Mein Shop

Mein Job · Mein Leben · Mein Partner

Nr. 5
2020
Oktober & November
–
Lekkerland.de

CORONAKRISE

WAS IHREM SHOP JETZT HILFT

Die Lage bleibt angespannt. Wir erklären, welche Artikel gefragt sind – und wie Sie Ihre Umsätze noch steigern können. Ab Seite 8

CHANGE
Expertenrat: wie man Zeiten bewältigt, in denen sich alles verändert

KAFFEE ZUM MITNEHMEN
Wie Sie erfolgreich Coffee to go verkaufen — 14

WINTERZUBEHÖR
10 Auto-Artikel, die Sie auf Lager haben sollten — 22

SPIRITUOSEN & WEIN
Premiumprodukte bei uns einzeln bestellen — 26

Lekkerland
the convenience company

YES!

TASTY BY NATURE

KNACKIGER PROTEIN-GENUSS

VEGETARISCH · GLUTENFREI · IN PAPIER VERPACKT · ENTHÄLT BALLASTSTOFFE

NEU

MANDEL, ERDNUSS & DUNKLE SCHOKOLADE

So viel Protein und Genuss in einem Riegel – dank knackiger Mandeln und Erdnüsse, umhüllt von dunkler Schokolade und 10g pflanzlichem Erbsenprotein.

CASHEW, BLAUBEERE & DUNKLE SCHOKOLADE

Leckere Protein-Power - mit 10g pflanzlichem Protein aus Erbsen und knackigen Cashew- und Kürbiskernen wird dieser Riegel kombiniert mit fruchtigen Blaubeeren zu einem wahren Genuss!

...MIT 10g PFLANZLICHEM **PROTEIN** AUS ERBSEN UND NÜSSEN.

Nestlé®

Good Food, Good Life

Weil Qualität mehr Wert ist.

Liebe Leserinnen und Leser!

Der Sommer ist vorbei – die Coronakrise aber offenbar noch lange nicht. Sie beeinträchtigt weiterhin unser Geschäft. Ihres, beispielsweise als Betreiber einer Tankstelle oder eines Kiosks, ebenso wie unseres bei Lekkerland. An den Rahmenbedingungen können wir nichts ändern. Aber als Ihr zuverlässiger Partner können wir Ihnen Tipps geben, welche Produkte derzeit besonders gefragt sind und was Sie darüber hinaus machen können, um die Umsätze zu steigern. All das lesen Sie ab Seite 8. Wir haben zudem mit Shopbetreibern über ihre Erfahrungen aus den vergangenen Monaten gesprochen.

Welche Waren jetzt gut laufen

Einer der größten Umsatzbringer vor, während und gewiss auch wieder nach der Pandemie: Coffee to go. Ab Seite 14 haben wir aufgelistet, worauf es ankommt, wenn Sie erfolgreich Kaffee zum Mitnehmen verkaufen wollen – vom Kalkulieren der Absatzmenge bis hin zur Bechergröße.

Etwas Gutes haben die nasskalten Monate, die uns bevorstehen: Langsam denken die Menschen an Weihnachten – und daran, ihren Lieben unterwegs kleine Geschenke zu besorgen, etwa edle Spirituosen. Wie Sie margenstarke Getränke als Einzelstücke bestellen können, steht auf Seite 26. Auch Kaffeebecher oder Teelichter sind beliebte Mitbringsel. Schauen Sie doch mal auf Seite 50, was unser Tochterunternehmen amv so im Programm hat.

Herzlichst,
Ihr

RIKUS KOLSTER
Geschäftsführer
Lekkerland Deutschland
GmbH & Co. KG

FACEBOOK

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

LEKKERLAND.DE

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

Fotos: Stocksy, Lekkerland

Redaktionsschluss 22.09.2020

Impressum

Das Magazin Mein Shop wird verlegt und herausgegeben von der MEDIAPOINT GmbH im Auftrag der Lekkerland Deutschland GmbH & Co. KG, Europaallee 57, 50226 Frechen.

E-MAIL
meinshop@lekkerland.de
INTERNET
Lekkerland.de

VERANTWORTLICH
Janine Hoffe

PROJEKTLEITUNG
Dominik Schlefers

REDAKTIONELLE LEITUNG
Ingo Gschwilm

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

E-MAIL
meinshop@c3.co

REDAKTION
Elena Rudolph

MITARBEIT
Claus Hornung (fr)

ART-DIREKTION
Melanie Kollath, Jessica Winter

FOTOREDAKTION
Annegret Strauß, Laura Nenz (fr)

PROJEKTMANAGEMENT
Kaye Gummlich

LEKTORAT
Helmut Hillger (fr)

LITHO
PIXACTLY media GmbH, Hamburg

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

Mein Shop wird kostenlos an Lekkerland Kunden verteilt.

Sämtliche in diesem Magazin enthaltenen Informationen wurden sorgfältig recherchiert und auf ihre Richtigkeit überprüft. Sollten dennoch Irrtümer auftreten, kann der Herausgeber keine Haftung übernehmen. Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers. Für unverlangt eingesandte Fotos oder Manuskripte wird keine Haftung übernommen. Mitarbeiter der Lekkerland Deutschland GmbH & Co. KG sind von der Teilnahme an Gewinnspielen ausgeschlossen.

ZIEGLER

WIR KÖNNEN KÄSE

Käse aus Leidenschaft.

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

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

Foto: Freepik - Fotolia_273637375

ARTIKEL INFO ▼

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

Lekkerland
the convenience company

Inhalt 05.2020

MEIN JOB

8 WAS IHREM SHOP JETZT HILFT
Auf welche Produkte Sie sich fokussieren sollten, um durch die Krise hindurchzumanövrieren

12 Wie läuft es bei Ihnen?
Drei Shopbetreiber erzählen vom Alltag in der Krise

14 Umsatzbringer Coffee to go
Machen Sie Ihren Shop fit für den Außer-Haus-Verkauf von Kaffee

18 Topseller
Neue Trendprodukte und umsatzstarke Klassiker

21 Produktiver arbeiten
Fünf Tipps, wie Sie Ihren Tag besser organisieren können

22 Autozubehör
Diese zehn Produkte sollten Sie in der kalten Jahreszeit auf Lager haben

24 Arbeit auf Abruf
Mitarbeiter nur zu Stoßzeiten beschäftigen: wie es funktioniert und was das Gesetz sagt

26 Spirituosen- und Weinpaket
Stellen Sie Ihr individuelles Paket zusammen. Plus: Cocktailrezept

MEIN LEBEN

30 Wandel richtig bewältigen
Expertentipps für eine Zeit, in der sich alles ständig ändert

32 5 Sätze, die Sie nie sagen sollten
Formulierungshilfen für den Umgang mit Kunden und Mitarbeitern

34 6 Tipps zur Entschleunigung
So können Sie Stress abbauen

MEIN PARTNER

38 Knusprige Theken-Stars
Leckere neue Backwaren aus der my basics-Familie

39 Der Umwelt zuliebe
Die neuen Pet-Flaschen von unserer beliebten Eigenmarke Santa Emilia

40 Schnell und sicher ordern
Mit dem Lekkerland Kassensystem sparen Sie Zeit beim Bestellen

44 Quadratisch. Praktisch. Gut.
Die Schokoladenlegende Rittersport im Porträt

46 Umsatzchancen mit FIFA 21
Warum Sie jetzt Ihren Vorrat an Gutscheinkarten aufstocken sollten

48 Feinschnitt ohne Zusätze
Wachsender Umsatz mit losem Tabak

50 Zeit für Geschenke
In der kalten Jahreszeit boomt der Absatz von Mitbringseln

Fotos und Illustrationen: Getty Images, shutterstock

www.gourmetfein.com

gourmetfein
So muss das schmecken.

REGIONALITÄT IST BEI UNS KEIN WERBEVERSPRECHEN

SONDERN 100 % RE(GION)ALITÄT

100 % OBERIO HOFGENAU SCHWEINE- UND RINDFLEISCH AUS ÖSTERREICH

100 % OHNE GESCHMACKS-VERSTÄRKER

100 % OHNE KÜNSTLICHE FARBSTOFFE

100 % GENTECHNIKFREI

100 % LAKTOSEFREI

100 % GLUTENFREI

40 Schweine- und 160 Rinderbauern liefern ihr Fleisch exklusiv an gourmetfein.

GARANTIERTE HERKUNFT

gourmetfein bezieht 100 % des OBERIO Hofgenau Schweine- und Rindfleisches aus Österreich, exklusiv von Partner-Bauern aus der Region! Auf jedem Produktetikett kann nachgelesen werden, von welchen Bauern das Fleisch stammt. Das ist einzigartig in Europa.

EIDESSTÄTTIGE ERKLÄRUNG

Viele Fleischanbieter und Verarbeiter werben mit österreichischem Fleisch. Dass oft nur ein niedriger Prozentsatz davon tatsächlich von regionalen Bauern stammt wird verschwiegen. Zur klaren Abgrenzung und zur Sicherheit für unsere Partner und Konsumenten garantieren wir die Inhalte unserer Wertschöpfungskette mit einer eidesstattlichen Erklärung.

VORZEIGEBETRIEB GOURMETFEIN

Neben der Qualität und der Herkunft der Rohstoffe stehen die Mitarbeiter an oberster Stelle. Mit fairen Arbeitsbedingungen in der Fleischindustrie zählt gourmetfein auch in diesem Bereich zu den Pionieren. Den Bericht vom 23.07.2020 sehen Sie unter www.galileo.at.

GF Fleischproduktion GmbH & Co KG · Waldstraße 3 · A-4712 Michaelnbach · Tel: +43 (0) 7277 / 32 95-0 · Mail: office@gourmetfein.com

COFFEE TO GO – ALLES, WAS SIE WISSEN MÜSSEN

Kaffee im Außer-Haus-Verkauf ist ein absoluter Umsatzbringer. Ab Seite 14 erfahren Sie, was im Vorhinein zu klären und zu beachten ist, wenn Sie überlegen, Kaffee zum Mitnehmen anzubieten.

81,4

PROZENT

belegen ihr Brötchen oder Brot am liebsten mit Käse. Frischkäse (67 Prozent), Salami (65,3 Prozent), Schinken (61,5 Prozent) und Putenbrust (49,5 Prozent) sind ebenfalls beliebte Brötchen- und Brot-Beläge.*

FRÜHSTÜCK

Guten Morgen!

Wie eine Umfrage von POSpulse* ergab, nehmen **rund 30,6 Prozent** der Deutschen ihre erste Mahlzeit des Tages zwischen sieben und acht Uhr zu sich. Immerhin jeder Fünfte **(21 Prozent)** frühstückt bereits vor sieben Uhr, weitere **24,5 Prozent** erst zwischen acht und neun Uhr. Auf den Tisch kommen morgens am häufigsten Müsli oder Cornflakes **(50 Prozent)**, Brötchen mit herzhaftem **(49,7 Prozent)** oder süßem Belag **(38,1 Prozent).** Auf die Frage „Was trinken Sie am liebsten zum Frühstück?“ antworteten **38,7 Prozent** mit „Kaffee“. Weitere **13,6 Prozent** der Befragten gaben an, Tee zu trinken. 9,3 **Prozent** greifen zum Latte macchiato, **acht Prozent** zum Cappuccino.

*Quelle: POSpulse - Frühstück 2019; Fotos: shutterstock, Getty Images

CORONAKRISE

WAS IHREM SHOP JETZT HILFT

Die Pandemie bestimmt erst mal unseren Alltag, und daran wird sich kurzfristig wohl nichts ändern. Für viele Unterwegsversorger bedeutet das weiterhin niedrigere Umsätze. Doch wer jetzt seinen FOKUS AUF TOPSELLER legt, kann einige Härten abfedern und sich besser durch die schwierigen Zeiten hindurchmanövrieren.

Normal ist anders. Fast jeden Tag müssen Jennifer und Bruno Schäfer Kunden ermahnen, den Abstand einzuhalten oder eine Maske aufzusetzen. Und noch immer herrscht ein Einbahnsystem in ihrer Videothek mit integriertem Kiosk in Lahnstein nahe Koblenz. Auch Jan Wilken, der eine Tankstelle in Friedeburg in Ostfriesland betreibt, hat es dort immer wieder mit Maskenverweigerern zu tun (siehe Interview auf Seite 12). Immerhin: In seinem Geschäft stimmen die Umsätze, sagt er. Doch bei vielen Betreibern von Tankstellen-Shops, Kiosken & Co. sieht es anders aus.

Darum hoffen gerade sie darauf, dass bald wieder die „alte Normalität“ herrscht. Ohne Masken und ohne Abstandsgebot – und mit viel Lust auf Unterwegskonsum bei den Verbrauchern. Aber wir müssen uns wohl darauf einstellen, dass sich die Situation auf absehbare Zeit nicht ändern wird. Das wirkt sich in verschiedenen Sortimentbereichen unterschiedlich aus.

Die Lage bleibt schwierig

Insbesondere Snacks und Backwaren verkaufen sich an vielen Standorten schlechter als üblich. Das liegt unter anderem daran, dass viele Menschen weiterhin im Homeoffice arbeiten und darum beispielsweise nicht mehr

GUT VERPACKT
Hygiene steht derzeit bei den Kunden an erster Stelle. Besonders gut laufen jetzt verpackte herzhafte und salzige Snacks.

