

Mein Shop

Nr. 2
2024

April & Mai

Lekkerland.de

SOMMER, SONNE, FUSSBALL-EM!

Kühle Getränke, Snacks, Grillgut und Impuls-Eis:
mit welchem Sortiment Sie vom
Start der Draußen-Saison profitieren können

EINBLICK

Von der Bestellung
bis zur Lieferung:
So funktioniert
die Lekkerland
Logistik - 30

TOP 10: KASSENZONE

Wie Sie an der
Shopkasse für mehr
Umsatz sorgen - 18

UNSERE EIGENMARKEN

Von Getränken bis
Backwaren: perfekt für
jede Region - 38



TOPSELLER ANDER KASSE



LL ART.-NR. 180327



LL ART.-NR. 489129



LL ART.-NR. 614493

+25,3%
UMSATZ-
WACHSTUM¹

92%
MARKEN-
BEKANNTHEIT²

**AUSGE-
ZEICHNETE
VIELFALT**

¹Quelle: Circana, Gesamtmarkt, Mentos Gum, Umsatz in €, MAT Dec 23 vs. VJ
²Quelle: Kantar Millward Brown 2022, gestützte Markenbekanntheit, n=881

YES TO FRESH **mentos**



Liebe Leserinnen und Leser!

Warme Tage, laue Nächte und im Sommer die Fußball-EM im eigenen Land: In den nächsten Wochen locken zahlreiche Anlässe die Menschen endlich wieder nach draußen. Das eröffnet Ihnen gute Absatz- und Umsatzchancen, denn sowohl zu geselligen Grillabenden als auch zum Public Viewing gehören leckere Snacks und Erfrischungen unbedingt dazu. In unserer Titelgeschichte ab Seite 8 lesen Sie, wie Sie den Start der Draußen-Saison mit dem passenden Sortiment für sich nutzen können.

Gute Angebote

Ganz einfach für mehr Umsatz sorgen können Sie auch, wenn Sie das Angebot im meistfrequentierten Bereich Ihres Shops, der Kassenzone, optimal gestalten. Denn an der Shopkasse gönnen sich Kund:innen gern spontan etwas Gutes. In unserem Category Check ab Seite 18 lesen Sie, mit welchen Produkten die Kassenzone perfekt bestückt ist.

Darum, Kund:innen ein attraktives Angebot zu machen, geht es auch in unserem Trend-Radar (ab Seite 50). Hier erfahren Sie, wie Sie der gestiegenen Preissensibilität der Verbraucher:innen am besten begegnen, welche Chancen der Trend birgt – und wie Lekkerland Tankstellenshops, Kioske und Co. dabei unterstützt, die Wünsche der Konsument:innen zu erfüllen.

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

Herzlichst,
Ihr

MARC BARTSCH
verantwortet als
Director Sales
Independent Customers
bei Lekkerland die
Zusammenarbeit mit
Kunden wie Convenience-
Shops und Kiosken.



Cover: Shutterstock
Fotos: Shutterstock, Bjoern Lueif

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



Redaktionsschluss 20.03.2024

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
Heiligegeistkirchplatz 1
10178 Berlin

E-MAIL
meinshop@c3.co

PROJEKTMANAGEMENT
Benjamin Taudien

REDAKTION
Elena Rudolph

MITARBEIT
Tatjana Pokorny (fr),
Florian Sievers (fr)

ART-DIREKTION
Melanie Kollath

FOTOREDAKTION
Michelle Jekel,
Ravenina Prawiradinata

LEKTORAT
Helmut Hillger (fr)

LITHO
RTK & SRS mediagroup GmbH

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

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

GET
more[®]
ViTS

Das Nr. 1 Vitamin-Wasser aus Großbritannien

ZUCKERFREI

WENIGER ALS
5 KALORIEN



100%
DEINER TÄGLICHEN
VITAMINE

Orange
621359

Mango & Passionsfrucht
621358

Zitrone & Limette
621360



getmorevits.com

Inhalt 02.2024



MEIN JOB

- 8 START DER DRAUSSEN-SAISON**
Kühle Getränke, Snacks, Grillgut und Impuls-Eis: mit welchem Sortiment Sie jetzt bei Ihren Kund:innen punkten können
- 16 Neue Mitarbeitende einstellen**
Die besten Fragen fürs Vorstellungsgespräch
- 18 Top 10: Kassenzone**
Schokoriegel, Kaugummis, Fleischsnacks und Co.: Diese Produkte sorgen an der Shopkasse ganz einfach für mehr Umsatz
- 20 Topseller**
Spannende Neuheiten und beliebte Bestseller aus unserem Sortiment

MEIN LEBEN

- 24 Von der Shop-Crew zum Dream-Team**
Wie das Team dank guter Führung gemeinsam noch erfolgreicher agieren kann
- 26 Personalführung**
Richtig delegieren – so geht's!

24

MEIN PARTNER

- 30 Hinter den Kulissen**
Von der Bestellung bis zur Lieferung: So funktioniert die Lekkerland Logistik
- 34 SERIE: Bistro-Ware optimal präsentieren**
Teil 5 unserer Serie „Erfolgreich mit der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie“
- 36 Ganz einfach schulen**
Neues digitales Lernmanagementsystem von Lekkerland
- 38 SERIE: Eigenmarken – überall beliebt**
Aus unserer Serie „Eigenmarken im Fokus“ 
- 40 Neu & trendy**
Innovative Newcomer für Ihren Shop
- 42 Leckeres aus dem Westerwald**
Die Backunion produziert frische Backwaren für Ihre Bistrotheke
- 44 FlixBus-Tickets verkaufen**
Neue Option für Prepaid-Kund:innen
- 46 Hübsch verpackt**
Geschenktüten und Co. von amv
- 48 Tabak**
Genuss pur: Zigaretten ohne Zusätze
- 50 SERIE: Genauer Blick auf die Preise**
Aus unserer Serie „Trend-Radar“

Fotos: Shutterstock, Lekkerland



18

EXKLUSIV BEI
LEKKERLAND



CARAMELISED
SALTED ALMOND &
NEW ZEALAND
HONEY

Nuii
ICE CREAM ADVENTURE™

CHOOSE YOUR NEXT
ADVENTURE

NEUHEIT



MILK CHOCOLATE &
ITALIAN
ROASTED HAZELNUT

ARTIKEL
INFO

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
632852		Nuii Caramelised Salted Almond & New Zealand Honey	20/90 ml
632848		Nuii Milk Chocolate & Italian Roasted Hazelnut	20/90 ml

Lekkerland
the convenience company

Foto: Shutterstock
Quellen: 1 Deutscher Kaffeeverband; 2 Iff Allensbach; 3 Kantar; 4 Tchibo Kaffeereport 2023; 5 Statista Consumer Market Insight

Mein Job

DIE TOP-10-ARTIKEL IN DER KASSENZONE

An der Shopkasse gönnen sich Kund:innen gern spontan etwas Gutes. In der Kassenzone können Shopbetreiber:innen darum ganz einfach für mehr Umsatz sorgen – wenn sie die beliebtesten Produkte anbieten. Welche das sind, lesen Sie in unserem Category Check ab Seite 18.



REKORDKONSUM VON COFFEE TO GO

**Kaffee außer
Haus ist in!**

Mit dem Ende der Coronapandemie schnellte der Kaffeeverbrauch außer Haus in Deutschland rasant in die Höhe. Zwischen April und Juni 2023 lag der Konsum laut Daten des Deutschen Kaffeeverbandes im Vergleich zum ersten Quartal um sechs Prozent höher. Hier kommen weitere interessante Zahlen:

**56
LITER**

Kaffee tranken die Menschen in Deutschland im Jahr 2023 im Schnitt „to go“ – so viel wie noch nie zuvor.¹

**29,28
MILLIONEN**

Kaffeetrinker:innen gibt es in Deutschland.²

**15,3
MILLIONEN**

Menschen in Deutschland gönnen sich zwei- bis dreimal täglich eine Kaffeepause.³

**3,4
TASSEN**

Kaffee täglich trinken die deutschen Kaffeetrinker:innen im Schnitt.⁴

6,44

MILLIARDEN EURO
Umsatz wurde allein in Deutschland 2023 mit Kaffee gemacht.⁵



ENDLICH ROLLT DER BALL WIEDER!

Sommer, Sonne, Fußball-EM - in den nächsten Wochen locken viele Anlässe die Menschen nach draußen, ob zum Public Viewing oder zum Picknick im Park. Mit dem passenden Sortiment an KÜHLEN GETRÄNKEN UND SNACKS, GRILLGUT und IMPULS-EIS können Sie den Start der Draußen-Saison für sich nutzen!



BELIEBT
Bier und Biermischgetränke, zum Beispiel von Bitburger, dem offiziellen Bierpartner der Fußball-EM, werden im Sommer besonders gern getrunken.

1 Bitburger Premium Pils, 2 x 5 l Ds. (Art.-Nr. 397928) • 2 DPG Bitburger 5 + 1 Pack, 4 x 6 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 221989) • 3 DPG Bitburger Pils, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 221732)



LEICHT UND SPRITZIG
Weiß- und Roséweine sind beliebte Begleiter für das Public Viewing oder das Picknick im Park.

4 FRZ LE Patron weiß, trocken, 6 x 1 l Fl. (Art.-Nr. 617927) •
5 Italien, Vina Augusta, Garganega Pinot Grigio, DOC, trocken, weiß, 6 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 020673) •
6 Pfalz, Hohenstauffer, Portugieser Rosé, QbA, mild, rosé, 6 x 1 l Fl. (Art.-Nr. 345031)



„Bereiten Sie sich darauf vor, das Spielfeld zu dominieren und Ihre Umsätze während der Fußball-EM zu steigern.“

JOSEF ABBAS
Verkaufsleiter, Lekkerland SE

Am 14. Juni um 21:00 Uhr ist es so weit: Dann beginnt mit dem Eröffnungsspiel Deutschland - Schottland in München hierzulande die Fußball-EM. Und wenn der Ball auf dem Spielfeld rollt, eröffnet dies viele Absatz- und Umsatzchancen für Shops. Denn egal ob daheim oder außer Haus, Fußballfans snacken gern und sind durstig.

Die Sportmarketing-Agentur ONE8y hat untersucht, was die Deutschen beim Fußballgucken gern essen und trinken. Dabei zeigte sich: Vor allem Bier, Softgetränke und salzige Snacks gehören für die meisten einfach dazu. Und weil viele Fußballfans zum Public Viewing oder zum Gucken mit Freund:innen draußen unterwegs sind, wird all das gern auch spontan an Kiosken, Tankstellen & Co. besorgt.

Geselliges Beisammensein
Aber auch vor und nach der Fußball-EM locken warme Tage und laue Nächte wieder viele Menschen nach draußen - zu Picknicks im Park, Grillpartys im Garten oder Musikfestivals im Grünen. Und auch zum geselligen Beisammensein gehören Snacks und Erfrischungen.

