung und erleichtert Ihnen die professionelle Umsetzung am Point of Sale.

Vielfalt, die verbindet

Die Monatsaktion von Lekkerland macht es Ihnen leicht, regelmäßig für Abwechslung im Sortiment zu sorgen und Konsument:innen immer wieder neu zu begeistern. Das stärkt die Kundenbindung und bringt messbare Ergebnisse an der Kasse. Dafür, dass die Monatsaktionen gut ankommen, sprechen die steigenden Teilnahmezahlen: Immer mehr Shop-Betreiber:innen setzen auf die clevere Promotion-Aktion.



Sie interessieren sich für die Lekkerland Monatsaktion? Ihre Lekkerland Ansprechpartner:in informiert Sie gerne.



„Unsere Monatsaktionen bieten abwechslungsreiche Angebote, die Umsatzchancen generieren und Kund:innen begeistern.“

MELANIE KUNDT
Consultant Category Management Foodservice, Lekkerland SE



**Snack
des Monats**

**FÜR IHRE
FOODSERVICE-THEKE**

**Herzhaftes für den
großen Hunger**

Sie bekommen von uns für die 4-Wochen-Aktionssnacks zum Start:

- 1 x Pfeilaufkleber für Ihre Vitrine
- 1 x A4-Plexiglasaufsteller für Plakate
- 1 x Etikettenaufsteller für Produktetiketten
- 1 x Genusspalette (L x B x H) 20 x 12 x 3 cm

Zu jeder Aktion erhalten Sie:

- 1 x A4-Plakat ohne Preis,
- 1 x A4-Plakat „2 für X“-Preisfeld
- 1x A4-Plakat UVP Preis
- 1 x A5-Rezeptur inkl. Zutatenliste + QR Code zum Rezepturvideo
- 1 x Produktetikett mit Preisfeld
- 1 x Produktetikett „2 für X“-Preisfeld
- Automatische Warenteilung vor Aktionsbeginn (eine Liefereinheit je Zutat)
- Screens in verschiedenen Formaten



**FÜR DIE
ZWEITPLATZIERUNG**

**Backwaren
zum Aktionspreis**

Für die Zweitplatzierung bekommen Sie von uns einmalig zum Start:

- 1 x LE Sichtfensterfaltenbeutel (danach wird quartalsweise automatisch zugeteilt)
- 1 x Genusspalette

Einen Etikettenbogen mit allen Etiketten für das komplette Jahr können Sie unter LL24 downloaden.

Zu jeder Aktion erhalten Sie:

- 1 x A4-Plakat mit Preisfeld
- 1 x A4-Plakat mit UVP Preis
- Etikettenbögen mit Inhaltsstoffen zum Aufkleben auf die Sichtfensterfaltenbeutel
- Automatische Warenteilung vor Aktionsbeginn (eine Liefereinheit je Zutat)
- Screens in verschiedenen Formaten

Der Weidenkorb (Höhe: 160 cm) und/oder die Holzkrone (Höhe: 145 cm) können auf Wunsch separat erworben werden.

Sie finden das Bestellblatt zum Download auf Lekkerland24.de.

MÜNSTERLAND

DAS BESTE

AUS GUTER MILCH

Mehr als 130 Jahre erfrischen Milchgetränke aus Rosendahl-Osterwick schon ganz Deutschland: Hier produziert Münsterland SEINE KÖSTLICHEN CLASSICO-MILCHGETRÄNKE - seit mehr als fünf Jahrzehnten auch für Lekkerland.

Wer über die Landesstraße 555 in das nordrhein-westfälische Örtchen Rosendahl-Osterwick fährt, sieht das Graffito sofort: Auf der linken Seite prangt auf einer Lagerhalle der riesige Schriftzug „Münsterland“ inmitten des Abbilds einer saftig grünen Landschaft. Zwar liegt Rosendahl-Osterwick tatsächlich im Münsterland – doch das Bild bezieht sich nicht auf die Region, sondern auf das Unternehmen, das hier seinen Stammsitz hat: den milchverarbeitenden Betrieb Münsterland J. Lülff GmbH, besser bekannt einfach als „Münsterland“.