1 Coffee Bean Company Coffee to go Becher, 400 ml/16 oz 1 x 1000 St. (Art.-Nr. 145408). Auch in den Größen 200 ml/8 oz (Art-Nr. 144376) und 100 ml/4 oz (Art.-Nr. 143179) erhältlich• **2** Loc Bag Mini Gen. 14/14 1 x 1000 St. (Art.-Nr. 601855) • **3** Snack Bag Fifty White XL 1 x 1000 St. (Art.-Nr. 601858). Das Snack Bag ist auch in den Größen M (Art.-Nr. 601854) und L (Art.-Nr. 601853) erhältlich) • **4** Loc Bag Razor Gen. 17/24 1 x 1000 St. (Art.-Nr. 601857)• **5** Loc Bag I Love Pizza Gen. 21/24,5 1 x 1000 St. (Art.-Nr. 601852)

morgens an der Tankstelle anhalten, um sich etwas für die Frühstückspause mitzunehmen.

Aber welche Produkte sind gefragt? Und wie können Sie generell die Verkäufe in Ihrem Shop steigern? Wir wollen Ihnen helfen, diese Fragen zu beantworten – und so Ihre Umsätze zu steigen. Generell gilt: Überprüfen Sie Ihren Shop und Ihr Sortiment kritisch, fokussieren Sie sich auf Topseller – und versuchen Sie diese so in Szene zu setzen, dass sie den Kunden auffallen. Die folgenden Schritte helfen Ihnen dabei, das Beste aus der aktuellen Situation zu machen.

Verpackte Ware im Trend

Hygiene hat seit Ausbruch der Pandemie für viele Konsumenten höchste Priorität. Darum greifen viele Kunden zu verpackten Lebensmitteln. Verpackungen, mit denen sich Snacks und Backwaren besser verkaufen lassen, können Sie übrigens bei Lekkerland bestellen – ebenso wie Desinfektionsmittel oder Mund-und-Nasen-Bedeckungen.

Aber auch die Psychologie spielt eine sehr wichtige Rolle beim Verkauf. „Vitrinen, Theken und Regale mit Backwaren und Co. sollten immer gut gefüllt sein, trotz der geringeren Nachfrage. Denn leere Verkaufsbereiche schrecken ab“, sagt Peter Ganghof, der bei Lekkerland in Deutschland den Bereich Foodservice verantwortet.

30

Prozent

Um diesen Wert hat sich durch die Krise bislang der Absatz von Prepaid-Karten für Internetangebote gesteigert.

Beliebter als Süßwaren sind zurzeit herzhafte Snacks wie Chips, Nüsse und Cracker. „Einzeln verpackte Wurstsnacks wie Bifi erleben derzeit eine Renaissance, vor allem aus Hygienegründen“, sagt Klaus Lützig, Director Category Food von Lekkerland Deutschland.

Und Bifi ist nicht der einzige Klassiker, der derzeit gefragt ist. Auch bei Kaffee zum Mitnehmen ist die Nachfrage trotz Coronakrise relativ stabil geblieben. Ein Grund mehr für Sie, ein eigenes Angebot in diesem Bereich zu starten oder das bestehende Angebot auszubauen – beispielsweise mit Produkten der jungen Kaffeemarke Coffee Bean Company von Lekkerland (beachten Sie dazu auch den Tipp am Ende dieses Artikels).

Kunden vergleichen Preise

Denken Sie auch daran: Viele Menschen planen heute den Gang in den Supermarkt intensiver und kaufen gezielter bestimmte Produkte ein. Darum kennen sie derzeit die Supermarktpreise sehr genau – und können sie besser mit den Preisen im Kiosk oder an der Tankstelle vergleichen. Diesen Fakt sollten Shopbetreiber bei ihrer Preisgestaltung berücksichtigen. Tipp: Gerade bei Premiummarken können Sie durch zusätzliche Impulse für Kaufanreize beim Kunden sorgen, etwa durch aufmerksamkeitsstarke Zweitplatzierungen oder durch Kombi-Aktionen, beispielsweise mit herzhaften Snacks und Getränken.

Prepaid-Karten boomen

Wer zu Hause bleibt, verbringt mehr Zeit im Netz. Seit Ausbruch der Coronakrise zählen darum e-va Artikel zu den absoluten Topsellern. Der Absatz von Bezahlkarten wie Sony Playstation, Google Play, Netflix oder Paysafecard ist um bis zu 30 Prozent gestiegen.

Immer mehr gewinnen dabei die Streamingdienste DAZN und TVNOW an Bedeutung, da sich mit diesen Diensten die Bundesliga und internationale Sportveranstaltungen verfolgen lassen, die derzeit oft ohne Stadionpublikum auskommen. Ein aktueller Tipp aus diesem Umfeld ist die Sony Playstation Card. „Das

→

Illustrationen: shuttertsock

„Anscheinend rauchen die Menschen im Homeoffice mehr, dadurch steigt der Absatz von Tabakwaren."

PETER PÜTZ
Director Category Tobacco, Lekkerland Deutschland GmbH & Co. KG

„Wir rechnen damit, dass die Nachfrage nach Bezahlkarten für Internetdienste im Winter noch weiter zunehmen wird."

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

wird der Weihnachtskracher, weil im Winter die PS5 herauskommt", sagt Veith Huxohl, Head of Corporate Product Management & Marketing e-va Lekkerland.

Alkohol und Tabak legen zu

Ein weiterer Topseller sind Tabakwaren. „Wir profitieren davon, dass die Menschen im Homeoffice anscheinend mehr rauchen", sagt Peter Pütz, Director Category Tobacco bei Lekkerland. Auch Shopbetreiber Jan Wilken hat den Eindruck, dass „sich die Leute mit Tabakwaren bevorraten". Hinzu kommt, dass weniger Menschen ins Ausland reisen oder im kleinen Grenzverkehr günstig Tabakwaren einkaufen. Jetzt ist darum für Shopbetreiber der beste Moment, um ihr Tabaksortiment um Marken und Produkte zu erweitern, die sonst seltener gefragt waren.

Bemerkbar macht sich auch, dass Clubs, Bars und Kneipen weiterhin geschlossen haben oder nur begrenzt Gäste einlassen dürfen. Der Absatz an alkoholhaltigen Getränken ist angestiegen, besonders beliebt sind vorgemixte Longdrinks. Nutzen Sie diesen Faktor bereits für sich, indem Sie Ihr Angebot entsprechend ausbauen – und es Ihren Kunden gekühlt anbieten und im Bereich der „Fast Lane" zwischen Eingang und Kasse bewerben.

Gespräche schaffen Vertrauen

Überhaupt: Suchen Sie das Gespräch mit den Kunden, wann immer sich die Gelegenheit dazu ergibt. Fragen Sie nach: Gibt es Produkte, die Sie in Ihr Sortiment aufnehmen sollten? Könnten Sie etwas tun, damit der Kunde sich beim Besuch in Ihrem Shop noch wohler – und geschützter – fühlt? Gerade in diesen Zeiten freuen sich viele Menschen über einen kurzen Plausch. Das sorgt für Vertrauen. Und ganz nebenbei für bessere Geschäfte.

Unser Tipp: Kaffee bleibt ein Topseller. Ganz besonders Produkte der jungen Marke Coffee Bean Company von Lekkerland. Informationen dazu unter: Lekkerland.de/sortiment/coffee-bean-company

Illustrationen: shutterstock

Unsere beliebten Sorten.

KitKat Chunky Cookie Dough

LL-Art.-Nr.: 601425
24x42g
Nestlé-Art.-Nr.: 012448386
EAN VE: 3800020494394

KitKat Chunky

LL-Art.-Nr.: 629070
24x40g
Nestlé-Art.-Nr.: 012403856
EAN VE: 3800020488652

KitKat Chunky White

LL-Art.-Nr.: 189024
24x40g
Nestlé-Art.-Nr.: 012439468
EAN VE: 7613037251685

KitKat Chunky Peanutbutter

LL-Art.-Nr.: 629361
24x42g
Nestlé-Art.-Nr.: 012403855
EAN VE: 3800020488423

Cookie Dough als beliebte Trendsorte in der kaufkräftigen Zielgruppe

- Hingucker mit hohem Wiedererkennungswert dank seines auffälligen Designs
- KITKAT ChunKy seit Jahren auf Wachstumskurs, insbesondere dank spannender Varianten

Nestlé®

Good Food, Good Life

Weil Qualität mehr Wert ist.

WIE LÄUFT ES BEI IHNEN?

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

JAN WILKEN
Tankstellenpächter aus Friedeburg

„Ich blicke optimistisch in die Zukunft“

Herr Wilken, Sie haben Ihre Tankstelle am 1. April 2020 übernommen. Also genau zu Beginn der Corona-Pandemie. Ein denkbar schlechter Zeitpunkt ...
JAN WILKEN: Das kann man so eigentlich nicht sagen. In den ersten fünf Wochen des Lockdowns ist das Geschäft zwar etwas zurückgegangen. Seit Mitte Mai läuft es bei uns aber fast wieder normal. Unsere Umsatzeinbußen halten sich also in Grenzen.

Was meinen Sie, woran liegt das?
Ich denke, das ist vor allem auf die exzellente Lage unserer SCORE-Tankstelle zurückzuführen. Sie liegt direkt an der Bundesstraße, zugleich aber auch noch im Ort. Tankstelle und Shop liefen vor der Coronakrise richtig gut. Und sie werden auch jetzt wieder sehr stark frequentiert. Wir haben ein großes Bistroangebot mit Kaffeespezialitäten, belegten Brötchen, Backwaren sowie warmen Speisen wie Currywurst. Das wird von unseren Kunden gut angenommen. Und: Wir haben eine Lotto-Annahmestelle im Shop und eine Postfiliale. Auch die laufen beide sehr gut.

Welche Maßnahmen haben Sie getroffen, um Ihre Kunden, Ihre Mitarbeiter und sich selbst vor einer Ansteckung zu schützen?
Wir haben selbstverständlich eine Maskenpflicht im Shop eingeführt und achten sorgfältig darauf, dass die vorgeschriebenen Abstandsregeln eingehalten werden. Außerdem stellen wir unseren Kunden Desinfektionsmittel zur Verfügung. Abgesehen von den vielen Maskenverweigerern und den Leuten, die ihren Corona-Frust bei uns abladen, kommen wir gut mit den neuen Bedingungen klar.

Verkaufen sich einige Produkte jetzt besser als zuvor?
Die Leute bevorraten sich mit Tabakwaren. An den Wochenenden werden außerdem Getränke deutlich mehr nachgefragt als zuvor. Ich denke, viele möchten sich unnötige Gänge zum Supermarkt sparen und erledigen kleinere Einkäufe lieber bei uns.

Wie blicken Sie in die Zukunft?
Ich blicke optimistisch in die Zukunft. Die Hygienemaßnahmen werden uns sicherlich noch eine Zeitlang begleiten. Aber es wird immer Menschen geben, die tanken, essen und trinken müssen. Und die werden auch in Zukunft gern zu uns kommen.

JENNIFER UND BRUNO SCHÄFER
Vater und Tochter betreiben zwei Videotheken in Koblenz und Lahnstein

„Wir haben es fast täglich mit Maskenverweigerern zu tun“

Welche Auswirkungen hat die Coronakrise bislang auf Ihre Shops?
BRUNO SCHÄFER: Wir betreiben zwei Videotheken, in die jeweils ein großer Kioskbereich integriert ist. So haben wir es geschafft, trotz der Verluste im klassischen DVD-Verleih weiter gute Umsätze zu machen. Das Kioskangebot fängt gewissermaßen die dem Zeitalter des Streamings geschuldeten Umsatzverluste der Videotheken auf. Bis zur Krise liefen die Geschäfte daher sehr gut.

Und seither?
JENNIFER SCHÄFER: In Koblenz hat uns das Ordnungsamt den Laden für fünf Wochen geschlossen. Das hat natürlich zu Umsatzeinbrüchen geführt. In Lahnstein durften wir dagegen weiter geöffnet lassen. Hier wurde uns lediglich der Verleih von DVDs untersagt. Das Problem in Koblenz war, dass das Ordnungsamt hier die erforderlichen Abstandsregeln aufgrund der baulichen Gegebenheiten nicht gewahrt sah. Im Eingangsbereich wird es dort sehr eng. Da kann man sich nur schwer aus dem Weg gehen.
BRUNO SCHÄFER: In Lahnstein haben wir dagegen die Möglichkeit, den Kundenlauf so zu organisieren, dass es zu keinen Engpässen kommen kann. Hier habe ich ein Einbahnsystem eingeführt und den Hinterausgang kurzerhand zum neuen Ausgang gemacht. So kommt man niemanden mehr in die Quere.

Wie kommen Sie ansonsten mit den Auswirkungen der Coronakrise klar?
JENNIFER SCHÄFER: Es ist schon ziemlich arbeitsintensiv, darauf zu achten, dass alle Hygieneregeln stets eingehalten werden. Leider hält sich nicht jeder an die Maskenpflicht im Shop oder an die vorgeschriebenen Abstandsregeln ...
BRUNO SCHÄFER: Wir haben es fast täglich mit Maskenverweigerern und Leuten zu tun, die Corona für Schikane halten. Das ist sehr stressig – und mir im Übrigen auch vollkommen unverständlich. Ich denke, das Problem ist, dass das Virus nicht sichtbar ist. Man kann es nicht anfassen. Manche Menschen kommen mit der unsichtbaren Bedrohung offensichtlich nicht zurecht.