Die Kundschaft sucht verstärkt in Shops nach den passenden Getränken und Snacks für die Draußen-Saison - diese Chance sollten Sie unbedingt nutzen, besonders während der Fußball-Festwochen. „Bereiten Sie sich darauf vor, das Spielfeld zu dominieren und Ihre Umsätze während der Fußball-EM zu steigern“, sagt Josef Abbas, Verkaufsleiter bei Lekkerland. Mit einer breiten Auswahl - von gekühlten Getränken und Snacks über Grillgut bis Impuls-Eis - sowie mit stimmungsvollen Fußball-EM-Dekorationen wird Ihr Shop zum Anziehungspunkt für Fußballfans. So wirkt sich die warme Jahreszeit positiv auf Ihren Absatz und Umsatz aus!

Mehr Bier

Vor allem Bier und Biermischgetränke werden im Sommer deutlich mehr getrunken. Unbedingt ins Sortiment aufnehmen sollten Sie in diesem Jahr Bier von Bitburger, dem offiziellen Bierpartner der Fußball-EM - als 0,5-Liter-Dose oder auch als Fünf-Liter-Partyfass inklusive Zapfhahn. Weiß- und Roséweine bieten sich im Sommer ebenfalls als leichte und spritzige Begleiter für Public Viewings oder Picknicks im Park an. Ein einzigartig gutes Preis-Leistungs-Verhältnis finden Sie und Ihre Kund:innen mit Lekkerland Eigenmarken-Weinen wie Le Patron, Vina Augusta oder Hohenstauffer.

Auch Spirituosen sind im Sommer gefragt, vor allem Gin oder Rum zum Mixen. Die meisten Konsument:innen greifen gleich zu den praktischen, fertig gemischten Longdrinks (Premixed Longdrinks - PMLDs). „Für alle Getränke gilt: Sie sollten in Ihrem Shop stets gut gekühlt vorrätig sein - damit Ihre Kund:innen direkt genießen können“, sagt Lekkerland Experte Josef Abbas.

EM-TIPPS

So sprechen Sie Fußball-Fans an!

- ✓ Kreieren Sie Fußball-EM-Sonderangebote, die sich von der Konkurrenz abheben. Bieten Sie außerdem exklusive Bundles oder Pakete an, um Kund:innen anzulocken und den durchschnittlichen Wert eines Einkaufs zu steigern.
- ✓ Dekorieren Sie Ihren Shop mit Fußball-EM-Ausstattung - so schaffen Sie eine festliche Atmosphäre, die Konsument:innen in Kauflaune versetzt und sie zum Kauf zusätzlicher Produkte ermutigt.
- ✓ Nutzen Sie soziale Medien und andere Marketingkanäle, um Ihre speziellen Angebote und Promotions während der Fußball-EM zu bewerben und auf diese Weise potenzielle Kund:innen zu erreichen.

UNSERE SOMMERTIPPS

 JACK DANIEL'S Jack Daniel's & Coca-Cola	 GORBATSCHOW Gorbatschow & Lemon	 HAVANA CLUB Havana Club Cuban Rum & Cola	 GORDON'S Gordon's Gin & Tonic	 LILLET Lillet Berry
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 0,20 l Fl.
Art.-Nr. 636954	Art.-Nr. 282875	Art.-Nr. 601207	Art.-Nr. 623115	Art.-Nr. 622346

SPIRITUOSEN

Fotos: Getty Images; Lekkerland

Mein Job



ERSTE WAHL
Coca-Cola in allen Varianten steht im Sommer ganz oben auf der Beliebtheitskala.

- 1 DPG Coca-Cola, 12 x 0,5 l Fl. (Art.-Nr. 206948) •
- 2 DPG Coca-Cola Zero, 12 x 0,5 l Fl. (Art.-Nr. 207392)



Heiße Tage machen durstig

Heiße Tage, laue Nächte - in der warmen Jahreszeit werden Ihre Kund:innen früher oder später durstig. Dagegen helfen nicht alkoholische Getränke, also Softdrinks, Energydrinks oder kaltes, klares Wasser. Und auch viele Fußballfans möchten sich zwischendurch mal abkühlen und erfrischen.

Eine reichhaltige Auswahl an Getränken in Ihrem Sortiment ist darum besonders wichtig, in einem EM-Sommer mehr denn je. „Das gilt vor allem für Shops, an denen sich Zu-Hause-Schauende oder Public Viewer eindecken“, sagt Damir Kosovic, im Einkauf bei Lekkerland für alkoholfreie Getränke zuständig.

Newcomer und Klassiker

Gut zu wissen: Alkoholfreie Getränke wie Softdrinks, Wasser und Energydrinks machen mehr als die Hälfte der Getränkeabsätze in Kiosken & Co. aus, vor allem Produkte von Coca-Cola stehen im Sommer ganz oben. Darüber hinaus

„Mit einer Mischung aus Newcomern und Klassikern findet bei Ihnen jede:r das gesuchte Getränk.“

DAMIR KOSOVIC
Einkäufer alkoholfreie Getränke,
Lekkerland SE

dürfen Energydrinks nicht fehlen - neben dem Spitzenreiter Red Bull, von dem es mit Caruba-Holunderblüte wieder eine leckere Summer Edition geben wird, auch TAKE OFF in der 1-Liter-Flasche zum Mixen. Dazu kommt idealerweise noch ein ausgewogenes Sortiment an Limonaden, stillem und sprudelndem Wasser sowie Eistees, natürlich alles stets gut gekühlt.

In der warmen Jahreszeit greifen Kund:innen am liebsten zu bewährten Getränken. Unser Tipp: Bieten Sie trotzdem dazu immer wieder neue Geschmacksrichtungen abseits der etablierten Varianten an. „Mit einer ausgewogenen Mischung aus Newcomern und Klassikern findet bei Ihnen jede:r das Gesuchte im Getränkesortiment“, rät Damir Kosovic.



KALT UND KLAR
Eine Auswahl an stillem und sprudelndem Wasser gehört in jedes ausgewogene Getränkesortiment.

- 5 DPG Gerolsteiner Sprudel, 24 x 0,5 l Fl. (Art.-Nr. 202239) •
- 6 DPG Active O2 Cherry, 8 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 212740) •
- 7 DPG Santa Emilia Wasser ohne Kohlensäure, 4 x 6er, 24 x 0,5 l Fl. (Art.-Nr. 608120) •
- 8 DPG Santa Emilia Wasser mit Kohlensäure, 4 x 6er, 24 x 0,5 l Fl. (Art.-Nr. 608121)



UMSATZBRINGER
Klassische Paprikachips passen ideal zu kalten Getränken - und werden darum gern zusammen gekauft.

- 9 Mr. Knabbits Paprikachips, 20 x 150 g Bt. (Art.-Nr. 610847) •
- 10 funny-frisch Chipsfrisch ungarisch, 10 x 150 g Bt. (Art.-Nr. 621508)



LORENZ Nic Nac's Original
LAY'S Gesalzen
LAY'S Sour Cream & Onion
TUC Original
LORENZ Saltlets Sticks Classic

SNACKS				
14 x 110 g Bt.	9 x 150 g Bt.	9 x 150 g Bt.	24 x 100 g Pg.	12 x 150 g Bt.
Art.-Nr. 621947	Art.-Nr. 614389	Art.-Nr. 614390	Art.-Nr. 390529	Art.-Nr. 720390



MUNTERMACHER
Unterwegs Lust auf einen Eiskaffee? Ready-to-drink-Eiskaffee aus der Dose erfrischt und macht munter.

- 3 DPG Mr. Brown Cappuccino, 24 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 614569) •
- 4 DPG Nescafé RTD Latte, 12 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 613950)



RED BULL Original
RED BULL Sugarfree
MONSTER ENERGY Original
ROCKSTAR ENERGY Punched Guave
TAKE OFF Classic

ENERGYDRINKS				
24 x 0,25 l Ds.	24 x 0,25 l Ds.	24 x 0,5 l Ds.	12 x 0,5 l Ds.	24 x 0,5 l Ds.
Art.-Nr. 225807	Art.-Nr. 212353	Art.-Nr. 18655	Art.-Nr. 218853	Art.-Nr. 608095



„Bei Snacks zum Direktverzehr unterwegs sind kleine Packungseinheiten gefragt.“

STEFFEN MÜLLER
Director Buying & Category Management Food,
Lekkerland SE

Süßes und Salziges für gesellige Runden

Zu eisgekühlten Getränken in geselligen Runden sind süße Snacks oder salzige Knabberartikel ein perfekter Begleiter. „Vor allem Salziges wie Chips, Flips und Co. hat großes Cross-Selling-Potenzial, weil es ideal zu gekühlten Getränken passt“, sagt Steffen Müller, der als Director Buying & Category Management Food bei Lekkerland für das Angebot an süßen und salzigen Snacks sowie Eis verantwortlich ist. Deswegen sollten Snacks idealerweise in der Nähe des Getränkesortiments platziert werden - zum Beispiel auch als Kombinationsangebot. Das sorgt für reichlich Impulskäufe für Partys, Grill- oder Fußballabende.

Zu den Umsatzbringern zählen dabei klassische Paprikachips, Salzstangen oder Erdnussflips. Aber auch salzige Keksvarianten, naturbelassene Nussmischungen oder bewusste Alternativen wie etwa fettreduzierte Linsenchips werden schnell aus dem Regal gegriffen.

Kleine Packungen gefragt

Bei süßen Snacks steigt die Nachfrage nach alternativen Produkten, die bewussteren Konsum unterstützen. Dazu gehören Proteinriegel und andere Riegel mit Nahrungsmittelergänzung oder Trockenfrüchte. Auch vegane Snacks sprechen inzwischen eine breite Käufer:innenschaft an. „In jedem Fall sind bei Snacks zum Direktverzehr unterwegs kleine Packungseinheiten gefragt“, rät Lekkerland Experte Steffen Müller.



Sommerzeit ist Grillzeit

Egal ob im heimischen Garten oder im Park – überall werden jetzt die Grills angeworfen. „Sommer, Sonne und Grillen – das gehört einfach zusammen“, sagt Daniel Lufen, Head of Category Management/Einkauf Frische Convenience bei Lekkerland. Zu einem gelungenen Grillfest gehören Grillgut wie Würstchen und Co. sowie Beilagen wie Salate und Baguettes. Dazu kommen die notwendigen Non-Food-Produkte vom Grill über die Kohle bis zu Anzündern.

„Sommer, Sonne und Grillen – das gehört einfach zusammen.“

DANIEL LUFEN
Head of Category Management/
Einkauf Frische Convenience,
Lekkerland SE

Alles griffbereit

Das beliebteste Grillgut sind unverändert Bratwürste. Hier empfiehlt es sich, ein Markenprodukt neben preisattraktiven Eigenmarken anzubieten. Bei den Beilagen sollte ein Schwerpunkt auf Kartoffelsalat gelegt werden, dies in regionalen Varianten mit Mayonnaise oder Öldressing. Als i-Tüpfelchen eignen sich

KOMPLETT
Kund:innen kaufen im Shop gern eine umfassende Grillausrüstung aus Grill, Kohle oder Briketts sowie Anzündern oder Brennflüssigkeit.