Seit mehr als 130 Jahren verarbeitet das Unternehmen Milch von umliegenden Molkereien aus der Region. Heute produziert Münsterland unter seiner Classico-Linie diverse Milchmischgetränke. „Wir sind auch als ‚Kakao der Tankstelle‘ bekannt“, sagt Andreas Schill, Vertriebsleiter Deutschland, Österreich und Schweiz bei Münsterland. Schließlich gönnen sich Konsument:innen gern unterwegs ein Münsterland-Getränk, das sie an Tankstellen, Kiosken & Co. gekauft haben.

Milch für das Ruhrgebiet

Die Geschichte der Firma Münsterland beginnt im Jahr 1889, als der Landwirt und Müller Josef Lülff in Rosendahl-Osterwick einen Milchlieferanten gründet. Er lieferte ins gesamte Ruhrgebiet, wo die Nachfrage durch die Bergbaubetriebe hoch war. Bald darauf begann das Unternehmen, Milch auch zu Milchmischgetränken weiterzuverarbeiten. In den 1950er-Jahren kamen haltbare Milchprodukte in Glasverpackungen dazu, kurz danach belieferte man auch den Convenience-Markt.



SAFTIG GRÜN

Schon von der Straße aus lässt sich erkennen, welches Unternehmen hier seinen Sitz hat – und auch wie saftig grün die gleichnamige Region ist.



Heute produzieren bei Münsterland 80 Mitarbeiter:innen Milchmischgetränke in mehreren unterschiedlichen Geschmacksrichtungen. Alle schmecken am besten direkt aus dem Kühlregal – und sind „das Beste aus guter Milch“, wie das Unternehmen selbst es zusammenfasst.

Langjährige Partnerschaft

Dass die Produkte aus Rosendahl-Osterwick heute deutschlandweit verfügbar sind, ist auch der langjährigen Partnerschaft mit Lekkerland zu verdanken. Die beiden Unternehmen kooperieren bereits seit 1973. „Die Zusammenarbeit mit Lekkerland war vom





KLASSIKER
Die Classico-Milchmischgetränke von Münsterland in 0,5-Liter-Glasflaschen garantieren ausgiebigen Genuss - am besten gut gekühlt.

- 3 Münsterland Classico Kakao-Drink, 12 x 500 ml Fl. (Art.-Nr. 442104) •
- 4 Münsterland Banana Milch-Drink, 12 x 500 ml Fl. (Art.-Nr. 442008) •
- 5 Münsterland Classico Vanille-Drink, 12 x 500 ml Fl. (Art.-Nr. 441907) •
- 6 Münsterland Erdbeer Milch-Drink, 12 x 500 ml Fl. (Art.-Nr. 562489)



„Wir und Lekkerland sind seit mehr als 50 Jahren zusammen gewachsen.“

ANDREAS SCHILL
Vertriebsleiter DACH,
Münsterland J. Lulf GmbH

FÜR UNTERWEGS

Die leckeren Milchmischgetränke von Münsterland gibt es auch in Pfand-Aludosen, leicht und unzerbrechlich - und damit ideal für unterwegs.

- 1 DPG Münsterland Classico Kakao-Drink, 12 x 250 ml Ds. (Art.-Nr. 636523) •
- 2 DPG Münsterland Classico Erdbeer-Drink, 12 x 250 ml Ds. (Art.-Nr. 633382)

ersten Tag an partnerschaftlich und zielorientiert, wir sind seit mehr als 50 Jahren zusammen gewachsen“, berichtet Vertriebsleiter Schill. Dazu gehört auch, dass Münsterland seit 2025 ein Top-Partner der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie ist.

Das Verpackungskonzept von Münsterland ist ideal für Convenience-Shops, Tankstellen oder Kioske. Denn neben den beliebten 0,5-Liter-Glasflaschen füllt Münsterland auch in

Pfand-Aludosen ab. „Alu ist nicht nur im Hinblick auf Nachhaltigkeit sehr interessant, weil das Material quasi ohne Verlust immer wieder recycelt werden kann“, erklärt Vertriebsleiter Schill. Es sei auch für den To-go-Konsum ideal. Denn die Pfand-Dosen sind sehr leicht und können unterwegs nicht zerbrechen. Damit können sich Konsument:innen ganz einfach jederzeit einen köstlichen Kakao gönnen - von Münsterland aus dem Münsterland.