Fotos: privat

IDEAL ZUM AUFTANKEN UND DURCHSTARTEN:

DIE TOPSELLER VON MONSTER ENERGY®

Art. No. 18655

MONSTER ENERGY®

Der typische Monster Energy® Geschmack

Für den ultimativen Energy Kick

Art. No. 43114

MEGA MONSTER ENERGY®

Noch mehr vom typischen Monster Energy® Geschmack

In der wiederverschließbaren Dose

Art. No. 634524

ROSSI THE DOCTOR

Das Killerrezept zum Vollgas geben

Leicht prickelnder, erfrischender Zitrusgeschmack mit der vollen Ladung Energy

Art. No. 201727

ULTRA WHITE

Leichter Zitrus-Geschmack, aber mit der vollen Dosis Monster Energy®

Zero Kalorien, Zero Zucker

Art. No. 211170

MANGO LOCO

Intensiver, süßer Geschmack von Mango, Guave und Ananas

Monsterkick für die Geschmacksnerven

Art. No. 225756

REHAB PEACH

Mix aus Tee, Pfirsich, Elektrolyten und dem legendären Monster Energy® Mix

Ohne Kohlensäure und kalorienarm

DIE 6 MONSTER ENERGY® TOPSELLER GENERIEREN MEHR UMSATZ ALS DER NÄCHSTGRÖSSERE WETTBEWERBER IN DER ENERGY-KATEGORIE[1]

MONSTERENERGY.COM

KAFFEE ZUM MITNEHMEN:

STEIGERN SIE IHREN UMSATZ MIT COFFEE TO GO!

COFFEE TO GO
Alles, was Sie wissen müssen

Kaffee zum Mitnehmen ist heute für viele Verbraucher unverzichtbarer Bestandteil des Alltags. Für Shopbetreiber bedeutet das: Kaffee bietet UMSATZCHANCEN, die sie sich nicht entgehen lassen sollten. Sie verkaufen noch keinen Kaffee? Hier erfahren Sie, was Sie beachten sollten, wenn Sie neu in das Geschäft starten möchten.

Die gute Nachricht vorweg: Um den beliebten Wachmacher in Tankstellen-Shops, Convenience Shops und Co. anzubieten, braucht es nicht viel: eine Kaffeemaschine, Bohnen und Zubehör wie Becher, Zucker und Milch. Die aber sind unverzichtbar. Denn Kaffee ist die Grundlage für einen erfolgreichen Bistrobetrieb. „Konsumenten erwarten heute, dass sie bei Anbietern von Unterwegsversorgung wie Tankstellen und Convenience Shops einen guten Kaffee zum Mitnehmen kaufen können“, erklärt Max Knak, Consultant Category Management Foodservice bei Lekkerland.

Klären Sie, ob Nachfrage besteht

Wenn Sie überlegen, Ihren Kunden künftig auch Kaffee zum Mitnehmen anzubieten, ist im ersten Schritt natürlich die Frage zu klären, ob es überhaupt eine potenzielle Nachfrage gibt. Dazu folgende Erfahrungswerte: Kaffee zum Mitnehmen wird in der Regel morgens sowie nachmittags gekauft. Darum ist es für Sie ein Vorteil, wenn zu Ihren Kunden viele Pendler gehören. Oder wenn Ihr Shop in einem Geschäftsviertel liegt, sodass Arbeitnehmer hier einen Zwischenstopp beim Gang ins Büro oder in der Mittagspause einlegen können. Wichtig ist auch, wie viele „Kaffee zum Mitnehmen“-Angebote es in Ihrem Umfeld bereits gibt – sei es von anderen Unterwegsversorgern oder von Bäckereien. Falls andere Angebote existieren: Welchen Eindruck haben Sie, wie stark sie gefragt sind?

BELIEBTER WACHMACHER
Kaffee zum Mitnehmen bietet Shopbetreibern gute Umsatzchancen.

Fotos: shutterstock

Kalkulieren Sie den Bedarf

Die nächste Frage, die Sie sich stellen sollten, ist die, mit welcher Nachfrage Sie rechnen können? Zehn Tassen am Tag? Oder 20? „Nach unserer Erfahrung kaufen im Durchschnitt ganz grob zehn Prozent der Kunden einen Kaffee zum Mitnehmen“, sagt Max Knak. Das gibt Ihnen schon einmal eine grobe Einschätzung. Um eine Idee davon zu bekommen, wie Ihr Kaffeeangebot zukünftig ankommen wird, können Sie außerdem mit Ihren Kunden darüber sprechen – insbesondere mit den Stammkunden. Fragen Sie doch einfach mal: „Würden Sie hier Kaffee zum Mitnehmen kaufen?“

Beginnen Sie mit der Vorbereitung

Sie sind zu dem Ergebnis gekommen, dass es sich für Sie lohnt, Kaffee zum Mitnehmen anzubieten? Gut! Dann können Sie mit der konkreten Vorbereitung beginnen. Hierfür ist als Erstes die Frage zu beantworten: Wo soll die Kaffeemaschine stehen? Damit verbunden ist die Entscheidung darüber, ob Sie Kaffee in Selbstbedienung anbieten wollen oder ob das Heißgetränk durch Ihre Mitarbeiter ausgegeben werden soll. Dabei spielen natürlich die Platzverhältnisse in Ihrem Shop sowie die Personalressourcen eine entscheidende Rolle.

„Aufgrund von Corona bevorzugen die meisten Kunden derzeit Selbstbedienung. Allgemein aber wird Service in Deutschland geschätzt und im Fall von Kaffee auch honoriert.“

MAX KNAK
Consultant Category Management Foodservice, Lekkerland Deutschland GmbH & Co. KG

Aktuell bevorzugen die meisten Kunden aufgrund von Corona die Variante Selbstbedienung, sagt Max Knak. „Allgemein aber lässt sich sagen, dass sich Konsumenten, wenn sie die Wahl haben, eher für die Bedienung entscheiden. Service wird in Deutschland geschätzt und im Falle von Kaffee meist auch honoriert. Insofern wird es sich nach Ende der Pandemie lohnen, Kaffee in Bedienung zu verkaufen.“ Damit haben Sie auch die Chance, dem Kunden aktiv den Kauf eines Kaffees anzubieten. ⟶

MIT GUTEM GEWISSEN

Knackig, süß und vegan

Mr.Tom - Der Kultriegel mit dem einzigartigen Charakter von karamellisierten und gerösteten Erdnüssen.

Jetzt ordern!

4 021700 800055

Lekkerland Art.-Nr.: 804066

hosta

Wählen Sie aus, welchen Kaffee Sie anbieten wollen

Das Kaffeeangebot ist ebenso vielfältig wie die Preise. „Entscheidend ist natürlich die Qualität. Sinnvoll ist, selbst verschiedene Marken zu probieren und sich zudem von seinem Lieferanten beraten zu lassen“, erklärt Max Knak. Wichtig ist, dass die Marke und ihr Auftritt zu Ihrer Zielgruppe und zu Ihrem Shop passen. Es gibt junge und hippe Marken ebenso wie hochwertige Premium-Kaffeeanbieter – und jede Menge dazwischen. Lekkerland beispielsweise bietet unter anderem ein Kaffee-Konzept in Zusammenarbeit mit dem Traditionsunternehmen Lavazza an. Neu bei Lekkerland verfügbar ist die Eigenmarke Coffee Bean Company, die es auch als Rundum-Konzept gibt.

Kaffeevarianten und -größen: was Sie anbieten sollten

Beim Auswählen der Marke spielt natürlich auch die Frage eine Rolle, welche Kaffeevarianten Sie anbieten wollen. „Nach unserer Erfahrung sind in der Unterwegsversorgung insbesondere die Klassiker gefragt: Klarer und eindeutiger Liebling ist der Caffè Crema, gefolgt von Cappuccino, Latte macchiato und Caffè Latte/Milchkaffee – diese drei Varianten liegen etwa gleichauf. Den relativ kleinen Rest der Nachfrage teilen sich dann die anderen Produkte wie Espresso, Schoko und Tee“, sagt Max Knak.

Mit ausgefallenen Namen neuer Trendgetränke sind Konsumenten hingegen oft überfordert. Da sie ohnehin meist in Eile sind, nehmen sie sich meist nicht die Zeit, sich mit solchen Angeboten zu befassen, und greifen lieber auf altbekannte Produkte zurück.

Bei den Bechern geht der Trend immer mehr zu großen Größen. Deutsche Konsumenten trinken auf einer langen Autofahrt gerne auch mal 400 ml Kaffee. Wir empfehlen: Bieten Sie drei Größen an – dann entscheiden sich die Konsumenten erfahrungsgemäß meist für die mittlere. Bei nur zwei Größen fällt die Wahl eher auf die kleinere.

Unverzichtbar: Ihre Kunden müssen Ihnen vertrauen

Bevor Sie nun mit dem Marketing starten und die Kaffeemaschine in Gang setzen, ein letzter, wichtiger Hinweis: Damit Sie Kaffee erfolgreich verkaufen, müssen die Kunden Ihnen vertrauen. Dafür müssen sie vor allem sehen können, dass die Hygiene stimmt – nicht nur, aber ganz besonders in Zeiten von Corona. Dazu gehört, dass die Kaffeemaschine stets gepflegt und sauber wirkt, dass offene Milch immer frisch und verpackte Milch deutlich vom Mindesthaltbarkeitsdatum entfernt ist.

Aber auch das Ambiente muss stimmen: Ihre Kunden kaufen Kaffee schließlich nicht nur, um Energie aufzutanken, sondern auch, um zu genießen. Ihr Shop und insbesondere der Kaffeebereich sollten daher eine Wohlfühlatmosphäre ausstrahlen: gut beleuchtet, mit ausreichend Bewegungsfreiheit und im wahrsten Sinne des Wortes: aufgeräumt!

Machen Sie auf Ihr Kaffeeangebot aufmerksam

Sie sind startklar, um Kaffee zum Mitnehmen anzubieten? Dann müssen das jetzt nur noch Ihre Kunden mitbekommen. Also: Machen Sie auf Ihr Angebot aufmerksam! Schon beim Betreten des Shops sollte die Lust auf Kaffee geweckt werden. Das kann an der Tankstelle beispielsweise durch Werbung an der Zapfsäule geschehen oder durch andere sichtbare Hinweise vor Ihrem Shop oder an der Außenfassade. Auch im Shop sollten Sie das Kaffeeangebot durch entsprechendes Marketing auffällig präsentieren.

Sie haben Fragen zum Verkauf von Kaffee zum Mitnehmen oder benötigen Unterstützung beim Auf- oder Ausbau des Geschäfts in Ihrem Shop? Hier finden Sie weitere Informationen: lekkerland.de/sortiment/kaffee/

DARF'S AUCH ETWAS MEHR SEIN?
Beim Kaffee geht der Trend klar zu größeren Bechern. Auf langen Autofahrten greifen deutsche Konsumenten gerne mal zu einem 400-ml-Becher.

1 Coffee Bean Company, Coffee-to-go-Becher, 200 ml 1 x 1000 St. (Art.-Nr. 144376) • **2** Coffee Bean Company, Coffee-to-go-Becher, 300 ml 1 x 1000 St. (Art.-Nr. 145080) • **3** Coffee Bean Company, Coffee-to-go-Becher, 400 ml 1 x 1000 St. (Art.-Nr. 145408)

1 Coffee Bean Company, Deckel für To-go-Becher, 200 ml, 1 x 1000 St. (Art.-Nr. 144434) • **2** Coffee Bean Company, Deckel für To-go-Becher, 300 + 400 ml, 1 x 1000 St. (Art.-Nr. 145922)

1 Hellma Kaffeesahne, 10 %, 1 x 240 St. (Art.-Nr. 305984) • **2** Hellma Zuckersticks, 4 g, nachhaltig, 1 x 1000 St. (Art.-Nr. 094431) • **3** Papstar GmbH Holzrührstäbchen braun, 140 mm, 1 x 1000 St. (Art.-Nr. 602249)

Fotos: shutterstock, PR

Ditsch

BREZELBÄCKER SEIT 1919

Herzhaft und süß!

Zwei Neuheiten zum Anbeißen

- zwei Geschmacksrichtungen, erstmals als Füllung in einer Laugenbrezel:
  - herzhaft gefüllt mit **Butter** und **feinen Gartenkräutern**
  - trendig süß-salzig mit **„Salted Caramel“** gefüllt
- höchster Conveniencegrad: fertig gebacken, nur auftauen oder im Ofen oder auf dem Grill erwärmen
- ideal für das To-go-Geschäft

PERFEKT ZUM GRILLEN

ARTIKEL INFO

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
847745		Laugenbrezel gefüllt mit Kräuterbutter, fertig gebacken	48/81 g St.
847598		Laugenbrezel gefüllt mit süß-salziger Karamellcreme (Salted Caramel), fertig gebacken	48/88 g St.

Lekkerland
the convenience company

AUS UNSEREM SORTIMENT

Über diese PRODUKTNEUHEITEN UND BESTSELLER freuen sich Ihre Kunden.

Neu von Voss Water: aromatisiertes Mineralwasser in der ikonischen 330-ml-Flasche

Lime Mint und Lemon Cucumber – von Voss Water gibt es jetzt zwei neue fruchtig-prickelnde Erfrischungen der Extraklasse.
Das Mineralwasser aus Norwegen vereint Lifestyle, Geschmack und pure Lebenslust. Mit der kleinen 330-ml-Flasche und dem aromatisierten Wasser erfüllt Voss Water einen großen Wunsch der Kunden: Erfrischung in einer handlichen Flasche für unterwegs und zwischendurch, natürlich-fruchtig im Geschmack und ohne Kalorien.

1 DPG Voss Lime Mint 12 x 0.33 l Fl. (Art.-Nr. 601905) •
2 DPG Voss Lemon Cucumber 12 x 0.33 l Fl. (Art.-Nr. 601906)

Flic 'n' lic Tropical: neue Geschmacksrichtungen

Wem ein ganzer Lolli auf einmal zu viel ist, der nimmt ihn einfach für später mit. Denn die fruchtigen Flic 'n' lics lassen sich sauber zusammenklappen wie ein Taschenmesser. Die knallbunte Süßigkeit gibt's jetzt neu in drei tropischen Geschmacksrichtungen: Apfel-Ananas-Orange, Mango-Orange und Ananas-Zitrone.
Tipp: Vor allem Impulskäufer stehen auf Flic 'n' lics. Platzieren Sie den impulsstarken Tower-Display darum am besten direkt neben Ihrer Kasse.