- 1 DIN Grillholzkohle, 6 x 2,5 kg Bt. (Art.-Nr. 271136) •
- 2 DIN Grillbriketts, 6 x 3 kg Bt. (Art.-Nr. 271112) •
- 3 Flash Barbecue Grillanzünder flüssig, 12 x 1000 ml Fl. (Art.-Nr. 240444) •
- 4 Einweg-Picknick-Grill, 1 x 12 St. (Art.-Nr. 388912)



REGIONAL
Ob mit Öldressing oder Mayonnaise – Kartoffelsalat ist immer beliebt.

- 5 Popp Kartoffelsalat „klassisch“ Gurke, Zwiebel & Ei, 6 x 400 g Sc. (Art.-Nr. 606915) •
- 6 Popp Kartoffelsalat Essig Öl, 6 x 400 g Sc. (Art.-Nr. 633392)



WÜRSTCHEN UND SAUCE				
WIESENHOF Bruzzler Original (5 Stück)	HAREICO Grill-Bratwurst (4 Stück)	HEINZ Tomato Ketchup Kopfstecher Squeezeflasche	THOMY Delikatess Senf mittelscharf	MEGGLE Baguette Kräuter
10 x 400 g Pg.	1 x 250 g Pg.	10 x 500 ml Fl.	15 x 100 ml Tb.	9 x 160 g St.
Art.-Nr. 636587	Art.-Nr. 641405	Art.-Nr. 281394	Art.-Nr. 803756	Art.-Nr. 632376

Zaziki und Grillkäse – beides Produkte, die auch im Supermarkt gern für die Grillparty gekauft werden.

Grillartikel sollten dabei in der Kühlung oder im Eingangsbereich sofort zu finden sein – am besten zusammen mit jeweils passenden anderen Produkten als fertige Bündel für den Draußen-Spaß. Denn Kundinnen und Kunden nehmen gern Pakete oder sogar eine komplette Grillausrüstung mit. Platzieren Sie Grillprodukte darum möglichst nah in Reichweite beieinander.

Fotos: Shutterstock; Lekkerland

CUP, CUP, HURRAY!

JETZT NEU!



ICE BALLS to go!
ICEFROCKS CUP
Und so einfach geht's:
1. Ice Cup Schutzfolie abziehen
2. gewünschtes Getränk einfüllen
3. kühl genießen

www.icefrocks.com

Heiße Phase für kaltes Eis

Eiskalt kommt an heißen Tagen besonders gut an – ob als erfrischendes Impuls-Eis unterwegs oder als kühlender süßer Snack zu Hause. „Die Eis-Saison startet jedes Jahr früher, darum heißt es jetzt schnell, gut vorbereitet zu sein“, sagt Axel Zinser, Einkäufer Frische/Tiefkühlkost/Eis bei Lekkerland. In jedem Fall sind die Sommertage die heiße Phase für kaltes Impuls-Eis. Ihre Eistruhe sollte darum jetzt stets gut gefüllt sein – und zwar mit einer Mischung aus etablierten Produkten und den neuesten Sommersorten. Eis-Klassiker wie Magnum oder Cornetto gehören darum ebenso dazu wie veganes Eis, etwa von Nomoo, das immer beliebter wird.



GUTE MISCHUNG
In die Truhe gehören Eis-Klassiker wie Cornetto ebenso wie innovative neue Produkte.

- 1 Nomoo veganes Himbeer-Erdbeereis, 30 x 65 ml St. (Art.-Nr. 632823) • 2 Nomoo veganes Mango-Passionsfruchteis, 30 x 65 ml St. (Art.-Nr. 632824) •
- 3 Langnese Cornetto Soft Stracciatella, 24 x 140 ml St. (Art.-Nr. 632837) •
- 4 Ferrero Raffaello Ice Cream Stick Triple Experience Raspberry, 20 x 60 ml St. (Art.-Nr. 641382) •
- 5 Ferrero Raffaello Ice Cream Stick Triple Experience Caramel, 20 x 60 ml St. (Art.-Nr. 641384)



„Die Eis-Saison startet jedes Jahr früher, darum heißt es jetzt schnell, gut vorbereitet zu sein.“

AXEL ZINSER
Buyer Ice Cream & Food,
Lekkerland SE

Ordnung und Übersicht

Eis-Liebhaber:innen bleiben meist dem Format treu, das sie am liebsten mögen – also je nach Vorliebe Eis am Stiel, Hörnchen oder Riegel. Alle unterschiedlichen Formate sollten erhältlich sein.

Doch egal welche Formate Sie anbieten: Besonders wichtig sind in der Truhe Ordnung und Übersicht sowie eine klare Preisauszeichnung. „So findet die eishungrige Kundschaft schnell, wonach sie sucht“, sagt Axel Zinser. Sie als Shopbetreiber:in können sich auf ein heißes Eisgeschäft freuen. Denn ein Eis, das gönnen sich auch Fußballfans im EM-Sommer mal – Sieg hin, Niederlage her.

LANGNESE King Cornetto Vanilla	LANGNESE Magnum Almond	MARS Snickers Ice Cream Eisriegel	SCHÖLLER Big Sandwich	LANGNESE Calippo Cola
EIS				
16 x 260 ml St.	20 x 120 ml St.	24 x 72,5 ml Rg.	28 x 140 ml St.	24 x 105 ml St.
Art.-Nr. 393257	Art.-Nr. 209032	Art.-Nr. 012782	Art.-Nr. 385955	Art.-Nr. 995611

Fotos: Shutterstock; Lekkerland

MAGNUM

lebe deinen genuss



Jetzt probieren:

CARAMEL & NUTS

Knackige Magnum Schokolade,
knusprige Erdnussstückchen,
cremigtes Vanilleeis und ein Kern
aus zarter Caramel-Sauce in einem
handlichen Snackformat

NEUE MITARBEITENDE EINSTELLEN DIE BESTEN FRAGEN FÜRS VORSTELLUNGSGESPRÄCH

1

Wie stellen Sie sich einen typischen Arbeitstag bei uns vor?

Anhand der Antwort der Bewerberin oder des Bewerbers können Sie einschätzen, ob sie oder er sich mit den im Shop anstehenden Tätigkeiten bereits im Vorfeld auseinandergesetzt hat. Und ob sie oder er gewillt ist, diese auch zu übernehmen.

In einem Bewerbungsgespräch gilt es, sehr schnell möglichst viel über einen Menschen zu erfahren - egal ob man eine:n Azubi einstellen will oder eine erfahrene Vollzeitkraft. Diese FÜNF FRAGEN helfen Ihnen, die Persönlichkeit Ihres Gegenübers besser einschätzen zu können. Und herauszufinden, ob sie oder er ins Team passt.

2

Auf welche Dinge, die Sie in der Vergangenheit geleistet haben, sind Sie besonders stolz?

Die Antwort, die Ihnen Ihr Gegenüber auf diese Frage gibt, hilft Ihnen zu verstehen, welche Grundwerte und Talente, die oder der Bewerber zu haben meint - und ob es sich dabei um Qualitäten handelt, die für Ihren Shop von Interesse sind.

Foto: Shutterstock

3

Wer ist Ihr Vorbild - und warum?

Diese Frage ist bei Personalberaterinnen und Personalberatern sehr beliebt, denn die Antwort gibt einen guten Eindruck über die Persönlichkeit potenzieller neuer Mitarbeitender. Nennt die Bewerberin oder der Bewerber beispielsweise einen Sportler, steht das für Wettbewerb, Ehrgeiz und Disziplin. Nennt sie oder er hingegen jemanden aus der Familie, sind ihr oder ihm soziale Beziehungen besonders wichtig.

4

Sie haben einen Konflikt mit einem Kollegen. Wie würden Sie damit umgehen?

Teamfähigkeit ist eine wichtige soziale Kompetenz in jedem Unternehmen. Je nachdem, was die Jobkandidatin oder der Jobkandidat antwortet, wird deutlich, ob sie oder er Probleme offen und konstruktiv gemeinsam mit anderen Teammitgliedern lösen kann - oder eher nicht.

5

Was denken Sie: Was erwarten unsere Kund:innen von unserem Shop?

Diese Frage zielt auf die Empathie der Bewerber:innen und auf ihre Fähigkeit ab, die Perspektive zu wechseln. Kennt sie oder er Ihre Zielgruppen und kann sich in die Bedürfnisse Ihrer Kund:innen hineinversetzen?



*nur als Vorbestellartikel erhältlich



SNACKING REVOLUTION



Bayern - Bamberg - Bier

Mehr Geschmack volles Volumen für mehr Umsatz.

Bamberger Bier in der 1l Dose





Die Topseller in Truhe, Kühlschrank & Regal
Serie
CATEGORY CHECK

DIE TOP 10: KASSENZONE



Jetzt noch einen kleinen Snack: An der Shopkasse gönnen sich Kund:innen gern spontan etwas Gutes. In der Kassenzone können Sie darum GANZ EINFACH FÜR MEHR UMSATZ SORGEN – wenn Sie die beliebtesten Produkte anbieten.

Im Onlinemagazin unter Lekkerland.de/magazin finden Sie praktische Tipps und Tricks, wie Sie Ihre Kassenzone optimal nutzen. Mit dem obenstehenden QR-Code gelangen Sie direkt zum Artikel.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24 x 2/40 g Rg.	24 x 50 g Rg.	30 x 39 g Rg.	28 x 60 g Rg.	12 x 50er Ds.	24 x 25 g Bt.	12 x 55 g Rg.	12 x 40 g Ds.	24 x 70 g St.	16 x 75 g St.
Art.-Nr. 581622	Art.-Nr. 019903	Art.-Nr. 495609	Art.-Nr. 163913	Art.-Nr. 623124	Art.-Nr. 049981	Art.-Nr. 109964	Art.-Nr. 726698	Art.-Nr. 152863	Art.-Nr. 510958

Fotos: Lekkerland

INTERVIEW „VIELFALT IST GEFRAGT“



„Neben Genuss ist an der Kasse zunehmend auch Mehrwert gefragt.“

STEFFEN MÜLLER
Director Buying & Category Management Food
Lekkerland SE



„Fast zwei Drittel wünschen sich mehr Auswahl in der Kassenzone.“

ANNE-KATHRIN HAUBERT
Senior Manager, CM Analytics,
Lekkerland SE



POTENZIAL
Fleischsnacks wie die BiFi Roll Turkey aus bestem Putenfleisch verzeichnen stetig wachsenden Absatz.

BiFi Roll Turkey,
24 x 45 g St.
(Art.-Nr. 623376)

Frau Haubert, Herr Müller, welche Bedeutung hat die Kassenzone für Shops und Tankstellen? ANNE-KATHRIN HAUBERT: Jede und jeder zweite Verbraucher:in greift mindestens einmal am Tag zu einem Snack, und das zunehmend unterwegs. Im Unterwegskonsum ist die Kassenzone als meistfrequenter Bereich im Shop der klassische Verkaufspunkt, an dem sich

Menschen spontan noch etwas Gutes gönnen. STEFFEN MÜLLER: Allgemein verzeichnet der Handel einen steigenden Absatz bei Kassentiteln im Kleinformat, also etwa von Riegeln und kleinen Schokoladentafeln. Die Nachfrage steigt, und darauf sollten Kioske, Tankstellen und Convenience-Shops mit einem entsprechenden Angebot an der Kasse reagieren.