PREMIUMSPIRITUOSEN UND -WEINE: FLASCHENWEISE BESTELLBAR

Ein hochwertiger Rum, ein kräftiger Rotwein, ein edler Crémant: Mit DEN WEINEN UND SPIRITUOSEN AUS DEM PREMIUMKATALOG von Lekkerland können Sie Ihren Kund:innen eine große Vielfalt an ausgewählten alkoholischen Spezialitäten bieten. Und da sie allesamt als Einzelstückartikel bestellbar sind, müssen Sie dafür nicht mehr Kapital als nötig binden.



So manche Kund:innen gönnen sich hin und wieder gern eine hochwertige Spirituose, einen edlen Wein oder Schaumwein. Derart erlesene Alkoholika finden sich im Premiumspirituosen-Katalog von Lekkerland, darunter hochwertige Gin-, Whisk(e)y- und Rum-Spezialitäten, aber auch exquisite Obstbrände und Liköre, Cognacs, Weine und Schaumweine. „Insgesamt können Shop-Betreiber:innen mittlerweile fast 300 unterschiedliche Premiumspirituosen und -weine bei Lekkerland bestellen“, sagt Simone Marascia, Einkäuferin Spirituosen sowie Sekt und Champagner bei Lekkerland. „Und weil man solch erlesene Tropfen natürlich nicht gleich kartonweise auf Lager haben möchte, bieten wir Shop-Betreiber:innen die Möglichkeit, alle Weine und Spirituosen aus dem Premiumkatalog auch als Einzelstücke zu bestellen.“

Die Einzelstückbestellung funktioniert denkbar einfach: Shop-Betreiber:innen müssen einfach einen Karton für sechs oder zwölf Flaschen mit ihrer persönlichen Auswahl füllen, und kurz darauf steht diese bei Ihnen im Regal (Näheres dazu siehe unten rechts). Norbert Lowey, der bei Lekkerland für den Einkauf von Wein und Bier verantwortlich ist, erklärt: „Mit der praktischen Einzelstückbestellung brauchen Sie keinen großen Lagerbestand mehr aufzubauen, sie binden nicht mehr Kapital als nötig -

Fotos: Lekkerland



FOODSERVICE

LECKERE BEILAGEN & POPP REMOULADE!



◀ LL Art.Nr: 607732

▲ LL Art.Nr: 608658

LL Art.Nr: 632883 ▶

▲ LL Art.Nr: 625248

▲ LL Art.Nr: 608459

Top-Qualität für jeden Anlass!

- Vielseitige Beilagensalate 1kg & 3kg
- Die bewährte Popp Remoulade: im 1kg-Becher oder in der praktischen 650ml-Tube



und können Ihren Kundinnen und Kunden trotzdem stets ausgewählte Premiumweine und -spirituosen bieten. Das sorgt im Shop für mehr Umsatz und höhere Margen. Dazu kommt, dass Verbraucher:innen Ihren Shop als Anbieter eines gut sortierten und hochwertigen Getränkesortiments wahrnehmen, der neben den üblichen Artikeln zusätzlich auch hochwertige Trendprodukte anbietet, und daher verstärkt bei Ihnen einkaufen werden.“

HOCHWERTIG

Diese sechs hochwertigen Spirituosen sollten in Ihrem Sortiment nicht fehlen.

- 1 FRZ Miraval Côtes de Provence, trocken, rosé, 1 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 608168) •
- 2 PF III Freunde Grauburgunder, trocken, weiß, 1 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 625398) •
- 3 POR Fabelhaft Tinto, trocken, rot, 1 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 147631) •
- 4 O'Donnell Moonshine Harte Nuss 25% vol., 1 x 0,7 l Fl. (Art.-Nr. 138163) •
- 5 Don Papa Baroko 40% vol., 1 x 0,7 l Fl. (Art.-Nr. 613443) •
- 6 Jameson Irish Whiskey 40% vol., 1 x 0,7 l Fl. (Art.-Nr. 733471)



Einzelstückbestellung – so geht's!

Die Bestellung für Einzelstückartikel muss immer separat erfolgen. Eine Bestellung ist nur in 6er- bzw. 12er-Kartons sortiert möglich. (Bitte pro Artikel die Bestellmenge angeben. In Summe muss die Anzahl der Flaschen immer auf einen vollen Kartoninhalt kommen.)