1 Tri d'Aix Flic 'n' lic Tropical, 100 Stück im Tower-Display (Art.-Nr. 603629), EAN pro Display 4895060517867

Fotos: shutterstock, PR

Beef satt!

Neues vom Powersnack-Profi Jack Link's: Beef Bars. Die weichen, saftig-herzhaften Riegel sorgen für geballte Proteinpower und liegen perfekt in der Hand. Zwei Geschmacksrichtungen hauen richtig rein: das gewohnt herzhafte Beef Bar Original und das würzig-süße Beef Bar Sweet & Hot.
Schon gewusst? Alle Jack Link's Beef Bars sind aus 100 % Qualitätsrindfleisch, das mariniert und getrocknet wurde, liefern hochwertiges Protein und haben pro Stück nur 65 kcal: ein perfekter Sattmacher für unterwegs.

1 Jack Link's Beef Bar Original 14 x 22,5 g Rg. (Art.-Nr. 638795) •
2 Jack Link's Beef Bar Sweet & Hot 14 x 22,5 g Rg. (Art.-Nr. 638815)

1

Kekse! KitKat Chunky gibt's jetzt auch mit Cookie Dough

Cookie Dough ist nicht nur als Eis eine absolute Trendsorte, sondern auch als Schokoriegel. Vor allem kaufkräftige Millennials stehen auf den Geschmack von Keksteig.

Sein auffälliges Design macht den neuen Riegel zu einem absoluten Hingucker – und ergänzt optimal die KitKat Chunky-Sorten Milk, White und Peanut Butter.

1 KitKat Chunky Cookie Dough 24 x 42 g Rg. (Art.-Nr. 601425)

1

2

Em-eukal Ingwer Shot und Em-eukal Gummidrops Ingwer Kurkuma

Ein fruchtig-scharfes Geschmackserlebnis verspricht die neue Sorte des Jahres: Em-eukal Ingwer Shot. Wer lieber kaut als lutscht, greift zu den Em-eukal Gummidrops Ingwer Kurkuma. Beide Sorten sind angereichert mit Vitamin C und bieten das perfekte Shot-Erlebnis in Bonbon-Form.

Em-eukal Gummidrops Ingwer Kurkuma sind im 90-Gramm-Beutel erhältlich. Und Em-eukal Ingwer Shot im 75-Gramm-Beutel, der zu 85 Prozent aus einem hohen Papieranteil besteht. Das freut umweltbewusste Kunden!

1 Em-eukal Gummidrops Ingwer Kurkuma, zuckerhaltig, 20 x 90 g Bt. (Art.-Nr. 604215) • **2** Em-eukal Ingwer Shot, gefüllt, zuckerhaltig, 20 x 75 g Bt. (Art.-Nr. 604214)

Echt herzhaft, voll süß!

Langweilige Laugenbrezel? Das war einmal! Ditsch sorgt für eine Geschmacksrevolution, und das gleich doppelt. Einmal herzhaft, mit einer Kräuterbutter-Füllung und einem Topping aus getrockneten Kräutern. Und einmal süß-salzig mit der exotischen „Salted Caramel"-Füllung, abgerundet durch ein Topping aus Butterkekskrümeln.

Unkomplizierter geht's nicht: Beide Brezel sind fertiggebacken. Einfach auftauen oder kurz in den Ofen schieben.

1 Laugenbrezel, gefüllt mit Kräuterbutter, 81g Rg. (Art.-Nr. 847745) • **2** Laugenbrezel, gefüllt mit Salted Caramel, 88g Rg. (Art.-Nr. 847598)

1

2

Die Top-Seller von Monster Energy

Monster Energy bietet eine Reihe von Produktplattformen an, vom klassischen Monster Green über zucker- und kalorienfreie Produkte aus der Ultra-Range bis hin zu Saft- und Tee-basierten Geschmacksrichtungen. Die „Monster Energy Five Must Stocks“ bilden die absatzstärkste bzw. potenzialträchtigste Variante jeder Produktplattformen ab: Monster Green, Ultra White, Mango Loco, Rossi und Rehab Peach.

Auf Augenhöhe platziert, werden Energy Drinks gern spontan mitgenommen.

1 DPG Monster Rossi The Doctor 12 x 0.50 l Ds. (Art.-Nr. 634524) • **2** DPG Monster Rehab Peach 12 x 0.50 l Ds. (Art.-Nr. 225756) • **3** DPG Monster Mango Loco 12 x 0.50 l Ds. (Art.-Nr. 211170) • **4** DPG Monster Ultra White 12 x 0.50 l Ds. (Art.-Nr. 201727) • **5** DPG Monster Energy 24 x 0.50 l Ds. (Art.-Nr. 018655)

Fotos: shutterstock, PR

Sweet Stories®
Ketten & Uhren
Der Klassiker aus der Kindheit

Natürliche Farbstoffe & Aromen

Jetzt mit noch mehr Inhalt!

LL Art.-Nr.: 604465

tri d' Aix INTERNATIONAL

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

FÜNF RITUALE, DIE IHNEN HELFEN, IHREN ARBEITSTAG PRODUKTIVER ZU GESTALTEN

Sie haben jeden Tag tausend Dinge auf Ihrer To-do-Liste?
Schaffen es aber nie, sie konzentriert abzuarbeiten?
Mit diesen RITUALEN geht das im Nullkommanichts!

Fokussiert in den Tag starten

Überlegen Sie sich schon auf dem Weg zur Arbeit (oder zu Hause am Frühstückstisch), welche drei Dinge Sie an diesem Tag unbedingt erledigen wollen. Im Shop angekommen, sollten Sie diese Aufgaben dann sofort in Angriff nehmen. Wenn das klappt, können Sie schon vormittags drei Haken hinter Sachen machen, die Sie ansonsten durch den Tag schleppen müssten.

Büroarbeit am Stück erledigen

Wer den ganzen Tag über seine E-Mails checkt und mal hier, mal dort ein paar Minuten für Büroarbeit abzwackt, kann sich nicht wirklich konzentriert um wichtige Korrespondenz kümmern. Besser ist es, sich morgens und abends gezielt jeweils 30 Minuten für Buchhaltung und Co. zu reservieren. Bitten Sie Ihre Mitarbeiter darum, Sie während dieser Zeit nicht zu stören.

Große Aufgaben stückeln

Manche Aufgaben sind zu groß, als dass man sie an einem einzigen Tag erledigen kann. Anstatt diese Mammut-To-dos immer wieder vor sich herzuschieben, sollte man sie in mehreren Teilen bewältigen. So kommt man Stück für Stück mit der Arbeit voran – und kann jeden Etappensieg feiern.

Hilfe von anderen annehmen

Denken Sie immer dran: Chefs müssen nicht alles selber machen. Bestimmte Aufgaben können problemlos delegiert werden. Das verschafft Ihnen Zeit, sich auf die wirklich wichtigen Dinge zu konzentrieren. Am besten besprechen Sie jeden Morgen mit Ihren Mitarbeitern, wer welche Aufgaben für Sie übernehmen kann.

Deadlines setzen und einhalten

Sehr hilfreich ist es auch, sich selbst (und den Angestellten) feste Termine zu setzen, bis wann bestimmte Aufgaben erledigt sein müssen. Deadlines sorgen unweigerlich dafür, dass man weniger aufschiebt – und am Ende wesentlich mehr geschafft hat.

Serie CATEGORY CHECK Teil 13

DIE TOP 10: WINTER-AUTOZUBEHÖR

Wenn der Winter naht und die Tage wieder kürzer werden, ist es Zeit, in puncto WINTER-AUTOZUBEHÖR aufzurüsten. Hier erfahren Sie, welche die am häufigsten nachgefragten Artikel sind.

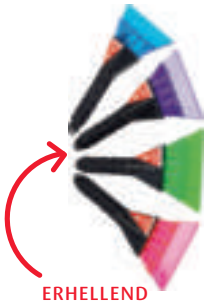
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
OSRAM H7 Standard 12V/55W Scheinwerfer	SONAX AntiFrost & KlarSicht gebrauchsfertig	APA Starthilfekabel Alu-Tec 25 mm² Otto	SONAX AntiFrost & KlarSicht gebr. Ice Fresh	SONAX AntiFrost & KlarSicht Konzentrat	SONAX Scheiben-Enteiser	APA Eiskratzer Trapez	APA Auto-Schneebesen	HÜNERSDORFF Reserve Kraftstoffkanister 5 l Premium, schw.	OSRAM H1 Standard 12V/55W
1 x 10 St.	6 x 2000 ml Fl.	1 St.	4 x 3000 ml Bt.	6 x 1000 ml Fl.	6 x 500 ml Fl.	25 St.	20 St.	12 x 5,00 l Ka.	10 x 1 St.
Art.-Nr. 329735	Art.-Nr. 133606	Art.-Nr. 679885	Art.-Nr. 964734	Art.-Nr. 133562	Art.-Nr. 640237	Art.-Nr. 238515	Art.-Nr. 238539	Art.-Nr. 797211	Art.-Nr. 087761

Fotos: shutterstock, Lekkerland, PR

INTERVIEW

„Shopbetreiber sollten ab Ende Oktober Winter-Autozubehör vorrätig haben“

Welche AUTOZUBEHÖR-Produkte Sie in der kalten Jahreszeit im Angebot haben sollten, weiß Lekkerland Experte Michael Lindmeyer.



ERHELLEND
Mit dem LED-Eiskratzer wird es in der Dunkelheit leichter, die Autoscheiben freizukratzen.

LED Eiskratzer Display
24 x 1 St.
(Art.-Nr. 399620)

Herr Lindmeyer, ab wann sollten Shopbetreiber in Sachen Winter-Autozubehör aufrüsten?
MICHAEL LINDMEYER: Der Start der Wintersaison ist selbstverständlich von der Witterung abhängig. Die Erfahrung hat gezeigt, dass unsere Kunden ab Ende Oktober in der Lage sein sollten, Endkonsumenten Winter-Autozubehör anzubieten.

Welche Produkte dürfen in keinem Sortiment fehlen?
Die Hauptartikel sind Winterklarsicht, sowohl als Konzentrat als auch als Fertiggemisch. Weiterhin gehört der Scheiben-Enteiser ins Programm. Kunden, die einmal davon überzeugt wurden beziehungsweise erlebt haben, dass das morgendliche Eiskratzen mittels Scheiben-Enteiser nicht notwendig ist, werden den Artikel dauerhaft nutzen. Für die, die lieber Eis kratzen möchten, sind ein Eiskratzer sowie ein Schneebesen im Programm. Zusätzlich zeigt sich, dass mit Beginn der Dunkelheit das Thema Autolicht stärker nachgefragt wird. Tankstellenbetreiber, die ihre

MICHAEL LINDMEYER
Head of Non-Food & Purchasing Development, Lekkerland Deutschland GmbH & Co. KG

Kunden gegebenenfalls auf defekte Beleuchtung hinweisen, können einen Zusatzumsatz generieren. Auch Starthilfekabel werden im Winter stärker nachgefragt als in den Sommermonaten.

Bei Fragen zum Winter-Autozubehör-Sortiment wenden Sie sich an Ihren bekannten Lekkerland Ansprechpartner.

ARBEIT AUF ABRUF:

WAS ARBEITGEBER WISSEN MÜSSEN

Im Shop ist kaum ein Tag wie der andere: Mal ist es eher ruhig, dann wieder brummt der Laden mit einem Mal wie verrückt. Gerade in unvorhergesehenen Spitzenzeiten hilft es sehr, wenn Shopbetreiber MITARBEITER AUF ABRUF ANFORDERN können. Wie das funktioniert und welche Regeln Chefs dabei beachten müssen, erfahren Sie hier.

Illustration: shutterstock

Ein paar rechtliche Grundlagen vorweg: Die Möglichkeit, dass Arbeitgeber „Arbeit auf Abruf“ einfordern und Mitarbeiter flexibel einsetzen können, ist in § 12 des Teilzeit- und Befristungsgesetzes geregelt. Darin heißt es: „Arbeitgeber und Arbeitnehmer können vereinbaren, dass der Arbeitnehmer seine Arbeitsleistung entsprechend dem Arbeitsanfall zu erbringen hat.“

Man kann Arbeitnehmer also einstellen, ohne ihnen feste Arbeitszeiten zuzuweisen. Allerdings sollte unbedingt eine durchschnittliche wöchentliche Arbeitszeit im Arbeitsvertrag fixiert werden. Seit 2019 gelten ansonsten automatisch 20 Stunden wöchentlich als vereinbart. Auch sollte die Dauer der täglichen Arbeitszeit vertraglich festgehalten werden. Ist dies nicht der Fall, müssen Arbeitgeber die Arbeitsleistung des Arbeitnehmers laut Gesetz jeweils für mindestens drei aufeinanderfolgende Stunden in Anspruch nehmen.

Das gilt bei Zusatzbedarf und Minderabruf

Bei der Festlegung der durchschnittlichen wöchentlichen Arbeitszeit ist es auch wichtig, die Regelungen bei Zusatzbedarf und Minderabruf zu bedenken. Hier gilt: Wenn im Aushilfsvertrag eine Mindestarbeitszeit von 20 Stunden festgelegt ist, aber mehr Arbeit anfällt (etwa im Weihnachtsgeschäft oder im Hochsommer), darf der Arbeitgeber laut Gesetz nur bis zu 25 Prozent der wöchentlichen Arbeitszeit zusätzlich abrufen. Er könnte von der Aushilfe also höchstens 25 Stunden Arbeit pro Woche einfordern. Ist im Vertrag eine Höchstarbeitszeit von 20 Stunden vereinbart, darf der Arbeitgeber laut Gesetz nur bis zu 20 Prozent der wöchentlichen Arbeitszeit weniger abrufen. Die Aushilfe darf in diesem Beispiel also nicht weniger als 16 Stunden eingesetzt werden.