Was sollten Shopbetreiber:innen auf jeden Fall in der Kassenzone anbieten?

STEFFEN MÜLLER: Zum einen Klassiker wie Schokoriegel, kleinere Schokoladentafeln bis 80 Gramm sowie Kaugummis und andere Atemfrische-Produkte. Zum anderen aber auch herzhaftes Fleischsnacks, die ein großes Potenzial haben. Und nicht zu vergessen Produkte für eine bewusste Ernährung – wie Müsli- oder Proteinriegel. ANNE-KATHRIN HAUBERT: Ein breiteres Sortiment kommt bei der Kundschaft gut an: Fast zwei Drittel wünschen sich eine größere Auswahl bei kleinen Snacks an der Kasse.

Welche Produktrends beobachten Sie?

ANNE-KATHRIN HAUBERT: Die Konsument:innen snacken am liebsten Schokolade. Zugleich möchte jede:r Zweite aber auch gesunde Snacks zu sich nehmen. Darum verzeichnen Segmente wie zucker- oder glutenfreie Snacks, Proteinsnacks oder vegetarische Vari-

anten überdurchschnittliche Wachstumsraten. Beispielsweise wächst der Absatz mit Veggie-Artikeln an Tankstellen kontinuierlich. Diese Snacks sprechen inzwischen eine breite Käufer:innenschaft an. STEFFEN MÜLLER: Darin zeigt sich, dass neben Genuss zunehmend auch Mehrwert gewünscht wird. Produkte, die einen bewussteren Konsum unterstützen, werden stetig stärker nachgefragt.

Worauf sollten Shopbetreiber:innen an der Kassenzone besonders achten?

STEFFEN MÜLLER: Sortimente in der Kassenzone sind aktuell stark auf den klassischen Schokoriegel ausgerichtet, die Varianten- und Markenvielfalt ist eher gering. Hier können Shopbetreiber:innen mehr Varianz ins Spiel bringen. Neben einer marktgerechten Auswahl an Kaugummi- und Atemfrische-Produkten sollten Shopbetreiber:innen das Potenzial von Fleischsnacks und trendigen Performanceprodukten ausnutzen und entsprechend Vielfalt aufbauen. So lassen sich noch mehr Bedürfnisse von Shopper:innen befriedigen.

Welchen Geheimtipp haben Sie noch?

STEFFEN MÜLLER: Viele Konsument:innen suchen bewusst nach Protein- oder Performanceriegeln. Damit diese im Shop überhaupt erkannt werden, sollten Topseller aus diesem Segment ausgewählt platziert werden. So steigert man die Kompetenz des Shops und erreicht neue Shopper:innen – was zusätzliche Umsätze bringt. Und die Kundschaft sieht den Shop insgesamt als leistungsfähiger im Sortiment an.

ALLES DRIN
Der YFood Bar schmeckt und enthält viele essenzielle Nährstoffe als Stärkung für zwischendurch.

YFood Bar Coconut & White Chocolate, 12 x 60 g Rg.
(Art.-Nr. 623278)



CM ANALYTICS Trend-Kenner

Wer Sortiment-Trends kennt, der kann seiner Kundschaft auch die passenden Produkte anbieten. Darum untersucht bei Lekkerland die Abteilung Category Management (CM) Analytics, welche Produkte unterwegs gefragt sind. Auf Grundlage der Performance von Produktkategorien und Artikeln leitet das Team datenbasierte Empfehlungen ab. Damit unterstützt CM Analytics ein leistungsstarkes Category Management bei Lekkerland.



MiXery Energy-Biermix: Marktführer im Bereich Tankstellen

Mit 30,5 Prozent* ist MiXery als Dachmarke Marktführer im Bereich Tankstellen. Dies zeigt, dass der Relaunch im Design und die neuen Sorten bei den Verbraucher:innen gut ankommen. Ein weiterer Beweis: MiXery iced purple gewinnt kurz nach der Einführung den Convenience Best Award 2023. Hierbei handelt es sich um eine Auszeichnung des Magazins „Convenience Shop“, welches in Kooperation mit dem Branchenprimus Lekkerland jedes Jahr die besten Produktinnovationen ermittelt. Die Ergebnisse beruhen auf der positiven Performance beim größten Convenience-Großhändler in Umsatz, Distribution und Markenbedeutung.

DPG Mixery iced purple, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 631216)

AUS UNSEREM SORTIMENT

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



3Bears: trendiger Haferriegel im praktischen To-go-Format

Die 3Bears Pocket Porridge Haferriegel sind ideal für einen aktiven Lifestyle: gesund, sättigend und vollwertig. Zudem ist die Hafer-Innovation unglaublich lecker – und das mit rein natürlicher Süße und ohne Zusatzstoffe. Ideal für alle, die gesundheitsbewusst, viel beschäftigt oder einfach nur hungrig sind. Erhältlich ist der trendige Bestseller in den Sorten Feiner Kakao, Zimtiger Apfel und Dreierlei Nuss.

Der Power-Riegel ist genau das Produkt, nach dem trendbewusste Shopper suchen.

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



Freshe Umsätze mit Mentos Kaugummi!

Die zuckerfreien Kaugummis von Mentos bieten mit zehn fruchtig-frischen Sorten ein vielfältiges Sortiment und sind somit die perfekte Ergänzung für Ihre Kasse. In der praktischen Curvy-Dose sind die Kaugummis immer griffbereit und bieten das ideale To-go-Format für Ihre Kundinnen und Kunden.

4 Mentos Gum Pure Fresh Erdbeere o. Z., 6 x 35er Ds. (Art.-Nr. 489129) • 5 Mentos Gum Pure Fresh Mint o. Z., 6 x 35er Ds. (Art.-Nr. 180327)



Grenade Oreo: ausgezeichnet als Convenience Best 2023

Der Grenade Oreo-Proteinriegel wurde in der Warengruppe Schoko-Artikel und -Riegel aufgrund seiner hervorragenden Marktperformance mit dem jährlichen Branchenaward für Produktinnovationen im Convenience-Segment als Convenience Best 2023 ausgezeichnet.

Die geschmacklich unvergleichbaren Riegel sind reich an Proteinen und enthalten nur wenig Zucker. Aufgrund der einzigartigen Rezeptur und der Verwendung von echter europäischer Schokolade überzeugen die Premiumriegel in Konsistenz, Nährwerten und geschmacklicher Vielfalt. Nutzen Sie die Chance, mit Grenade Ihr Sortiment mit attraktiven Artikeln zu erweitern und zugleich mit Oreo- und Grenade-Fans neue Kundinnen und Kunden zu begeistern.

Grenade Oreo, 12 x 60 g Rg. (Art.-Nr. 631143)



Neues Impuls-Eis: vier Innovationen von Froneri

Schnell ein Eis ... Ob an der Tankstelle, im Kiosk oder bei REWE To Go – Impuls-Eis ist der Treiber im Außer-Haus-Markt. Doch wozu greifen Konsument:innen besonders gern? Zu Sorten, die neugierig machen und gleichzeitig Emotionen wecken. Genau hier setzt Froneri an und bringt vier attraktive Neuprodukte in die Eistruhen: Oreo Mini Bites Cup, Pirulo Fruit Joy, Nuii Milk Chocolate & Italian Roasted Hazelnut und Nuii Caramelised Salted Almond & New Zealand Honey – exklusiv als Impuls-Eis bei Lekkerland.

6 Oreo Mini Bites Cup, 12 x 105 ml St. (Art.-Nr. 632849) • 7 Pirulo Fruit Joy, 24 x 65 ml St. (Art.-Nr. 632850) • 8 NUII Milk Chocolate & Italian Roasted Hazelnut, 20 x 90 ml St. (Art.-Nr. 632848) • 9 NUII Caramelised Salted Almond & New Zealand Honey, 20 x 90 ml St. (Art.-Nr. 632852)

Bayerische Genusslebnisse: Kaiserdom Bierspezialitäten

Bier in der 1-Liter-Dose ist im Unterwegskonsum sehr gefragt. Mit den Bierspezialitäten der Kaiserdom Spezialitäten Brauerei Bamberg können Sie bei Ihren Kund:innen gleich vierfach punkten. Neben einem Pilsener und einem Lager sind zudem ein mit dem European Beer Star ausgezeichnetes, süffiges, feinwürzig Helles sowie unter dem Namen „Strong“ ein vollmundiges Doppelbock mit sagenhaften 8,5 % vol. und Noten von gerösteter Haselnuss erhältlich. Eingeführt wird das „Strong“ in einer limitierten Design Edition. Die sorgt garantiert für Aufmerksamkeit im Kühlregal.

10 DPG Kaiserdom Strong, 12 x 1 l Ds. (Art.-Nr. 637304) • 11 DPG Kaiserdom Helles, 12 x 1 l Ds. (Art.-Nr. 637306)



Innovativ: die Plant-based Heroes von SALOMON FoodWorld

Esskultur und Ernährungsverständnis sind in einem nachhaltigen Wandel. SALOMON FoodWorld liefert dazu passende Innovationen. So gibt es die beliebtesten Topseller nun auch als Plant-based-Variante – exklusiv entwickelt und erhältlich für den Foodservice.

Einer der Gästelieblinge mit Biss ist der Green Heroes Plant Crunchy Chik'n Burger: ein Plant-based Hero aus Weizen mit pikanter Schärfe und krosser Cornflakes-Panade – 100 % vegan, 100 % Weizenprotein mit erstaunlich authentischem Chik'n-Taste und besonders crunchiger Cornflakes-Panade.

Salomon Green Heroes Crunchy Chik'n® Burger, vegan, 90 g, ca. 10-12 St., 1 x 1 kg Bt. (Art.-Nr. 606355)



Quelle: *Nielsen IQ Tankstellen Biermix Absatz Jahr 2023

ZEIT FÜR DEINE PAUSE!



KitKat Classic LL-Art.-Nr.: 96688 24x41,5g EAN VE: 7613035358447 	KitKat White LL-Art.-Nr.: 636940 24x41,5g EAN VE: 8445290552167 	KitKat Chunky LL-Art.-Nr.: 629070 24x40g EAN VE: 3800020488652 	KitKat Vegan LL-Art.-Nr.: 621143 24x41,5g EAN VE: 8445290334473
KitKat Chunky Peanutbutter LL-Art.-Nr.: 629361 24x42g EAN VE: 3800020488423 	KitKat Chunky White LL-Art.-Nr.: 189024 24x40g EAN VE: 7613037251685 	KitKat Hazelnut LL-Art.-Nr.: 622278 24x41,5g EAN VE: 8445290541970 	

KitKat wieder mit starker
Markenkampagne in 2024!
Mit TV Spot & Online Video.