Das „Premiumspirituosen & Wein Sortiment“ ist rund um die Uhr auf [Lekkerland24](http://Lekkerland24.com), per Anruf/Fax im LC Oberhausen unter der Rufnummer: 0208 4954-361 bzw. der Faxnummer: 0208 4954-222 oder per E-Mail an: bestellung.oberhausen@lekkerland.com bestellbar.

cleVer
Kauf

NEU!

DER PERFEKTE DAYDRINK!

DER AKTUELLE
TREND-APERITIV
AUS ITALIEN

EINFACH ZU ÖFFNEN

FERTIG GEMIXT



ARTIKEL
INFO ▼

Art.-Nr. / Barcode	655760 	NEU
Artikelbezeichnung	Vina Augusta Limoncello Spritz	
Inhalt / Packart	12/275 ml Fl.	

LEKKERLAND HERBSTMESSEN

ERLEBEN SIE CONVENIENCE

Auf unseren Messen präsentieren wir Ihnen PRODUKTTRENDS UND -NEUHEITEN IM UNTERWEGSKONSUM und AKTUELLE ENTWICKLUNGEN BEI DEN SHOP-KONZEPTEN. Außerdem haben Sie die Möglichkeit, sich persönlich mit unseren Expert:innen sowie mit Vertreter:innen von Markenartiklern auszutauschen.



HERBSTMESSEN

26.-27.09.2025
Dortmund

10.-11.10.2025
Schkeuditz

17.-18.10.2025
Ulm



Weitere Informationen zu unseren Messen finden Sie immer aktuell auf Lekkerland.de. Mit dem QR-Code gelangen Sie direkt zur Seite.

Von neuen Eigenmarkenprodukten bis zur kompletten Inneneinrichtung gibt es bei den Messen von Lekkerland alles zu erleben, was das Shop-Geschäft erfolgreich macht. Hier können Besucher:innen Innovationen kennenlernen und viele Produktneuheiten direkt probieren sowie im Anschluss bestellen. Was sich Konsument:innen unterwegs wünschen, erklären wir Ihnen auf den Messen in persönlichen Gesprächen. Mit dem Lekker Shop demonstrieren wir das auch ganz anschaulich und kompakt – an einem Stand, auf dem wir Ihnen

verkaufsfördernde Maßnahmen für ein erfolgreiches Shop-Geschäft zeigen. In einem weiteren großen Bereich mit mehreren Themenwelten präsentiert unser Foodservice-Team darüber hinaus gemeinsam mit renommierten Top-Partnern aus der Industrie zahlreiche Lösungen für das Foodservice-Geschäft.

Über innovative Produktneuheiten wie beispielsweise neuartige Getränke, Snacks und Frischeartikel von Start-ups sowie Trendprodukte aus den sozialen Medien können Sie sich an unserem Newcomer-Stand informieren. Unser e-va Team wiederum präsentiert Ihnen

unterschiedliche Shop-Module für die beliebtesten Prepaidprodukte von Lekkerland – von kleinen Aufstellern bis zum iKiosk.

Auch Tabakwaren und zugehörige Produkte sind bei den Messen zu erleben. Zu den aktuellen Trends in diesem Bereich gehören Tabak-Großpackungen ebenso wie die Kategorie Heat-not-burn, die weiter an Bedeutung gewinnen wird. Bei E-Zigaretten zeigen die Hersteller die neusten Mehrwegsysteme, die bald auf den deutschen Markt kommen.

Wir freuen uns auf Sie!



QUALITÄT IST ANSPRUCH, MARKE LEIDENSCHAFT.

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



STARKE MARKEN – STARKE UMSÄTZE!



32 Riegel à 50g
LL Art.-Nr. 638340



24 Riegel à 80g
LL Art.-Nr. 638453



24 Riegel à 36,5g
LL Art.-Nr. 638342



32 Riegel à 54,75g
LL Art.-Nr. 638455



32 Riegel à 50g
LL Art.-Nr. 638343



30 Riegel à 75g
LL Art.-Nr. 638456



30 Riegel à 46g
LL Art.-Nr. 638341



24 Riegel à 70g
LL Art.-Nr. 638451



30 Riegel à 46g
LL Art.-Nr. 638458



28 Riegel à 43g
LL Art.-Nr. 623253



32 Riegel à 51g
LL Art.-Nr. 638338



24 Riegel à 57g
LL Art.-Nr. 638449