Abruf muss mindestens vier Tage im Voraus erfolgen

Wer Aushilfen beschäftigt, kann diese nicht morgens anrufen und für denselben Nachmittag einbestellen. Laut Gesetz müssen Arbeitgeber den Teilzeitkräften mindestens vier Tage im Voraus mitteilen, wann sie arbeiten sollen. Ansonsten hat der Arbeitnehmer ein sogenanntes Leistungsverweigerungsrecht und muss nicht erscheinen. Tut er dies doch, beruht das auf Freiwilligkeit.

Weitere Informationen zum Thema finden Sie in der Broschüre „Teilzeit – alles, was Recht ist“ des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales unter www.bmas.de („Service“ – „Medien“ – „Publikationen“).

GUT ZU WISSEN:

Haben Arbeitnehmer auf Abruf einen Anspruch auf Urlaub?

Ja. Aushilfen und Teilzeitkräfte unterliegen dem normalen Arbeitsrechtsschutz. Sie haben also Anspruch auf Urlaub und Feiertagszuschläge, genießen Kündigungsschutz und haben ein Recht auf Elternzeit. Dasselbe gilt für die Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall. Als Berechnungsgrundlage wird dabei grundsätzlich die Durchschnittsarbeitszeit der letzten drei Monate vor Beginn der Arbeitsunfähigkeit bzw. dem Feiertag festgelegt. Abweichende Berechnungsgrundlagen durch Tarifverträge sind möglich.

DR. C. SOLDAN®

SCHARF. LECKER. UMSATZSTARK.

Holen Sie sich mit Em-eukal den Food-Trend Ingwer Kurkuma in Ihr Süßwaren-Regal!

20 x 75g Beutel
LL-Art.-Nr.: 604214

20 x 90g Beutel
LL-Art.-Nr.: 604215

Lekkerland

Em-eukal®
Nur echt mit der Fahne.

em-eukal.com gummidrops.com

EINZELSTÜCKARTIKEL-BESTELLUNG:

GANZ WIE SIE WÜNSCHEN!

Ab sofort können Sie bei der Einzelstückartikel-Bestellung (kurz: ESA) PREMIUM-SPIRITUOSEN und PREMIUM-WEINE ganz nach Belieben in 6er-, 9er- oder 12er-Kartons miteinander kombinieren.

Premium-Spirituosen wie Gin, Wodka und Co. gehören heute unbedingt ins Sortiment. Der Absatz der Trendgetränke steigt seit Jahren stetig an. Doch auch edle Weine bescheren Shopbetreibern gute Umsätze bei exzellenten Margen. Damit Sie Ihr Angebot in beiden Kategorien ohne zu große Kapitalbindung so abwechslungsreich wie möglich gestalten können, haben wir für Sie die Einzelstückartikel-Bestellung (ESA) entwickelt. Diese ermöglicht es Ihnen, Premium-Spirituosen und Premium-Weine statt kartonweise nun auch flaschenweise aus einer Auswahl von 200 Sorten, nach Ihren Wünschen zusammenzustellen. Ab sofort können Sie sogar Spitzenweine und Premium-Spirituosen miteinander kombinieren! Tipp: Fügen Sie Ihren Bestellungen auch außergewöhnliche Spezialitäten hinzu. Beispielsweise die angesagten O'Donnell-Schnäpse und -Liköre im Einmachglas für leckere Cocktails, auch im Geschenkkarton mit praktischem Ausgießer.

Den aktuellen ESA-Katalog können Sie hier downloaden: https://www.lekkerland.de/dienstleistungen/weinkonzept/

1

Knallharte Nuss

ZUTATEN:
2 cl Harte Nuss
2 cl High Proof
4-6 Eiswürfel

REZEPT:
1. Eiswürfel in einen Tumbler geben.
2. Harte Nuss und High Proof dazugeben, kurz umrühren.

TIPP
Empfehlen Sie Ihren Kunden ein leckeres Cocktailrezept!

4 5

EINZELSTÜCKARTIKEL-BESTELLUNG

So geht's:

Das „ESA-Premium Spirituosen & Wein-Sortiment" muss in einem separaten Auftrag bestellt werden. Bestellungen sind per Anruf/Fax unter der zentralen Rufnummer: 0208 4954-361 oder der Faxnummer: 0208 4954-222 im LC Oberhausen oder per E-Mail an: bestellung.oberhausen@lekkerland.de möglich. Eine Bestellung ist nur in 6er-, 9er- bzw. 12er-Kartons sortiert möglich. Die Bestellungen werden Ihnen vom Logistik-Center Oberhausen per Lekkerland Parcelservice via DHL geliefert. Unter Berücksichtigung eines 48-Stunden-Bestellvorlaufs ist die Belieferung hier von Montag bis Samstag möglich.

Foto: O'Donnell Moonshine GmbH, PR; Illustrationen: shutterstock

EDLE SPIRITUOSEN ZUM MIXEN UND VERSCHENKEN

Für diese edlen Mitbringsel brauchen Sie kein Geschenkpapier: Rum von Don Papa in der stilvollen bauchigen Flasche, Highland Park Malt im Geschenkkarton oder Schnäpse und Liköre von O'Donnell in Einmachgläsern, wie sie Schwarzbrenner während der amerikanischen Prohibition nutzten – auch im praktischen Kombiset mit Ausgießer.

1 O'Donnell Moonshine Bratapfel im Kombiset mit Ausgießer, 2 x 0.70 l Fl. (Art.-Nr.: 081052) • **2** Don Papa Rum, 1 x 0.70 l Fl. (Art.-Nr.: 074286) • **3** Highland Park Malt 12 Years, 1 x 0.70 l Fl. (Art.-Nr.: 735813) • **4** O'Donnell Moonshine Original 38 % vol., 1 x 0.70 l Fl. (Art.-Nr. 133959) • **5** O'Donnell Moonshine Harte Nuss 25 % vol., 1 x 0.70 l Fl. (Art.-Nr. 138163)

Das eiskalte Power-Duo

aus dem Schwarzwald

DER UNVERZICHTBARE KLASSIKER!

EISWÜRFEL Solid Frocks

- PREMIUM ICE - Teil 1

- Massive, leicht kegelförmige Voll-Eiswürfel
- Sehr lange Kühlwirkung
- Kein Verkleben im Beutel
- Problemlose Einzelentnahme
- Ideal für Getränkekühlung in Glas oder Wanne

ice frocks®

WWW.ICEFROCKS.COM

COCKTAIL ICE

- PREMIUM ICE - Teil 2

- Gleichförmige, feste kleine Eisstücke
- Schnelle Kühlwirkung
- Kein Verklumpen im Beutel
- Perfekt dosierbar und schüttfähig
- Auch für kleine Gläser geeignet

Unsere Weiterentwicklung von CRUSHED ICE!

DIE INNOVATION IM GLAS!

CRIO ice GmbH & Co. KG
Heimigstr. 1
75217 Birkenfeld

T +49 7231 28081 0
info@icefrocks.com

DEUSCHLAND IST IM STRESS

Zu viel Arbeit, zu wenig Zeit – 63 Prozent der Deutschen empfinden ihr Stresslevel im Job als hoch oder eher hoch.* Falls auch Sie mit Stresssymptomen zu kämpfen haben, können Ihnen unsere **6 Tipps zur Entschleunigung** auf Seite 34 sicherlich weiterhelfen.

E-AUTOS

Mehr Zeit für Snacks

Elektroautos schonen die Umwelt – und sorgen in Zukunft vermutlich für Umsatzsteigerungen im Gastronomiebereich von Tankstellenbetrieben. Im Unterschied zum „klassischen Tanken“ müssen für das Laden eines Elektroautos schließlich mindestens **15 Minuten** kalkuliert werden. Und die werden viele voraussichtlich im Tankstellenrestaurant verbringen: Wie eine Umfrage des Nürnberger Marktforschungsunternehmens Puls ergab, würden sich Autofahrer die Zeit, bis die Batterien ihrer Elektroautos aufgeladen wurden, am liebsten mit Shopping **(19 Prozent)**, Kaffeetrinken **(18 Prozent)** sowie mit Essen und Trinken **(13 Prozent)** vertreiben.**

44.300

NEUZULASSUNGEN

E-Auto-Boom in Deutschland: Seit Jahresbeginn 2020 wurden rund 44.300 Elektroautos neu zugelassen.***

Quellen: *YouGov Deutschland GmbH, 2019, **Puls Marktforschung GmbH (Mehrfachnennungen möglich), ***Statista; Foto und Illustration: shutterstock

VOM RICHTIGEN UMGANG MIT VERÄNDERUNG

In der heutigen Welt ist Veränderung das neue „Normal“. Axel Weber, Trainer und Coach bei Lekkerland, erklärt, WIE SHOPBETREIBER MIT SICH STÄNDIG WANDELNDEN GEGEBENHEITEN AM BESTEN UMGEHEN können.

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

Herr Weber, die Coronakrise und Veränderung – was hat das eine mit dem anderen zu tun?
Axel Weber: Die Corona-Pandemie hat weltweit enorme Einschränkungen des öffentlichen und privaten Lebens mit sich gebracht – und Unternehmen damit gewissermaßen zu „Blitz-Transformationen“ gezwungen. Das gilt auch für den Unterwegskonsum: Aufgrund der plötzlich geltenden Social-Distancing-Maßnahmen und des dramatisch veränderten Kauf- und Konsumverhaltens der Endverbraucher musste er sich quasi über Nacht zahllosen neuen Herausforderungen stellen. Shopbetreiber waren gezwungen, in vielerlei Hinsicht umzudenken und umfassende, weitreichende Veränderungen zu bewältigen. Insofern war und ist die Coronakrise für uns alle ein Crashkurs in Change Management.

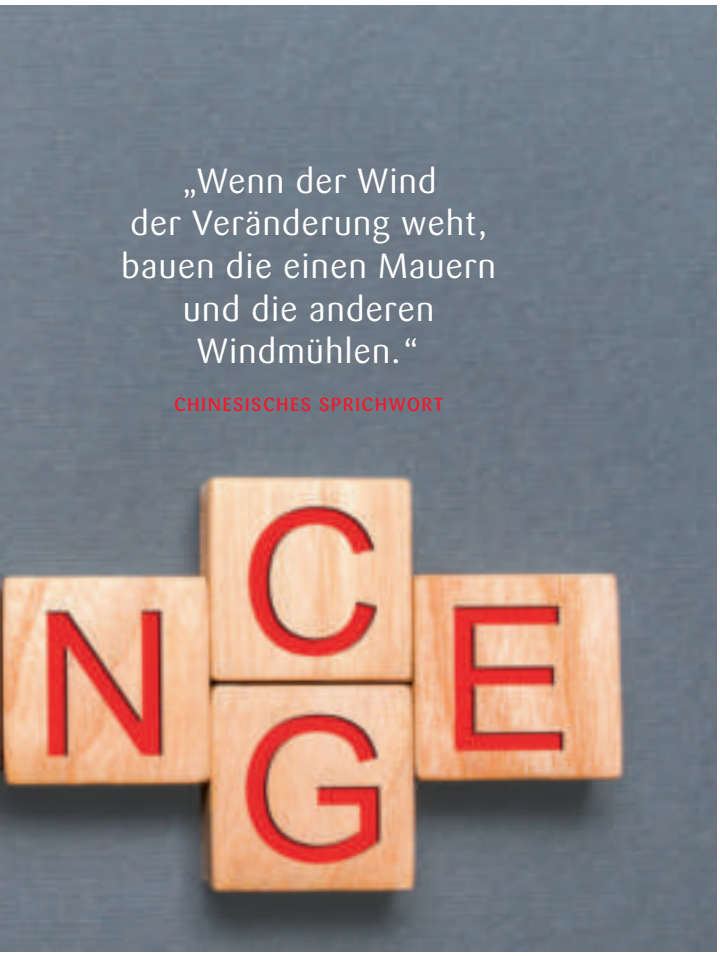
Was genau versteht man darunter?
Unter Change Management, also Veränderungsmanagement, lassen sich alle Aufgaben, Maßnahmen und Tätigkeiten zusammenfassen, die notwendig sind, um mit großen Veränderungen umzugehen. Das kann die Umsetzung neuer Strategien sein oder die Schaffung neuer Strukturen, Prozesse und Verhaltensweisen. Zum Glück ist es sehr vielen Shopbetreibern gelungen, sich recht schnell auf die neuen Gegebenheiten einzustellen. Wer nun aber glaubt, jetzt kämen wieder ruhigere Zeiten, irrt. Denn heutzutage kommt nach einer Phase des Wandels keine lange Phase, in der wieder alles „normal“ funktioniert.

Wie kommt das?
Unsere Welt ist heute extrem unstet und komplex. Die Geschwindigkeit, in der Organisationen sich verändern müssen, nimmt darum immer mehr zu. Insofern ist Veränderung inzwischen das neue „Normal“. Change ist nicht mehr die Ausnahme, sondern wird zur täglichen Herausforderung und auch zur Chance. Die Veränderungsfähigkeit und Agilität von Unternehmen wird dadurch wettbewerbsentscheidend. Nur wer es schafft, seine Strukturen, seine Abläufe und seine Strategie auf den konstanten Wandel einzustellen, flexibel und anpassungsfähig zu bleiben, wird in Zukunft Erfolg haben.

Wie schaffen Shopbetreiber diesen Change?
Führung ist dabei ein entscheidender Schlüssel. Der Veränderungsprozess gelingt vor allem dann, wenn es der Organisation gelingt, möglichst viele Mitarbeiter auf den Weg mitzunehmen. Dafür ist es unerlässlich, seinen Angestellten die Notwendigkeit von Veränderungen verständlich zu machen – und sie in die Prozesse der Transition, des Übergangs, einzubinden. Das Problem dabei ist: Nicht jeder Angestellte ist sofort von Änderungen der Arbeits- und Kommunikationsgewohnheiten begeistert. Viele blocken zunächst ab. Meist, weil sie Angst vor Veränderungen haben.