Good food, Good life

Weil Qualität mehr Wert ist.

Mein Leben

MITARBEITERFÜHRUNG: VON DER SHOP-CREW ZUM DREAM-TEAM

Kleines Team oder große Mannschaft: Ab Seite 24 lesen Sie, wie das Team gemeinsam noch erfolgreicher agieren kann, wenn die Chefin oder der Chef in puncto Führung dem Sieben-Punkte-Plan von Lekkerland Coach Axel Weber folgt.



1
SKYWALK KÖNIGSSTUHL:
Die 122 Meter über der Ostsee schwebende Besucherplattform an den berühmten Kreidefelsen auf Rügen bietet herrliche Aussichten in schwindelerregender Höhe.
koenigsstuhl.com

2
HIGHLANDER IM HANSA-PARK SIERKSDORF:
Nichts für schwache Nerven ist eine Fahrt mit dem höchsten Freifallturm der Welt. Die Fallhöhe beträgt atemberaubende 103 Meter!
hansa-park.de

FREIZEITABENTEUER

Fünf Ausflugstipps für Adrenalinjunkies

Tag der Arbeit, Himmelfahrt und Pfingsten: Die Feiertage im Mai eignen sich perfekt für Ausflüge mit Freundinnen und Freunden oder der Familie. Für alle, denen der Sinn nach ein wenig Nervenkitzel steht, haben wir einige interessante Vorschläge:

3
SKYWALK WILLINGEN IM SAUERLAND:
Die mit 665 Metern längste Hängebrücke Deutschlands garantiert Herzklopfen und einen Endorphinrausch.
skywalk-willingen.de

4
MEGAZIPLINE AN DER RAPPBODETAL-SPERRE IM HARZ:
An der größten Doppelseilrutsche Europas saust man mit 85 km/h in 120 Metern Höhe an einer Zipline über dem Abgrund.
harzdrenalin.de

5
CANYONING UND RAFTING AUF DER ILLER:
Wildwasserspaß pur garantiert eine Rafting-Tour durch die Stromschnellen der Iller im Allgäu.
map-erlebnis.de

LECKERE ENERGIZER
Energydrinks wie die unserer Eigenmarke TAKE OFF spenden ad hoc neue Power.

1 DPG Take Off Energy Drink Classic, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 608095) •
2 Take Off Zombie Attack Blood Orange & Lemon, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 221225)

Fotos: Shutterstock

SIEBEN-PUNKTE-PLAN VON DER SHOP-CREW ZUM DREAM-TEAM

Kleines Team oder große Mannschaft: Wie das Team dank guter Führung gemeinsam NOCH ERFOLGREICHER AGIEREN kann, zeigt der Sieben-Punkte-Plan von Lekkerland Coach Axel Weber.

1 Auf dem Weg zu mehr Erfolg für den Shop ist Führungsstärke in verschiedensten Bereichen gefordert. Angefangen bei sich selbst und fortgesetzt über den 360-Grad-Blick auf den Shop und sein Team, haben die Chefin oder der Chef viele Optimierungschancen.

Axel Weber ist erfahrener Trainer und Ausbilder bei Lekkerland. Er setzt bei der

Stärkung von Shopteams auf das Modell von Bruce Tuckman. Der US-amerikanische Psychologe hat die Phasen auf dem Weg zur Höchstleistung von Teams auf den Punkt gebracht: „Forming, Storming, Norming & Performing“. Es geht um den Teamaufbau, das Teamwork, die Teamharmonie und die beste Teamleistung. Axel Webers Sieben-Punkte-Plan beflügelt Teams auf Kurs Shop-Erfolg.

1

Als authentisches Vorbild punkten

Gehen Sie als Chefin oder Chef mit gutem Beispiel voran. Leben Sie die Werte und Arbeitsweisen vor, die Sie von Ihrem Team erwarten. Wichtig dabei: ehrliche und konkrete Wertschätzung zeigen, Hilfestellung geben, Vorbild sein. **Tipp:** Über ein schlecht sortiertes Regal nicht meckern, sondern dieses gemeinsam mit dem zuständigen Crew-Mitglied so gestalten, wie es sein sollte.

3

Einstellungsgespräche zu zweit führen

Damit neue Teammitglieder wirklich gut zur Shop-Crew und den Aufgaben passen, sollten Einstellungsgespräche im Duo geführt werden: Die Shop-Führung und ein weiteres Teammitglied sprechen mit den Kandidat:innen. Wichtige Kompetenzen am besten mit zwei ähnlichen Fragen doppelt abklopfen und prüfen, ob die Antworten ähnlich und überzeugend sind. **Tipp:** Die gewünschte Erfahrung bei der Warenpräsentation kann man so (Wie würden Sie Lebensmittel X verräumen?) oder so (Nach welchem Prinzip würden Sie ein Regal einräumen?) abfragen.

4

Positives Arbeitsumfeld schaffen

Ein positives Arbeitsumfeld ist die Grundlage für erfolgreiche Teamarbeit. Fördern Sie Respekt und gegenseitige Unterstützung. Wichtig: die Anerkennung von Leistungen Einzelner und des Teams. Feiern Sie Erfolge zur Stärkung der Teammoral. **Tipp:** Regelmäßige Teamtreffen oder die gemeinsame Verkostung eines neuen Produkts fördern das Wir-Gefühl.

5

Regeln und Rollen festlegen

Eine klare Definition von Rollen und Zuständigkeiten ist Pflicht, um Verwirrung oder doppelte Arbeit zu vermeiden. Stellen Sie sicher, dass jedes Teammitglied seine Aufgaben kennt und weiß, wie es zum Gesamterfolg des Shops beitragen kann. **Tipp:** Sagen Sie auch Ihren Aushilfen, wie wichtig ihr Beitrag für den Teamerfolg ist.

6

Teamkommunikation stärken

Ermutigen Sie Ihre Teammitglieder, Ideen, Feedback und Kritik auszutauschen. Dabei helfen Einzelgespräche und regelmäßige Teammeetings. **Tipp:** Regen Sie Ihre Mitarbeitenden an, kurze Tagesnotizen in einem für alle einsehbaren Teambuch oder auf einer digitalen Plattform zu hinterlassen. So gehen wichtige Aufgaben und gute Anregungen nicht verloren.

7

Ausbildung und Entwicklung fördern

Investieren Sie in Fortbildungsprogramme, um Ihr Team mit den notwendigen Fähigkeiten und Kenntnissen am Puls der Zeit auszustatten. Über neue Kenntnisse hinaus beflügeln gemeinsame Lernaktivitäten auch den Teamgeist. **Tipp:** Die Lekkerland Convenience Foodservice Akademie bietet zahlreiche praxisnahe Trainings an: Lekkerland.de/foodservice-akademie.

Foto: Shutterstock

2

Stellenausschreibungen optimal gestalten

Stellenangebote sollten den zu vergebenden Job nicht oberflächlich, sondern real beschreiben. Das gilt sowohl für die Jobbeschreibung als auch die erforderlichen Fähigkeiten. So werden „falsche“ Bewerbungen vermieden, die beide Seiten nur Zeit kosten. **Tipp:** Je detaillierter und ehrlicher die Anzeige, desto höher die Trefferquote.



AUF DER DURCHREISE

ZWISCHENDURCH



IM NEUEN FORMAT



MIT DEM RICHTIGEN FORMAT UND PREIS ZUM ERFOLG!

Artikel	Art.-Nr.	Barcode	Hersteller-UVP
BiFi Ranger 20x60g	650344		2,00€
BiFi Currywurst 20x60g	387417		2,00€
BiFi Carazza XXL 16x75g	510958		2,50€
BiFi Roll XXL 24x70g	152863		2,50€
BiFi Original XXL 30x40g	649996		1,80€

Weitere Artikel mit Tipps zum richtigen Umgang mit Mitarbeitenden sowie Kundinnen und Kunden finden Sie in unserem Online-Magazin auf lekkerland.de/magazin.

Das Thema der nächsten Ausgabe:
SO MACHEN SIE AUS KÄUFER:INNEN STAMMKUND:INNEN – wieso Kundenstudium und -analyse, Umfeldanalyse, proaktives Handeln, Service und Freundlichkeit wichtig sind.

PERSONALFÜHRUNG RICHTIG DELEGIEREN - SO GEHT'S!

1

Wählen Sie die richtige Person aus

Überlegen Sie sich zunächst genau, welche:r Mitarbeitende die anstehende Aufgabe am ehesten zu Ihrer Zufriedenheit erledigen kann und ob sie oder er die dafür nötigen Kapazitäten frei hat. Fragen Sie sich auch, ob die zu vergebende Aufgabe zu den Interessen des Teammitglieds passt.

Wer Aufgaben abgibt, spart nicht nur viel Zeit. Er fördert und motiviert damit auch sein Team. DAMIT SIE UND IHRE MITARBEITENDEN ZUFRIEDEN SIND, sollten Sie folgende Punkte beachten:

2

Beschreiben Sie die Aufgabe genau

Je genauer Sie die Aufgabe definieren, umso besser wird das Ergebnis. Wer die zu übernehmenden Aufgaben vollständig definiert, muss sich später auch nicht ärgern, wenn nur die Hälfte erledigt wurde.

3

Setzen Sie eine klare Deadline

Kommunizieren Sie klare Zeitvorgaben, bis wann etwas fertig sein muss. Dies schafft für Ihre Mitarbeitenden Klarheit über das ihnen zur Verfügung stehende Zeitfenster.

4

Lassen Sie Rückfragen zu

Möglicherweise haben Ihre Teammitglieder Fragen, die Aufgabenstellung betreffend? Nehmen Sie sich unbedingt Zeit und beantworten Sie die Fragen vollumfänglich. Nur so werden Ihre Mitarbeitenden die Arbeit Ihren Vorstellungen entsprechend erledigen können.

5

Geben Sie Feedback

Geben Sie in jedem Fall eine Rückmeldung, ob die Aufgaben zu Ihrer Zufriedenheit erledigt wurden. Ein wichtiger Teil davon ist ein ehrliches Dankeschön. So zeigen Sie, dass Sie den Einsatz Ihrer Mitarbeitenden auch honorieren und zu schätzen wissen.

SO SOFT – SO LECKER!

NEU AB MÄRZ 2024



CORNY Protein
637676 Soft Chocolate Caramel 45 g
637675 Soft Peanut Caramel 45 g
637677 Soft Hazelnut Nougat 45 g

30%
PROTEIN

NO
ADDED
SUGAR*

*Enthält von Natur aus Zucker

Mit Porridge-Power den Umsatz steigern: Entdecken Sie jetzt die Haferriegel der Trend-Marke 3Bears



Zimt-Apfel
613752

Feiner Kakao
613775

Dreierlei Nuss
623162

Bereichern Sie Ihre Kassenzone mit den innovativen und leckeren Haferriegeln von 3Bears, bekannt aus dem TV. Made in Germany, vegan, lecker und gesund – und ganz ohne Industriezucker.



PLUS TOOLS

Sichtbar erfolgreich

AKTION
%%

PLUS TOOLS
%%%

NORMAL
%

Machen Sie Ihr Geschäft noch erfolgreicher!