Wie schafft man es, diese Ängste und Bedenken aus dem Weg zu räumen?
Indem man den Mitarbeitern genau erklärt, welche Vision man verfolgt, warum die Veränderung von Bedeutung ist, welchen Plan man genau verfolgt, mit welchen Mitteln man ihn durchsetzen will und welche Kompetenzen es dafür braucht. Dabei ist es ganz wichtig, nichts auszulassen. Schafft man es beispielsweise nicht, den Mitarbeitern die Bedeutung und Notwendigkeit einer Veränderung verständlich zu machen, werden sie mit Widerstand reagieren. Fehlt dagegen der Plan, endet das Projekt im Chaos usw. Fehlende Kompetenzen sollten unbedingt vermittelt werden, um Ängste abzubauen und Selbstwirksamkeit zu schaffen.

Wie schafft man es, Veränderungsverweigerer für den Change ins Boot zu holen?
Zunächst einmal ist es wichtig, zu verstehen, dass Widerstand nicht etwas grundsätzlich Schlechtes ist, sondern vielmehr eine rationale Reaktion auf die Ankündigung einer Veränderung. Da Menschen unterschiedlich mit



Veränderungen umgehen, sollten Chefs die Ängste von Veränderungsverweigerern unbedingt ernst nehmen und die Ursachen für ihren Widerstand im Einzelnen erkunden. Nur so lassen sich diese mittels gezielter Maßnahmen überwinden. Am besten setzt man dabei auf die vier „P“ des Transitionsmodells nach Bridges.

Was genau besagen diese vier „P“?

Die vier „P“ – Purpose, Picture, Plan und Part to play – besagen, dass Mitarbeiter in jeder Phase des Veränderungsprozesses genauestens über die Bedingungen und Notwendigkeiten des angestrebten Wandels informiert werden müssen. Es muss also der Sinn und Zweck (Purpose) der Veränderung erläutert werden. Welche Probleme oder äußeren Umstände erzwingen den Wandel? Und: Was würde passieren, wenn wir nicht reagieren, welche Konsequenzen hätte das? Zudem müssen das Zielbild (Picture) und der Plan kommuniziert werden. Ersteres verdeutlicht die unternehmerische Vision, Letzterer zeigt auf, wie genau das Zielbild erreicht werden soll. Darüber hinaus müssen Chefs ihren Mitarbeitern darlegen, inwiefern sie sich beteiligen können und müssen. Was ihre Rolle im Rahmen des Change-Prozesses ist – ihr Part to play – und wie sie sich aktiv für den Prozess einsetzen können. Auf diese Aufgaben sollten die Player so gut wie möglich vorbereitet werden.

Fotos: shutterstock, Lekkerland

5 SÄTZE, DIE SIE UND IHRE MITARBEITER NIE ZU KUNDEN SAGEN SOLLTEN

Als Shopbetreiber wissen Sie: KUNDENZUFRIEDENHEIT ist das A und O für Ihren Erfolg. Deswegen ist es wichtig, stets höflich und respektvoll zu bleiben. Und Floskeln zu vermeiden, die beim Kunden den Eindruck erwecken könnten, dass er nicht geschätzt oder ernst genommen wird. Was Sie besser nicht sagen sollten ...

1:
„Da bin ich leider überfragt."

Stimmt schon: Niemand ist vollkommen. Und keiner kann alles wissen. Allerdings hat der Kunde ein Recht auf eine kompetente Antwort – ganz egal, worum es geht. Anstatt ihn abzuwimmeln, sollten Ihre Mitarbeiter ihm deutlich signalisieren, dass sie sich um das Anliegen des Kunden kümmern. Etwa indem sie ihm sagen: **„Einen Moment, bitte, ich muss meinen Chef/Kollegen fragen."**

2:
„Moment, ich bin gerade mit etwas anderem beschäftigt."

Mal ehrlich: Wertschätzung geht anders. Wer seinem Kunden derart abweisend begegnet, deutet an, dass ihm andere Dinge wichtiger sind als das Kundenwohl. Das heißt nicht, dass Sie oder Ihre Angestellten sofort alles stehen und liegen lassen müssen, sobald jemand Sie anspricht. Höflicher dem Kunden

gegenüber ist es aber, ihn mit den Worten **„Ich bin gleich für Sie da!“** um Geduld zu bitten.

3:
„Dafür bin ich nicht zuständig.“

Es kann durchaus sein, dass einer Ihrer Mitarbeiter für einen bestimmten Warenbereich oder einen bestimmten Service nicht zuständig ist. Das kann der Kunde allerdings nicht wissen. Damit er sich auch in einem solchen Fall bestens beraten fühlt, sollten Ihre Mitarbeiter ihm dann aber mitteilen, dass sie sich darum kümmern, sein Anliegen zu klären. Etwa indem sie ihm sagen: **„Ich hole kurz meine Kollegin/meinen Kollegen, der kann Ihnen bestimmt schnell weiterhelfen.“**

4:
„Für dieses Problem habe ich leider auch keine Lösung.“

Es gibt wenig, was Kunden so sehr ärgert wie dieser Satz. Denken Sie daran: Für Sie

„Kein Geschäft, das glückliche Kunden hat, ist jemals gescheitert.“

WARREN BUFFETT
US-amerikanischer Unternehmer und Investor

Illustration: shutterstock

als Shopbetreiber (und für Ihre Angestellten) gibt es nichts Wichtigeres, als Ihre Kunden zufriedenzustellen. Selbst wenn Sie gerade nicht wissen, wie. Hier ist Ehrlichkeit und Zuwendung gefragt. Zum Beispiel indem Sie Ihren Kunden sagen: **„Ich verstehe, dass Sie verärgert sind. Was kann ich tun, um Ihnen zu helfen?“**

5:
„Da müssen Sie sich an meinen Chef wenden.“

Es gibt in jedem Betrieb Dinge, die Mitarbeiter nicht allein entscheiden können oder nicht allein entscheiden sollen. Auch in Ihrem Shop haben Sie letztlich das Sagen. Machen Sie Ihren Mitarbeitern aber klar, dass es nicht die Aufgabe des Kunden ist, sich persönlich mit ihren Anliegen an Sie zu wenden. Bitten Sie sie oder ihn stattdessen, dem Kunden in solchen Fällen zu sagen: **„Hierzu muss ich kurz mit meinem Chef Rücksprache halten. Ich kläre das eben für Sie.“**

Immer zur Hand, wenn du es brauchst.

Tempo

Stark für zarte Schnupfennasen

Tempo Taschentücher Original
6 x 10 Tücher
LL. Art. Nr. 138050

Für saubere Hände unterwegs

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

Tempo ist eine Marke von Essity · www.tempo-world.com

STRESS ABBAUEN:

6 TIPPS ZUR ENTSCHLEUNIGUNG

Wir leben in einer Zeit, in der wir stets möglichst viel in möglichst kurzer Zeit erledigen müssen. Die Folge: Wir sind gestresst, weil wir pausenlos von einem Termin zum anderen hetzen, unter Druck gesetzt von endlos langen To-do-Listen. Dagegen hilft nur eines: Entschleunigung! Hier kommen SECHS TIPPS ZUM STRESSABBAU.

1:
Einfach mal nichts tun

Um sich eine kleine Auszeit zu nehmen, muss man nicht gleich einen Tag freinehmen. Oft reicht schon eine Stunde, um wieder zur Ruhe zu kommen. Zeit, in der man ein Buch lesen, sich in die Badewanne legen oder einfach mal gar nichts machen kann. Egal, was Ihnen hilft, sich zu entspannen: Die Hauptsache ist, dass Sie sich regelmäßig bewusst Lücken in Ihrem Kalender für Mini-Auszeiten lassen.

2:
Wartezeiten zum Durchatmen nutzen

Ob in der Schlange an der Supermarktkasse, im Stau auf dem Weg nach Hause oder an der Bushaltestelle – warten zu müssen kann uns enorm stressen. Vor allem, wenn wir in Eile sind. Anstatt uns darüber zu ärgern, sollten wir diese Zeit allerdings bewusst zum Durchatmen nutzen. So geht die Wartezeit schneller um, und wesentlich entspannter ist es auch.

3:
Ab und zu offline gehen

Durch Handy und Co. sind wir einer ständigen Informationsflut ausgesetzt, ständig erreichbar und ständig unter dem Druck, etwas zu verpassen. Auch das stresst. Abhilfe schafft es, im Alltag hin und wieder ganz bewusst auf Smartphone, PC und Tablet zu verzichten und ein paar Stunden am Tag offline zu gehen.

TIEF DURCHATMEN

Erste Hilfe bei akutem Stress

Wenn Ihnen mal wieder alles zu viel wird, hilft die 4-7-8-Atmung. Und so geht's: Berühren Sie mit der Zungenspitze den Gaumen, so als ob Sie ein „L" aussprechen möchten. Schließen Sie nun den Mund, und atmen Sie durch die Nase ein, während Sie innerlich bis vier zählen. Halten Sie nun den Atem an, und zählen Sie dabei innerlich bis sieben. Anschließend lassen Sie die gesamte Atemluft geräuschvoll durch den Mund ausweichen und zählen dabei innerlich bis acht. Wiederholen Sie die Übung viermal.

4:
Regelmäßig Sport treiben

Stress lässt sich auch mit Sport abbauen. Dabei spielt es eigentlich keine Rolle, ob Sie joggen oder walken, Yoga machen oder Fußball spielen. Wichtig ist, dass Sie sich dabei wohlfühlen und sich währenddessen voll und ganz auf das Training konzentrieren. Das macht den Kopf frei und hilft, Stresshormone abzubauen.

5:
Raus in die Natur gehen

Der neuste Trend in Sachen Outdoor-Wellness ist nicht umsonst das Waldbaden: Wälder sind großartig, um neue Energie zu tanken und den Kopf frei zu bekommen. Natürlich kann man sich auch in einem Park entspannen oder während eines Spaziergangs entlang grüner Straßen. Kleinere Spaziergänge an der frischen Luft kann man leicht in seinen Alltag einbauen, sei es in der Mittagspause, vor dem Schlafengehen oder direkt nach dem Aufstehen.

6:
Ein Hobby ausüben

Überlegen Sie doch mal, was Ihnen so richtig Spaß macht! Kartenspielen? Basteln? Handwerken? Puzzeln? Ganz gleich, womit Sie sich am liebsten die Zeit vertreiben: Wichtig ist, dass Sie sich Zeit für Ihre Hobbys nehmen. Am besten mehrmals pro Woche. So sind kleine Glücksmomente regelmäßig vorprogrammiert.

Foto: Stocksy; Illustration: shutterstock

MR. KNABBITS

Unsere VERKAUFS-SCHLAGER für Ihr Snackregal

ARTIKEL INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
128772		Mr. Knabbits Paprika Chips	20/150 g Beutel
717271		Mr. Knabbits Erdnüsse geröstet & gesalzen	24/200 g Dose
116470		Mr. Knabbits Ham & Cheese Krengels	14/75 g Beutel
116329		Mr. Knabbits Mexicana Snack	14/75 g Beutel
116350		Mr. Knabbits Paprika Löckchen	14/75 g Beutel
111502		Mr. Knabbits Salty Brezeln	24/250 g Beutel
128823		Mr. Knabbits Salty Sticks	12/150 g Beutel

Lekkerland
the convenience company

VOSS®
artesian water from norway

LEICHTE ERFRISCHUNG FÜR UNTERWEGS

NATÜRLICHE AROMEN • UNGESÜSST • 0 KALORIEN

Art.-Nr.
601906
Barcode
Artikelbezeichnung
VOSS Sparkling
Lemon Cucumber
Inhalt
12x0,33 l PET

Art.-Nr.
601905
Barcode
Artikelbezeichnung
VOSS Sparkling
Lime Mint
Inhalt
12x0,33 l PET

• LEMON CUCUMBER • LIME MINT

VERMARKTER IN DEUTSCHLAND:
COLUMBUS DRINKS GMBH
ISEKAI 1A • 20249 HAMBURG
WWW.COLUMBUS-DRINKS.COM

Mein Partner

DIE MY BASICS-FAMILIE HAT ZUWACHS BEKOMMEN

Ab sofort gibt es von **unserer beliebten Hausmarke** auch die zur Belegware passenden Backwaren. Auf Seite 38 stellen wir Ihnen die neuen knusprigen Theken-Stars vor.

WEIN

Prost!

Im vergangenen Jahr wurden in Deutschland stolze **20,4 Millionen Hektoliter** Wein genossen. Nur in Portugal, Frankreich und Italien ist der Weinkonsum höher. Pro Kopf trinken die Deutschen etwa **20,1 Liter** Wein im Jahr.* Das Ranking der beliebtesten Rebsorten führt in Deutschland der Riesling an, der fast **24 Prozent** der deutschen Anbaufläche für sich einnimmt. Auf **Platz zwei** liegt der Müller-Thurgau mit fast **zwölf Prozent** der deutschen Anbaufläche, **Platz drei** belegt der Spätburgunder **(elf Prozent).** Dahinter folgen der Dornfelder auf **Platz vier (sieben Prozent)** und der Grauburgunder **(6,5 Prozent)** auf **Platz fünf.****

2,9 MILLIONEN

Deutsche gönnen sich mehrmals pro Woche ein (oder zwei) Gläschen Wein. 12,11 Millionen konsumieren mehrmals pro Monat Wein.*

FRUCHTIG UND FEIN-WÜRZIG
Unser Hohenstaufer Grauburgunder passt perfekt zu Geflügel, Fisch- und Gemüsegerichten.