Profitieren auch Sie von unserer langjährigen Erfahrung im Convenience Geschäft z.B. mit unserem PLUS Tools Programm!

Beim Vorteilsprogramm PlusTools erhalten Shopbetreiber:innen regelmäßig bewährte Topseller und ausgewählte Neuheiten wie etwa Getränke, Eis, Snacks oder Süßigkeiten zu einem besonderen Abnahmepreis.

Verbesserter Aktionsartikel-Mix für noch mehr Abwechslung

Sehr scharf kalkulierte Artikel-Preise - einzigartige Angebote

Optimierte, kompakte POS-Verkaufsmodule für Top-Zweitplatzierungen

Mehr Informationen zum neuen PlusTools Programm unter: www.plustools.info



Mein Partner

NEU & TRENDY: UNSERE NEWCOMER

Likör aus der Kaffeekirsche und Coffee to go zum Kauen: Gleich zwei unserer Newcomer, die wir Ihnen ab Seite 40 präsentieren, sorgen auf die ein oder andere Art unterwegs für einen Energiekick. Aber auch die anderen sind innovativ und spannend!



SOCIAL MEDIA

Sie sind gern auf Facebook unterwegs?

Dann schauen Sie doch mal bei uns vorbei! Auch Lekkerland ist bei Facebook vertreten: 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.

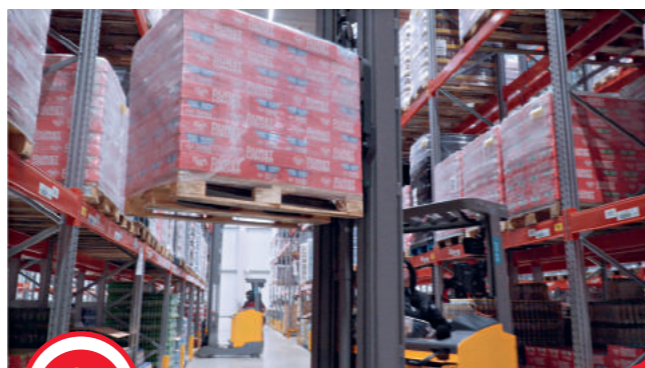
Fotos: Lekkerland

HINTER DEN KULISSEN SO KOMMEN IHRE BESTELLUNGEN ZU IHNEN

Heute bestellt, morgen geliefert: Wir zeigen Ihnen den Weg eines Produkts durch die Lekkerland Logistik - VON DER BESTELLUNG BIS ZUR AUSLIEFERUNG.



NACHSCHUB
Im Wareneingang kommen die Lieferungen der Hersteller an.



1.

Wareneingang

Der Weg eines Produkts durch die Lekkerland Logistik beginnt im Wareneingang. Dort kommen die Lieferungen der Hersteller an - und werden zunächst von unseren Mitarbeitenden überprüft. Bei Frische- und Tiefkühlprodukten muss beispielsweise die Kühlkette jederzeit eingehalten werden.

Anschließend verräumen die Mitarbeitenden die Waren im Lager. Den besten Platz kennt unser System: Mithilfe von Algorithmen haben wir unsere Lagerprozesse optimiert.

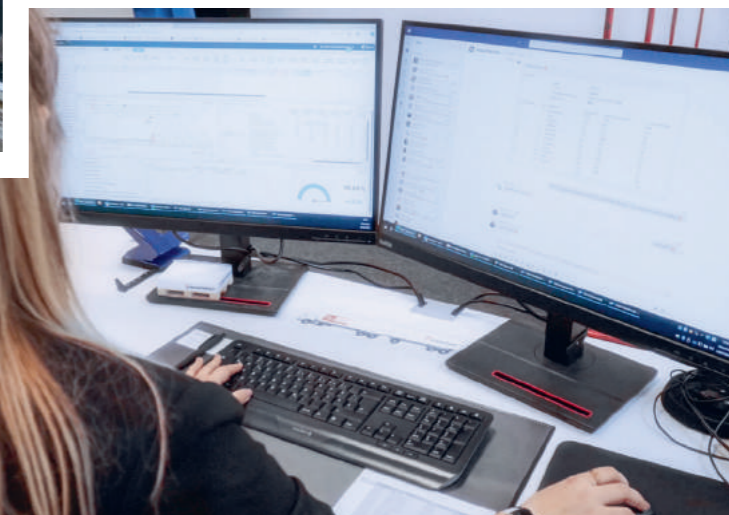
Fotos: Lekkerland

Aus zwölf Logistikzentren versorgt Lekkerland bundesweit knapp 43.000 Verkaufsstellen mit Lebensmitteln, Getränken, Non-Food-Produkten und mehr. Mit einem starken Team setzen wir alles daran, dass jede Bestellung pünktlich und vollständig ankommt - damit Sie die Wünsche Ihrer Kund:innen bedienen können.

Kommen Sie mit auf eine Reise durch die Lekkerland Logistik!



BESTÄNDE IM BLICK
Unsere Disponent:innen kümmern sich darum, dass jederzeit genügend Produkte für Sie vorrätig sind.



12

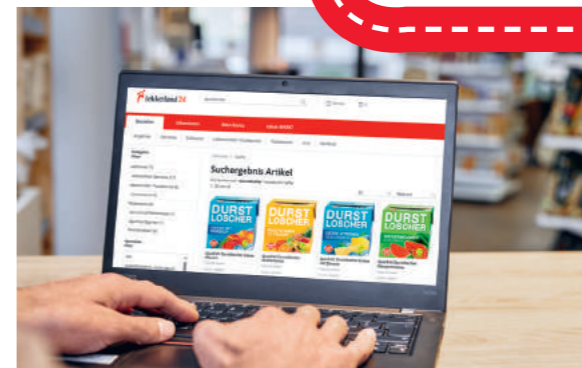
LOGISTIKZENTREN
versorgen die Lekkerland Kund:innen bundesweit.

2.

Warendispo

Unsere Disponent:innen stellen sicher, dass unsere Logistikzentren jederzeit mit ausreichend Ware versorgt sind, um Ihre Bestellungen bedienen zu können. Dabei unterstützt sie die Software RELEX, die künstliche Intelligenz nutzt, um auf Basis unzähliger Faktoren die benötigten Mengen zu errechnen.

WIE BESTELLT
Unsere Kommissionierer:innen stellen Ihre bestellten Produkte zusammen.

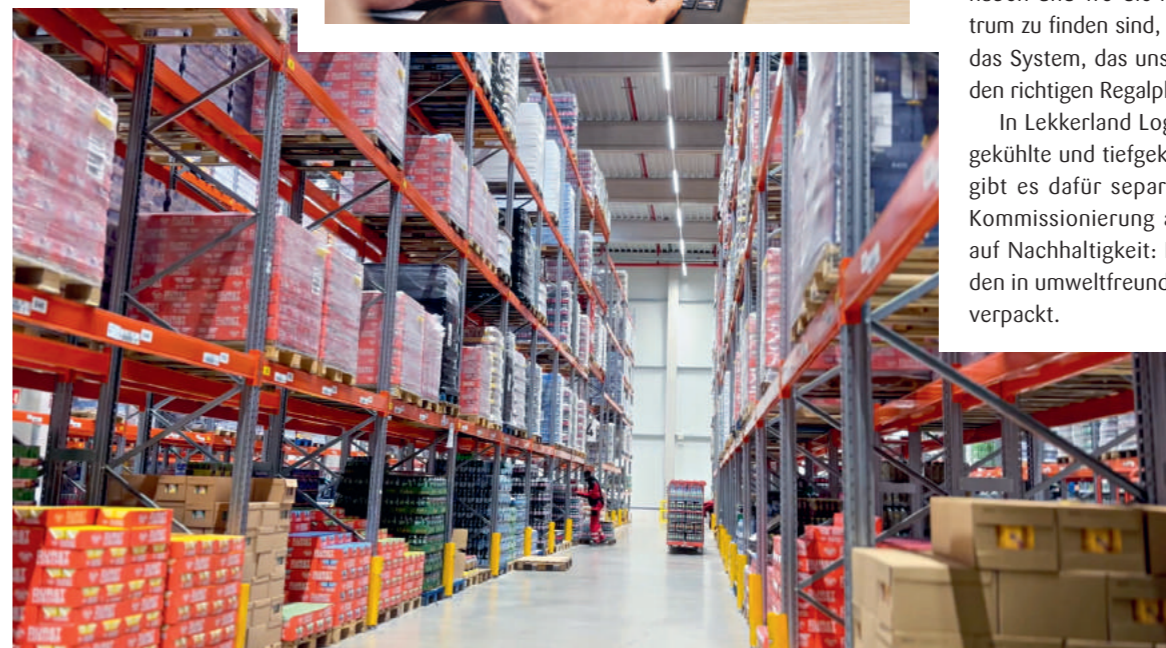


3.

Kommissionierung

Um die Zusammenstellung Ihrer bestellten Produkte kümmern sich unsere Kommissionierer:innen. Was und wie viel Sie bestellt haben und wo die Artikel im Logistikzentrum zu finden sind, weiß „Lydia“. So heißt das System, das unsere Mitarbeitenden zu den richtigen Regalplätzen navigiert.

In Lekkerland Logistikzentren, die auch gekühlte und tiefgekühlte Produkte lagern, gibt es dafür separate Bereiche. Bei der Kommissionierung achten wir besonders auf Nachhaltigkeit: Frische Produkte werden in umweltfreundlichen Mehrwegboxen verpackt.





4.

Tourenplanung

Während die Kommissionierung läuft, legen die Tourenplaner:innen fest, welche Fahrer:innen wann welche Kund:innen beliefern. Als Maßgabe dienen dabei die vereinbarten Lieferzeitfenster.

GUT GEPLANT ...
... ist mehr als halb gewonnen. Ein Tourenplaner bei der Arbeit.



5.

Warenausgang

Im Warenausgang werden die Artikel aus den einzelnen Lagerbereichen auf einem oder mehreren Rollbehältern gebündelt. Dann wird Ihre Bestellung in dem Lkw verstaut, der Sie beliefern soll.

Unsere Lkw verfügen über drei Temperaturzonen: ungekühlt, gekühlt, tiefgekühlt. Das hat den Vorteil, dass wir Produkte aus allen Temperaturbereichen mit einer Lieferung zustellen können – gut für die Umwelt, praktisch für unsere Kund:innen!



6.

Auslieferung

Ist die bestellte Ware verladen, liefern unsere Fahrer:innen sie auf dem schnellsten Weg zu Ihnen in die Shops.

Weitgehend ressourcenschonend: Die meisten unserer Kund:innen erhalten ihre Lieferpapiere und Rechnungen bereits papierlos auf elektronischem Wege.

Fotos: Lekkerland



7.

Kundenservice

Sie haben Fragen zu Ihrer Bestellung oder andere Anliegen? Unser Kundenservice hilft Ihnen gerne weiter!



AUCH IN IHRER NÄHE
Von zwölf Logistikzentren aus beliefert Lekkerland seine Kund:innen.



Die Reise durch die Lekkerland Logistik gibt es auch als Film. Per Scan des QR-Codes kommen Sie direkt auf die passende YouTube-Seite.

DER MARKTFÜHRER MISCHT DEN MARKT AUF!

- ✗ **MiXery** ist in der Tankstelle mit 30,5% Marktanteil der Marktführer der Biermischgetränke in Deutschland.*
- ✗ **MiXery Iced Purple** mit dem Convenience Best Award 2023 prämiert – Das moderne Design und die frischen Sorten treffen den Geschmack der Konsumenten.
- ✗ Das Design schafft eine klare Sortenunterscheidung und mehr Visibilität im Regal und bringt die Marke noch näher an die junge Zielgruppe.

*Quelle: Nielsen IQ Tankstellen Biermix Absatz Jahr 2023



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



LLART.-NR.	ARTIKELBEZEICHNUNG	INHALT/PACKART
203474	DPG MiXery Bier X Cola	24/0,5l Dose
631213	DPG MiXery Bier X Cherry	24/0,5l Dose
631215	DPG MiXery Bier X Lemon	24/0,5l Dose
207734	DPG MiXery Iced Blue	24/0,5l Dose
617324	DPG MiXery Iced Yellow	24/0,5l Dose
631216	DPG MiXery Iced Purple	24/0,5l Dose
622423	DPG MiXery Ultimate Energy	24/0,33l Dose
622426	DPG MiXery Ultimate Original	24/0,33l Dose
622425	DPG MiXery Ultimate Lemon	24/0,33l Dose

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



OPTIMAL ZUBEREITEN & PRÄSENTIEREN AUF DEN ERSTEN BLICK ÜBERZEUGEND

Oh, das sieht aber gut aus! Wenn Sie Ware für die Bistrottheke **OPTIMAL PRODUZIEREN UND PRÄSENTIEREN**, wird Ihre Kundschaft gern zugreifen. Ordnung ist wichtig, etwas Schwund ist normal. Mit der richtigen Strategie steigen Absatz und Umsatz.

Am Morgen ist die Bistrottheke noch voll, in der Auslage stapeln sich frisch hergestellte Backwaren und Snacks. Im Laufe des Tages leert sie sich dann langsam. Und irgendwann liegt nur noch Restware in der Vitrine, zwischen Krümeln und nutzlos gewordenen Preisschildern. Das sieht dann alles andere als gut aus. Kund:innen, die sich jetzt noch einen Snack gönnen möchten, werden den Eindruck bekommen, für sie gebe es nur noch den Rest vom Schützenfest.

„Die Bistrotkundschaft ist kritischer geworden, ihre Ansprüche an Qualität und optischen Eindruck sind gestiegen“, sagt Susanne Witzmann von der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie. Das heißt: Das Bistrosortiment muss Konsument:innen auf den ersten Blick überzeugen, damit sie zugreifen. Stellen Sie darum sicher, dass Sie eine ausgewogene Warenvielfalt und ansprechende Präsentation anbieten.



„Die Ansprüche der Bistrotkundschaft an Qualität und optischen Eindruck sind gestiegen.“

SUSANNE WITZMANN
Lekkerland Convenience
Foodservice Akademie

Daten und Fakten

Um Ihren Bistroumsatz zu steigern, sollten Sie Backwaren & Co. nicht nach Gefühl produzieren, sondern auf der Basis von harten Daten und Fakten. Am Anfang steht daher die Frage: Wie viele Backwaren von welcher Sorte sollen zu welchen Uhrzeiten hergestellt werden?

Um diese Frage zu beantworten, erfassen Sie in einem Produktionsplan, welche Ware Sie wann gebacken haben. Und in einer Abschriftenliste halten Sie fest, wie viel davon Sie unverkauft entsorgen mussten. Dementsprechend optimieren Sie in regelmäßigen Abständen Ihre Produktion: Sie backen etwas mehr von den Produkten, die zu früh ausverkauft waren – und sie fahren die Produktion dort zurück, wo am Tagesende viel übrig blieb.

Etwas Schwund darf sein

Dabei sollte die Produktion auf die unterschiedlichen Mahlzeiten abgestimmt sein.

Fotos: Shutterstock, Lekkerland



So laufen Croissants erfahrungsgemäß zum Frühstück besser, herzhaft belegte Brötchen und Snacks aber zur Mittagszeit. Mit der optimalen Zubereitung bieten Sie zu jeder Tageszeit die richtigen frischen Produkte in der angemessenen Menge an.

Etwas Schwund ist dabei vollkommen normal – und muss sogar sein! Sieben bis zehn Prozent vom Nettoumsatz beziehungsweise etwas mehr als ein Drittel des Wareneinsatzes darf der Ausschuss ausmachen. „Haben Sie keine Angst, auch mal etwas wegzuerwerfen“, sagt Susanne Witzmann.

Warendruck aufrechterhalten

Auf die perfekt abgestimmte Produktion folgt die ansprechende Präsentation in Ihrer Bistrottheke. Dabei gilt laut Sascha Dangschat, Category Manager Foodservice bei Lekkerland, folgende Devise: „Das Angebot muss zu jeder



„Das Angebot muss zu jeder Tageszeit frisch und lecker aussehen.“

SASCHA DANGSCHAT
Category Manager Foodservice
Lekkerland SE

Tageszeit frisch und lecker aussehen und die Kundschaft anlachen.“ Dazu sollte die Auslage klar strukturiert sein. Zeichnen Sie jedes Produkt einzeln mit Produktnamen und Preis auf einheitlichen Schildern aus, das hilft Kund:innen bei der Orientierung.

Wichtig ist es zudem, den Warendruck aufrechtzuerhalten. Lassen Sie darum nicht einzelne Teile auf einem Warenträger liegen, sondern pro Sorte stets jeweils zwei oder drei. So bekommen Konsument:innen nicht den Eindruck, sie kaufen etwas, das niemand sonst haben wollte.

„Neben einer attraktiven Warenpräsentation ist zudem Abwechslung für die Kund:innen wichtig“, sagt Lekkerland Foodservice-Experte Sascha Dangschat. Shops sollten darum neben dem Kernsortiment auch immer wieder wechselnde Artikel und Neuheiten anbieten. Ansehnlich präsentiert werden auch sie schnell hungrige Käufer:innen finden.

Optimal zubereiten und präsentieren – Impulse für Ihr Geschäft

Das Auge isst bekanntlich mit. Erfahren Sie darum in dem eintägigen Workshop „Optimal zubereiten und präsentieren“, wie Sie frische Snacks richtig backen und zubereiten, um diese anschließend ansprechend zu präsentieren. Von der Warenkalkulation Ihrer Back- und Belegwaren über die Sortimentsgestaltung bis zur notwendigen Hygiene lernen Sie alles für einen Umsatzsprung Ihres Bistrotgeschäfts.

Bei Fragen wenden Sie sich per Mail an: kontakt.akademie@lekkerland.de.

Mit dem untenstehenden QR-Code gelangen Sie direkt zu Informationen über den Workshop, der auf Anfrage angeboten wird.



In der kommenden Ausgabe von Mein Shop erfahren Sie, wie Sie sich schnell fit machen, wenn Sie unerwartet Verantwortung für einen Shop übernehmen dürfen.

INNOVATIVES ONLINE-SCHULUNGSTOOL FOODSERVICE- FORTBILDUNG ONLINE - JEDERZEIT UND ÜBERALL

Hilfreiche Online-Schulungen, jederzeit abrufbar - das bietet das neue Lernmanagementsystem von Lekkerland den FRESH-AND-TASTY-Kund:innen des Unternehmens. Das Fortbildungstool ist zudem für Systemkund:innen und Mehrfachbetreiber:innen interessant.

Tankstellen stecken heute häufig in einem Dilemma: Die Kundschaft wünscht sich an der Bistrottheke mehr Service von gut geschulten Mitarbeitenden - zugleich aber verzeichnen viele Stationen häufige Personalwechsel. Und im stressigen Tagesgeschäft bleibt dann kaum Zeit, Neankömmlinge für den gewünschten guten Service zu schulen.

Einen Ausweg bietet das neue Lernmanagementsystem (LMS) der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie. Das innovative Online-Schulungstool beinhaltet aktuell mehr als 35 Schulungsvideos und kurzweilige E-Learnings, mit denen sich Mitarbeitende von Tankstellen und Bistros in Sachen Foodservice fortbilden können, also beim Geschäft mit frischen Snacks und Kaffeespezialitäten. „Da macht Lernen Spaß, man eignet sich wertvolles Fachwissen an - und ganz nebenbei sichert man die Standards im Bistro“, sagt Susanne Witzmann von der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie.

Das LMS ist für Systemkund:innen und Mehrfachbetreiber:innen konzipiert. Es steht zudem allen Tankstellen zur Verfügung, die das Lekkerland Bistrotkonzept FRESH AND TASTY umsetzen. Interessent:innen wenden sich dafür an ihre üblichen Lekkerland Ansprechpartner:innen.

Praxisnahe Lerneinheiten

Über das LMS können Mitarbeitende von Tankstellen-Bistros fünf bis zehn Minuten lange E-Learnings und Videos abrufen, die allgemeinverständlich und unterhaltsam je einen Themenbereich behandeln. So vermitteln die

modular aufgebauten Schulungen die Grundlagen eines erfolgreichen Bistrotgeschäfts: von Marketing über aktives Verkaufen bis zur Warenpräsentation. Sogar alle relevanten HACCP- und Hygieneschulungen sind hier bedacht - von der Warenlagerung über richtiges Reinigen und Desinfizieren bis zu den gesetzlich vorgeschriebenen Hygieneschulungen, etwa der Infektionsschutz-Folgebelehrung. Nach Abschluss eines Lernmoduls erhalten Teilnehmende automatisiert Zertifikate und Teilnahmenachweise für ihre Unterlagen.



„Mit dem LMS macht Lernen Spaß - und ganz nebenbei lassen sich die Standards im Bistro sichern.“

SUSANNE WITZMANN
Lekkerland Convenience
Foodservice Akademie



Leicht dazulernen

Das LMS macht Schulungen und Weiterbildungen einfacher:

- ✓ **KURZ UND UNTERHALTSAM**
Jeweils fünf bis zehn Minuten lange digitale Lerneinheiten.
- ✓ **DIGITAL ABRUFBAR**
Per Computer, Tablet oder Smartphone überall durchführbar.
- ✓ **ZEITLICH FLEXIBEL**
Leichte Integration in den persönlichen Arbeitsalltag.

Die Lerninhalte lassen sich jederzeit und bequem über alle gängigen Endgeräte wie PCs, Laptops, Handys oder Tablets abrufen. Dadurch können Anwender:innen die Schulungen flexibel und individuell in ihren persönlichen Zeitplan einpassen. Das sichert einen einheitlichen Wissensstandard bei allen Mitarbeitenden, vereinfacht die Weiterbildung deutlich und sorgt für eine optimale Zeitausnutzung während der Arbeitszeit - auch weil man jederzeit eine Schulung stoppen und später an derselben Stelle fortsetzen kann.