PF Hohenstaufer Grauburgunder, QbA, trocken, weiß, 6 x 1 l Fl. (Art.-Nr. 469227)

Quellen: *Statista; **Deutsches Weininstitut; Fotos: Stocksy, PR

HERRLICH BUTTERIGER GESCHMACK

Die my basics-Croissants sind sowohl pur als auch belegt ein Genuss. Der perfekte Snack für zwischendurch hat einen herrlich butterigen Geschmack und eine feinblättrige Struktur.

1 my basics Schoko-Nuss-Croissant 48 x 90 g St. (Art.-Nr. 601339) • **2** my basics Premium Buttercroissant 80 x 80 g St. (Art.-Nr. 602061) • **3** my basics Butter-Schinken-Käse-Croissant 60 x 100 g St. (Art.-Nr. 602058)

KNUSPRIGE THEKEN-STARS

INNEN SAFTIG, AUSSEN KNUSPRIG

Die my basics-Laugenprodukte werden aus sorgfältig ausgewählten Zutaten hergestellt. Sie sind innen saftig, außen knusprig und sofort nach dem Backen verzehrfertig.

1 my basics Laugenbrezel „Schwäbische Art“ 80 x 110 g St. (Art.-Nr. 470175) • **2** my basics Laugenstange 80 x 110 g St. (Art.-Nr. 601878)

Die my basics-Familie hat Zuwachs bekommen: Ab sofort gibt es von unserer beliebten Hausmarke auch die zur Belegware passenden BACKWAREN.

Herzhafte Frikadellen, leckere Schnitzel, köstlicher Aufschnitt, delikater Käse, aromatischer Räucherlachs: Zum Sortiment unserer Hausmarke my basics gehören neben hochwertigen Foodservice-Kernzutaten wie Kaffee, Milch und Eier schon seit Längerem eine Vielzahl appetitlicher Belegware-Artikel. Ab sofort sind von myBasics auch die dazu passenden Backwaren erhältlich: knusprige Brötchen, butterige Croissants und saftige Laugenprodukte.

Kurze Backzeit, lange Standzeit

Wie alle my basics-Produkte sind auch die sieben neuen Backwaren nach dem Motto „kurze Backzeit, lange Standzeit“ optimal auf Ihre Foodservice-Bedürfnisse abgestimmt. Dazu kommt: In bekannter my basics-Manier sind selbstverständlich auch die my basics-Backwaren von ausgezeichneter Qualität, zählen dabei aber dennoch zum Preiseinstiegssegment.

GOLDBRAUN VORGEBACKEN

Die neuen my basics-Brötchen sind die optimale Basis für Ihre belegten Brötchen. Sie werden goldbraun in handwerklicher Optik vorgebacken. So müssen sie im Shop nur kurz aufgebacken werden. Von Vorteil ist auch ihre lange Standzeit.

1 my basics Steinofen Kaiserbrötchen 100 x 70 g St. (Art.-Nr. 602062) • **2** my basics Bäckerbrötchen 80 x 75 g St. (Art.-Nr. 602059)

Fotos: shutterstock, Lekkerland

DER UMWELT ZULIEBE

Seit Juli werden alle Santa Emilia-Produkte in 100 % R-PET-FLASCHEN ausgeliefert.

Als Shopbetreiber wissen Sie, dass der steigende Stellenwert und die Bedeutung von Umwelt- und Klimaschutz sich zunehmend im Konsumverhalten der Endverbraucher widerspiegeln. Das gilt auch im Bereich Getränke: Immer mehr Menschen möchten ihren Durst mit nachhaltigen Produkten stillen. Mit den Mineralwässern der Lekkerland Eigenmarke Santa Emilia können Sie Ihren Kunden diesen Wunsch jetzt erfüllen: Seit Juli werden alle Santa Emilia-Produkte in 100 % R-PET-Flaschen abgefüllt, die ausschließlich aus recyceltem Plastik hergestellt werden. So leistet Santa Emilia einen Beitrag zum Umweltschutz – und Sie können bei Ihren Kunden punkten!

SO LÄUFT DER SANTA EMILIA-R-PET-KREISLAUF AB:
Santa Emilia wird seit Juli ausschließlich in 100 % R-PET-Flaschen abgefüllt. Die leeren Behältnisse werden gesammelt und sortiert, sorgfältig gereinigt und zu feinem Granulat zerkleinert. Dieses wird eingeschmolzen und zur Herstellung neuer Flaschen verwendet.

1 DPG Santa Emilia Wasser mit Kohlensäure, 6 x 1.50 l Fl. (Art.-Nr. 222648) •
2 DPG Santa Emilia Wasser ohne Kohlensäure, 6 x 1.50 l Fl. (Art.-Nr. 222580)

100 % R-PET

NACHHALTIGKEITS-NACHWEIS
Jede Santa Emilia-Flasche ziert ab sofort ein „100 % R-PET"-Logo. So ist für Konsumenten auf den ersten Blick ersichtlich, dass die Produkte besonders nachhaltig sind.

ZEIT SPAREN
Shopbetreiber, die ihr Kassensystem an Lekkerland anbinden, können den Zeitaufwand für Bestellungen deutlich reduzieren.

Foto: Stefan Kröger

SCHNELL BESTELLT, SICHER GELIEFERT

Bestellungen aufgeben kostet Zeit. Shopbetreiber, die ihr KASSENSYSTEM AN LEKKERLAND ANBINDEN, können ihren Arbeitsalltag effizienter gestalten – und Fehler vermeiden.

Waren bestellen ist eine wichtige Aufgabe für Shopbetreiber, aber auch eine, die viel Zeit frisst: Sie müssen Produkte aussuchen, Artikelnummern notieren, dann die Ware per Mail, über das Telefon oder den Webshop bestellen. Obendrein kommt es dabei leicht zu Fehlern, etwa durch Zahlendreher in der Artikelnummer. Vielleicht ist der gewünschte Artikel auch derzeit nicht verfügbar. Ob die gewünschte Bestellung lieferbar ist, zeigt sich darum oft erst, wenn die Lieferung vor Ihrem Shop steht.

Möchten Sie sich unnötigen Arbeitsaufwand ersparen und Überraschungen vermeiden? Dann lassen Sie Ihr Kassensystem direkt an Lekkerland anbinden. Shopbetreiber, die das System nutzen, profitieren gleich von einer ganzen Reihe von Vorteilen.

Wissen, was geliefert wird

Der erste: Sie können rund um die Uhr bestellen, an sieben Tagen der Woche. Auf Wunsch erhalten Sie etwa 15 Minuten später eine Bestätigung. So erkennen Sie sofort, ob es bei der Bestellung zu Fehlern gekommen ist – etwa durch eine falsche Artikelnummer –, und können diese korrigieren.

Ein weiterer Vorteil der Kassenanbindung: Sobald Ihre Bestellung frakturiert wurde, erhalten Sie einen elektronischen Lieferschein. Der listet ganz genau auf, welche Artikel in

→

BESTELLBESTÄTIGUNG
Mit ihr kann der Shopbetreiber nachprüfen, ob seine Bestellungswünsche korrekt übermittelt wurden.

Lekkerland
Bestellungen werden rund um die Uhr aufgenommen. Auf Wunsch versenden wir eine Bestätigung an den Shopbetreiber.

Auslieferung

Die Ware wird ausgeliefert. Ohne unangenehme Überraschungen für den Besteller. Er weiß dank elektronischem Lieferschein bereits zuvor, was ihn erwartet.

ELEKTRONISCHER LIEFERSCHEIN

Nach der Rückmeldung des Logistikzentrums erstellt Lekkerland einen elektronischen Lieferschein für den Shopbetreiber, in dem exakt aufgeführt wird, welche Waren geliefert werden.

Lekkerland Logistikzentrum

Das Logistikzentrum gleicht die Bestellung mit dem Warenbestand ab, kommissioniert die Ware - und übermittelt die Daten der verpackten Bestellung an das Lekkerland Rechenzentrum.

OB SAUER ODER FRUCHTIG:
DER MIX FÜR STARKEN UMSATZ

30/12er Packung
LL Art.-Nr. 616379

30/12er Packung
LL Art.-Nr. 616139

Einzigartiges Kauerlebnis in den Geschmacksrichtungen FRUCHTIGER MIX und SAURER MIX

NEUES FORMAT

ERFOLG HAT EIN NEUES FORMAT

8/12er Packung
LL Art.-Nr. 617141

8/12er Packung
LL Art.-Nr. 617209

Bewährter Kaugummi – jetzt auch im praktischen Format für unterwegs!

welcher Menge auf der Palette stehen werden – und auch, falls die bestellten Mon Chéri nicht dabei sein werden, weil die Saison bereits beendet ist. Es gibt keine Überraschungen mehr – so können Sie der Lieferung entspannt entgegensehen und sie gut in ihren Arbeitsablauf einplanen.

Änderungen von Stammdaten automatisch aktualisieren

Auf dem Lieferschein stehen die Stammdaten aller bestellten Artikel. Wenn Sie über ein modernes Kassensystem verfügen, können Sie diese mit einem Klick aktualisieren! Die mühsame, fehlerträchtige händische Eingabe von geänderten Verpackungsgrößen, Artikelnummern oder Preisen – gerade bei Tabakwaren – entfällt. So sparen Sie bis zu 80 Prozent der Zeit, die Sie sonst zum Erfassen aufwenden!

80

Prozent

So viel Zeit können Shopbetreiber einsparen, wenn sie geänderte Artikeldaten wie Preis oder Verpackungsgröße nicht von Hand eingeben, sondern automatisch aktualisieren.

Der elektronische Datenaustausch mit dem Lekkerland Server ist sicher. Dafür sorgt eine sogenannte Public-Key-Authentifizierung, bei der ein individueller digitaler Schlüssel für Sie erstellt wird, der nur in Ihrem System hinterlegt ist. Lekkerland verlangt übrigens keine Gebühren für diesen Service. Möglicherweise entstehen jedoch Kosten auf Seiten Ihres Kassensystemanbieters.

So funktioniert die Anbindung

Sie wollen Zeit und Nerven sparen und Ihr Kassensystem anbinden lassen? Dann beauftragen Sie direkt Ihren bestehenden Kassensystempartner, oder starten Sie die Anbindung selbst über unser Kundenportal Mein Lekkerland im Service „Kassenanbindung“. Wir setzen uns dann für Sie mit Ihrem Anbieter in Verbindung.

Voraussetzung für eine Anbindung ist, dass Sie ein Kassensystem besitzen, das mit dem System von Lekkerland kompatibel ist. Bei Unsicherheiten dazu kontaktieren Sie gern den Mein Lekkerland Support.

Hier können Sie die digitale Anbindung Ihres Kassensystems starten: portal.lekkerland.de/kassenanbindung

ZAREWITSCH®

EISKALTE VODKA-MIXES FÜR UNTERWEGS

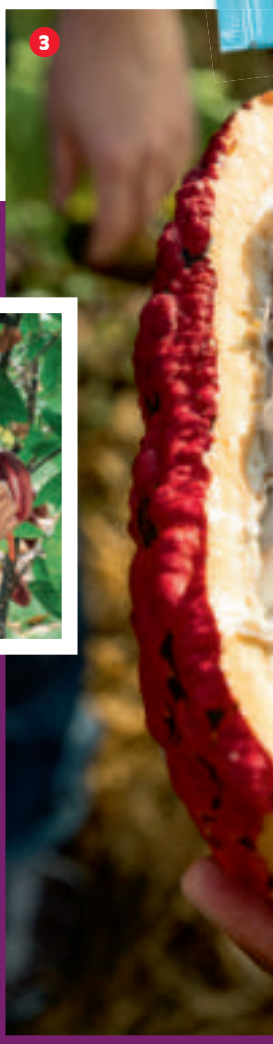
ARTIKEL INFO

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
380450		Zarewitsch Vodka Energy	24/250 ml Ds. DPG
217430		Zarewitsch Vodka Lemon	24/250 ml Ds. DPG

Lekkerland
the convenience company

QUADRATISCH. PRAKTISCH. GUT.

Treffender als der Slogan von RITTER SPORT kann ein Werbespruch nicht sein. Seit 1912 sorgen die Tafeln der ALFRED RITTER GMBH & CO. KG bei Schokoladenfreunden für Furore.



1. NACHHALTIGER KAKAOANBAU
Seit 2012 entsteht im Osten Nicaraguas mit „El Cacao“ die erste eigene Kakaoplantage von Ritter Sport.

Tafelschokolade in rund 40 verschiedenen Sorten und fünf Größen – vom kleinen Schokotäfelchen über Schokowürfel, Minis und die 100-Gramm-Quadrate bis zur 250-Gramm-Tafel –, das Sortiment von Ritter Sport ist wahrlich riesig. Mindestens ebenso gigantisch groß ist die Fangemeinde der bunten Schokoladenquadrate der Marke Ritter Sport: Die Produkte des 1912 gegründeten Familienunternehmens werden heute in mehr als 100 Länder exportiert.

Hergestellt werden die bunten Quadrate bislang allerdings allesamt am Firmensitz im schwäbischen Waldenbuch – einer idyllischen Kleinstadt zwischen Stuttgart und Tübingen. Erst ab Januar 2021 wird ein neues Ritter-Werk im österreichischen Breitenbrunn am Neusiedler See einen Teil der Schokoladenproduktion übernehmen. So kommt es, dass die überwiegende Mehrheit der rund 1.600 Mitarbeiter der Alfred Ritter GmbH & Co. KG. in Deutschland tätig ist.

Mehr als 500 Menschen beschäftigt das Unternehmen im Ausland: in Tochter- und Beteiligungsgesellschaften in Italien, Österreich, Russland, den Niederlanden, Großbritannien, Singapur, China und Nicaragua sowie in der US-amerikanischen Repräsentanz von Ritter Sport. Besonders zukunftsweisend ist dabei die Aufgabe der Mitarbeiter in Nicaragua:

2. HANDARBEIT
Die 15 bis 25 Zentimeter langen Kakaofrüchte werden per Hand geerntet. Je nach Sorte sind die Erträge eines Kakaobaums sehr unterschiedlich. Einige Bäume liefern nur 20, andere 50 Früchte.

3. WEICH GEBETTET
Im Innern von Kakaofrüchten, eingebettet in ein süßsäuerliches, weißes Fruchtfleisch, befinden sich die mandelförmigen Kakaobohnen.

4. MADE IN GERMANY
Alle Ritter Sport Schokoladen werden im zwischen Stuttgart und Tübingen gelegenen Waldenbuch produziert.

Dort entsteht seit 2012 mit „El Cacao“ die erste eigene Kakaoplantage von Ritter Sport. Mit nachhaltigem Anbau im Agroforstsystem, unangetasteten Wald- und Feuchtgebieten (knapp die Hälfte der 2.500 Hektar Gesamtfläche) zum Schutz der Artenvielfalt und umfangreichen Sozialleistungen für die rund 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter setzt „El Cacao“ neue ökologische und soziale Maßstäbe im Kakaoanbau. Langfristig wird die Plantage 20 bis 25 Prozent des Bedarfs an Kakaomasse von Ritter Sport decken.

Nachhaltigkeit ist Programm

Nachhaltigkeit wird bei der Alfred Ritter GmbH & Co. KG bereits seit 1912 großgeschrieben: In dem Familienunternehmen haben die Firmeninhaber schon aus eigenem Interesse heraus immer den Blick auch auf die nachfolgenden Generationen gerichtet – und damit auf die Auswirkungen des eigenen Wirtschaftens.

Da wundert es nicht, dass das Unternehmen als erster und bislang einziger großer Tafelschokoladenhersteller für sein gesamtes Sortiment ausschließlich zertifiziert nachhaltigen Kakao bezieht und Partnerschaften mit Bauern und Erzeugerorganisationen in wichtigen Anbauregionen etabliert hat, um über konkrete Programme vor Ort den nachhaltigen Kakaoanbau zu fördern. Auch die Verpackung der Schokoladen ist umweltfreundlich: Die seit 1991 verwendete Einstoffverpackung aus Polypropylen ist voll recycelbar, nach Cradle to Cradle zertifiziert und spart im Vergleich zu herkömmlichen Verpackungen erheblich Material ein. Es gibt also – einmal ganz abgesehen vom exzellenten Geschmack der Schokoladen – viele gute Gründe, zu den kunterbunten Köstlichkeiten zu greifen.

UNVERFÄLSCHTER KAKAOGENUSS
Die vier Single-Origin-Sorten der neuen Ritter Sport Kakao-Klasse haben einen Kakaoanteil von 55, 61, 74 bzw. 81 %.

1 Ritter Sport Kakao Klasse 55 % Die Milde aus Ghana 12 x 100 g Tf. (Art.-Nr. 490464) • **2** Ritter Sport Kakao Klasse 61 % Die Feine mit Kakao aus Nicaragua 12 x 100 g Tf. (Art.-Nr. 490279) • **3** Ritter Sport Kakao Klasse 74 % Die Kräftige mit Kakao aus Peru 12 x 100 g Tf. (Art.-Nr. 490382) • **4** Ritter Sport Kakao Klasse 81 % Die Starke mit Kakao aus Ghana 12 x 100 g Tf. (Art.-Nr. 604222)

Fotos: Stefan Loos / Ritter Sport, Ritter Sport (8), shutterstock

PlayStation

ANPFIFF ZUM REKORDUMSATZ:

FIFA 21 ERSCHIENEN

Stocken Sie jetzt Ihre PLAYSTATION STORE- und PLUS-GUTSCHEINKARTEN-Reserven auf. Diese werden garantiert regen Absatz finden!

Für Fußballfans war der 9. Oktober 2020 kein Tag wie jeder andere. Sie hatten ihn sich längst im Kalender rot angestrichen. Denn dann erschien das PC-/Konsolenspiel FIFA 21, ein Gaming-Hit, der Jahr für Jahr weltweit Rekorde für die meistverkaufte Neuheit aufstellt. Wenn Sie an dieser Erfolgsgeschichte teilhaben möchten, sollten Sie unbedingt Ihre Reserven an PlayStation Store- und PlayStation Plus-Gutscheinkarten aufstocken. Mit diesen können Ihre Kunden das Spiel bequem von zu Hause im PlayStation Store erwerben. Vor allem in Hinblick auf Weihnachten lohnt sich der Verkauf für Sie garantiert!

PLAYSTATION PLUS-GUTSCHEINKARTEN sind bei Lekkerland in zwei Wertstufen erhältlich: für 59,99 Euro für die zwölfmonatige Mitgliedschaft und für 24,99 Euro für ein Drei-Monats-Abo.

PLAYSTATION STORE-GUTSCHEINKARTEN, mit denen im PlayStation Store bezahlt werden kann, sind bei Lekkerland in drei Wertstufen erhältlich: für 10 Euro, 20 Euro und 50 Euro.

SPIELE ONLINE MIT PLAYSTATION PLUS

4K HDR

Fotos: PR

BEIDE VERSIONEN

Enthält Next-Gen-Konsolen-Upgrade*

*Für das Upgrade auf Konsolen ohne Laufwerk ist eine digitale Version erforderlich. Unterliegt Bedingungen und Einschränkungen. Einzelheiten unter https://www.ea.com/de/games/fifa/fifa-21/news/dual-entitlement-terms-and-conditions

PLAY HAS NO LIMITS

mentos®

Top-Seller für Ihre Kasse!

Frisch oder fruchtig: Die beiden Klassiker gehören zu den **Top 6 Bonbons** im Convenience-Kanal*.

Softe Karamellbonbons mit Schokofüllung – Schokogenuss **bei jeder Temperatur!**

Fruchtgenuss für unterwegs

Diese Bestseller dürfen an keiner Kasse fehlen!

Mentos Mint	LL Art.-Nr. 677190
Mentos Frucht	LL Art.-Nr. 677258
Mentos Erdbeer-Mix	LL Art.-Nr. 427923
Mentos Choco & Caramel	LL Art.-Nr. 657089

*Quelle: IRI, Bonbonmarkt, Tankstellen + Conv. Shops nach Konzernen, Marktanteil Umsatz in %, YTD bis KW 26/20

who says no to mentos ?

CFP BRANDS Süßwarenhandels GmbH & Co. KG

Ricola mentos Fisherman's Friend Chupa Chups SMINT. Center Shock

IM TREND:

FEINSCHNITT OHNE ZUSÄTZE

Loser Tabak wächst in der Gunst von Rauchern kontinuierlich. Insbesondere TABAKE OHNE ZUSÄTZE sind wichtige Umsatzgaranten im Shop.

Ob als Drehtabak in Pouch und Dose oder als Volumentabak zum Stopfen im Riesenbeutel und Jumbo-Eimer – loser Tabak ist sehr gefragt. Feinschnitt zum Drehen und Stopfen macht inzwischen ungefähr ein Drittel des Umsatzanteils* am Tabak-Gesamtmarkt aus. Besonders gestiegen ist die Nachfrage nach Tabak ohne Zusatzstoffe. Kein Wunder, denn sogenannte „Additive free"-Produkte passen perfekt in die heutige Zeit, in der Konsumenten bewusst auf Nachhaltigkeit setzen.

1

EUROPAS NUMMER 1: „PUEBLO"
Im Segment Tabak ohne Zusatzstoffe ist die Marke „Pueblo" Europas Nummer eins. Auch im aktuellen Lekkerland Ranking* belegt die 30-Gramm-Pouch „Pueblo Classic" den ersten Platz.

1 Pueblo Classic 10 x 30 g Pg. (Art.-Nr. 729446)

2

2 American Spirit Original Blue 5 x 30 g Pg. (Art.-Nr. 325324) •
3 Lucky Strike Origins USA Red 6 x 30 g Pg. (Art.-Nr. 923442)

3

4

5

4 Javaanse Jongens Classic 6 x 30 g Pg. (Art.-Nr. 920074) •
5 Pielroja Rolling Tobacco 5 x 30 g Pg. (Art.-Nr. 326545)

*Quelle: Lekkerland Absatzzahlen; Fotos: shutterstock

DIE KLARE NR. 1 –
jetzt noch relevanter

100% Beef

65 kcal pro Riegel

TANKSTELLE
UVP 1,69 €

Perfekt für unterwegs: einzeln verpackt im Riegelformat

Starke Innovation: Die herzhafte Alternative im Proteinregal

Sicher und sauber verpackt für unterwegs

DER IDEALE
FLEISCHSNACK
FÜR ZWISCHENDURCH

BiFi The Original

JACK LINK'S

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

ARTIKEL INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart	
638795		Jack Links Beef Bar Original	14/22,5 g St.	
638815		Jack Links Beef Bar Sweet & Hot	14/22,5 g St.	nur auf Vorbestellung

Lekkerland
the convenience company

HELL UND WARM
Lichter und Becher für Heißgetränke mit Winter- und Weihnachtsmotiven sind im Winter ein Renner

1 Licht Weihnachten 6 x St. (Art.-Nr. 384570) •
2 Licht Frohes Fest 6 x St. (Art.-Nr. 384556)* • **3** Emaillebecher Weihnachtszeit 6 x St. (Art.-Nr. 058113) •
4 Emaillebecher Frohes Fest 6 x St. (Art.-Nr. 098246) •
5 Licht Weihnachtszeit 6 x St. (Art.-Nr. 384621)*

GROSSER UMSATZ MIT KLEINEN GESCHENKEN

Gerade im Winter greifen Kunden gern zu den liebevollen GESCHENKARTIKELN der amv GmbH.

Während der kalten Jahreszeit sind kleine Mitbringsel extrem beliebt. Viele Kunden greifen spontan zu allem, womit man Freunden oder Familienmitgliedern eine kleine Freude bereiten kann: von Pillendosen über Teelichter, Emaille- oder Thermobecher bis hin zu Schokoladen in ansprechenden Geschenkverpackungen. Am besten sind solche Artikel so platziert, dass sie den Kunden regelrecht ins Auge stechen: in kompakten Verkaufseinheiten oder aufmerksamkeitserregenden Displays, an denen sie auf ihrem Laufweg vorbeikommen. Weitere Artikel finden Sie im Lekkerland Webshop.

PRAKTISCH UND SÜSS
Perfekte Mitbringsel: Mit heißen Getränken, sanften Lippen und Schokolade lässt sich die kalte Jahreszeit besser überstehen.

6 Schokolade Display Deluxe 6-fach sortiert 1 x 36 St. (Art.-Nr. 877805) • **7** Lippenbalsam Display Deluxe 1 x 24 St. (Art.-Nr. 603586) • **8** Thermobecher to go 250 ml Display „Zoo“ 1 x 9er St. (Art.-Nr. 821209)

* Abbildungen zeigen Vorder- und Rückseite

Illustration: shutterstock, PR

paysafecard

Online Cash pays off

Online bezahlen für alle

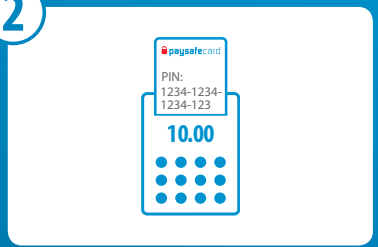
Mit paysafecard können Ihre Kunden im Internet mit Bargeld bezahlen: einfach, sicher und schnell – ohne Bankkonto oder Kreditkarte. Gewinnen Sie neue Stammkunden und generieren Sie zusätzliche Umsätze!

So einfach ist der Verkauf einer paysafecard:

1

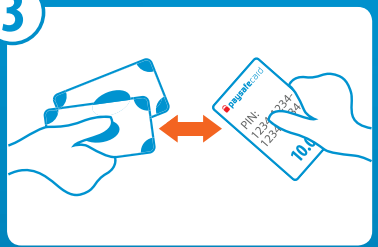
Der Kunde fragt nach einer paysafecard mit einem bestimmten Wert.

2



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

3



Übergeben Sie dem Kunden nach der Bezahlung den ausgedruckten Voucher.

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

www.paysafecard.com/business

Großes Potenzial für die kalte Jahreszeit!

Ricola AKTIV-FREI
Menthol o.Z.
50 g Böxli
LL Art.-Nr. 181517

Ricola AKTIV-FREI
Menthol o.Z.
75 g Beutel
LL Art.-Nr. 181548

Ricola AKTIV-FREI
Menthol-Zitrone o.Z.
75 g Beutel
LL Art.-Nr. 601446

Ricola AKTIV-FREI
Menthol-Zitrone o.Z.
50 g Böxli
LL Art.-Nr. 601441

Ricola ist der **Marktführer** im Bonbonmarkt und eine der **Top 3 Marken im Convenience-Kanal**[1]

Mehr Umsatz: Ricola AKTIV-FREI Menthol ist **Wachstumstreiber** bei Menthol-Hustenbonbons[2]

Neue Verwender: Ricola AKTIV-FREI Menthol-Zitrone erreicht Verwender, denen ein pures Menthol-Bonbon zu stark ist[3]

[1] Quelle: IRi, Umsatz in €, Gesamtmarkt Bonbon, LEH > 200 qm +A/L/N +DM +APO + TS +Convenience Shops und Tankstelle + Conv. Shops nach Konzernen, MAT Juni 2020
[2] Quelle: IRi, Umsatz in €, Gesamtmarkt Bonbon, LEH > 200 qm +A/L/N +DM +APO + TS +Convenience Shops und Tankstelle + Conv. Shops nach Konzernen, Jul 2018 - Feb 2019 vs. Jul 2019 - Feb 2020
[3] Quelle: Ricola Connect Lemon Frost Top Line Report 2020