Service und Kompetenz

„Dieses neue Tool ist ein Alleinstellungsmerkmal von Lekkerland in Bezug auf Service und Kompetenz für unsere Kundschaft“, sagt Susanne Witzmann.



Fotos: Shutterstock, Lekkerland



Haben Sie Fragen zum Lernmanagementsystem von Lekkerland? Dann wenden Sie sich an Ihre:n bekannte:n Ansprechpartner:in.

NEUE FORMEL



Für **STRAHLENDE**
Umsätze



50/12er Dose
LL Art.-Nr. 623127

50/12er Dose
LL Art.-Nr. 623126



50/12er Dose
LL Art.-Nr. 623125

50/12er Dose
LL Art.-Nr. 623124



30/10er Packung
LL Art.-Nr. 623150

30/10er Packung
LL Art.-Nr. 636939



30/10er Packung
LL Art.-Nr. 623149

30/10er Packung
LL Art.-Nr. 623155

UNSERE EIGENMAREN PERFEKT FÜR JEDE REGION

Von Getränken über Backwaren bis hin zu Frische Convenience: Alle LEKKERLAND EIGENMARKEN sind national gelistet und national verfügbar. Denn sie sind im ganzen Land beliebt.



Wer seinen Kundinnen und Kunden immer das beste Angebot und eine breite Auswahl bieten möchte, ist mit den Lekkerland Eigenmarken bestens bedient. Sorgen, dass einzelne Produkte in der eigenen Region nicht erhältlich sind, braucht sich dabei niemand zu machen. Von Getränken über Backwaren bis hin zu Frische Convenience sind alle unsere Eigenmarken national gelistet und national verfügbar. So hat jede:r Shopbetreiber:in die Möglichkeit, das eigene Shopsortiment so zu gestalten, wie die regionale Kundschaft es erwartet.

Im ganzen Land beliebt

Apropos regional: Dass selbst vermeintlich „regionale“ Artikel wie die my basics Laugenbrezeln in ganz Deutschland erhältlich sind, hat einen guten Grund: Sie sind in ganz Deutschland erfolgreich. Wenn ein Artikel zum Eigenmarken-Sortiment von Lekkerland gehört, kann man diesen also genauso gut in Flensburg wie am Bodensee verkaufen. Das gilt auch für unterschiedliche Brötchenformen. Denn die Zeiten, in denen man die my basics Kaiserbrötchen nur im Süden und die my basics Bäckerbrötchen nur im Norden aß, sind längst passé.

EXKLUSIV BEI
LEKKERLAND ERHÄLTlich
Auch die preisattraktiven
Backwaren von my basics,
unserer Eigenmarke für den
Foodservice, sind in ganz
Deutschland gelistet.

1 my basics Steinofen
Kaiserbrötchen, 100 x 70 g St.
(Art.-Nr. 613433) • 2 my basics
Laugenbrezel „Schwäbische Art“,
80 x 110 g St. (Art.-Nr. 613435) •
3 my basics Bäckerbrötchen,
80 x 75 g St. (Art.-Nr. 613434)



Weitere Informationen zu den Lekkerland Eigenmarken finden Sie online auf Lekkerland.de/sortiment/lekkerland-eigenmarken/. Per Scan des nebenstehenden QR-Codes gelangen Sie direkt dorthin.

cleVer
Kauf

Die KöniGIN unter den Premix- Getränken



DIE PERFEKTE ERGÄNZUNG ZU IHREM SPIRITUOSEN RTD PREMIX-REGAL

- Blue Soul Gin & Tonic in der 0,25 L Dose ist der ideale Premix für unterwegs.
- Der Umsatz für Spirituosen-Mixgetränke ist in den letzten 12 Monaten im Tankstellenmarkt um 5,5 % gewachsen.*
- Die Mischung aus Gin & Tonic erfreut sich immer größer werdender Beliebtheit.
- Blue Soul bietet höchste Qualität zu einem attraktiven Preis und spricht damit nicht nur Sie, sondern auch Ihre preisbewusste Kundschaft an.
- Der Premix überzeugt sowohl im Geschmack als auch im Design. Die blaue Dose fällt sofort auf und regt zum Kauf an.

(Quelle: NielsenIQ Market Track, Warenklasse Spirituosen, Umsatz, Tankstellen Deutschland, MAT (bis 03.09.2023) vs. VJ)

ARTIKEL
INFO

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
632081		Blue Soul Gin & Tonic 10,1% vol. NEU	24/0,25 L Ds.

Lekkerland
the convenience company

GUMING

Coffee to go zum Kauen

Mit gleich drei Sorten - Kirsche, Black Berry und Fresh Mint - geht das koffeinhaltige Kaugummi Guming an den Start. Die Kaugummis enthalten neben Guarana, Vitamin B6 und Vitamin C auch Koffein. Jedes Dragee wirkt daher wie eine Tasse Kaffee.

1 Guming Icy Cherry Energy Kaugummi mit Koffein und Vitaminen, 16 x 24 g Pg. (Art.-Nr. 638245) • 2 Guming Blacker the Berry Energy Kaugummi mit Koffein und Vitaminen, 16 x 24 g Pg. (Art.-Nr. 638247) • 3 Guming Fresh Mint Energy Kaugummi mit Koffein und Vitaminen, 16 x 24 g Pg. (Art.-Nr. 638246)



NEWCOMER

NEU & TRENDY

Konsument:innen lieben Abwechslung im Regal. Dafür sorgen diese sechs INNOVATIVEN NEWCOMER auf jeden Fall.

IHR START-UP STELLT SPANNENDE TRENDSETTER-PRODUKTE HER?

Dann bewerben Sie sich hier: lekkerland.de/sortiment/newcomer-produktneuheiten



KORO Nachhaltig snacken

KoRo steht für Nachhaltigkeit und Qualität. Alle Produkte sind zu 100 Prozent vegan und mit Zutaten aus biologischer Landwirtschaft hergestellt. Mit dem neuen Berliner Bio-Haferriegel mit Erdnuss-Schokolade bietet das Unternehmen eine gesunde Snack-Alternative für unterwegs.

4 Koro Oat Bar Peanut Chocolate Bio, 15 x 60 g Rg. (Art.-Nr. 637902) • 5 Koro Protein Bar Deluxe with Pistachio Butter, 12 x 55 g Rg. (Art.-Nr. 638314) • 6 Koro Veganer Proteinriegel Schokolade Brownie, 15 x 55 g Rg. (Art.-Nr. 638313) • 7 Koro Bio Nut Butter Cups Salty Pistachio (3 x 13g), 12 x 39 g St. (Art.-Nr. 638311)



LACASCARA APERITIVO & SPRITZ

Likör aus der Kaffeekirsche

Mit gerade einmal 11% vol. beziehungsweise 16% vol. zahlen der Lacascara Spritz und das Lacascara Aperitif auf den Trend von Low-Alcohol-Produkten ein. Aber auch für Konsument:innen, die Wert auf Nachhaltigkeit legen, sind die fruchtig-herben Drinks genau das Richtige. Neben Grapefruits und Himbeeren werden sie aus Cascara, dem Fruchtfleisch der Kaffeekirsche gewonnen - einem Abfallprodukt bei der Kaffeeproduktion.

8 Lacascara Premium Spritz 11% vol., 24 x 0,2 l Fl. (Art.-Nr. 637630) • 9 Lacascara Premium Aperitivo 16% vol., 1 x 0,5 l Fl. (Art.-Nr. 637631)



Fotos: Lekkerland, PR, Shutterstock

POCKY

Mikado - Japanische Art

Pocky Strawberry und Pocky Cookies & Cream - das ist wie Erdbeereis oder Oreos am Stiel zum Snacken. In Japan ist Pocky schon seit 1966 beliebt, jetzt sollen die leckeren Sticks im stylischen Design hierzulande zum Kult werden.

10 Pocky Strawberry, 10 x 45 g Pg. (Art.-Nr. 638347) • 11 Pocky Cookies & Cream, 10 x 41 g Pg. (Art.-Nr. 638348)



JOKOLADE

Schokolade essen und dabei Gutes tun

Mit Joko Winterscheids Jokolade - bei Lekkerland erhältlich in der Sorte Vollmilch, Himbeer & Keks - können Sie bei der Generation Z und bei Millennials mal so richtig punkten! Die Schokolade wird sklavenfrei und ohne illegale Kinderarbeit zu etablieren produziert. Zudem wird ein Aufpreis erhoben, der die Existenz westafrikanischer Kakaobauern sichert.

12 Jokolade Vollmilchschokolade mit Butterkeks & Himbeere, 20 x 45 g Rg. (Art.-Nr. 638138)



PERFEKTER ÜBERBLICK

Den perfekten Überblick über unsere NEWCOMER bekommen Sie mit unserem regelmäßig erscheinenden Folder. Sie finden ihn mit dem nebenstehenden QR-Code. Mehr spannende Storys zu NEWCOMER-Produkten und den Macher:innen dahinter gibt es auf unserer Landingpage: lekkerland.de/sortiment/newcomer-produktneuheiten. Haben Sie außerdem Fragen zum NEWCOMER-Programm? Dann wenden Sie sich an Ihre:in gewohnte:n Lekkerland Ansprechpartner:in.

UNIQUE RECIPE FROM JAPAN

NEU

日本発のレモンピ

ALCOHOLIC MIXED DRINK WITH VODKA & SHOCHU

MADE WITH NATURAL LEMON

Innovative Freeze-Crush-Technologie



Intensiver Geschmack durch die Herstellung mit natürlicher Zitrone. Kombiniert mit Vodka und Shochu, der traditionellen japanischen Spirituose.



LIEFERANTENPORTRÄT BACKUNION

FRISCH GEBACKEN AUS DEM WESTERWALD

Egal ob FRISCHE BRÖTCHEN, SÜSSE TEILCHEN ODER HERZHAFTE SNACKS - viele Backwaren in den Shops von Lekkerland Kund:innen kommen von der Großbäckerei Backunion.

Viele der knusprigen Croissants und süßen Donuts, die Morgen für Morgen in Shops in ganz Deutschland über den Verkaufstresen gehen, stammen aus einer idyllischen Gegend: Im kleinen Örtchen Kurtscheid im Westerwald sitzt die Großbäckerei Backunion, die Lekkerland mit einem breiten Sortiment an tiefgekühlten Konditorei- und Backwaren beliefert. Der Hersteller aus dem 1000-Einwohner-Örtchen mit viel Wald ringsum bietet traditionelle Back-Handwerkskunst für das zeitgemäße Snacking unterwegs - kurz aufbacken, und schon lockt die duftende, in der Bistrottheke liegende Ware Kundschaft an.



„Wir stellen uns den Anforderungen, um ein Sortiment anbieten zu können, bei dem keine Wünsche offen bleiben.“

SVEN HOPPE
Director Sales Mobility, Backunion

„Wir arbeiten seit mehr als 20 Jahren eng und partnerschaftlich mit Lekkerland zusammen“, berichtet Sven Hoppe, Director Sales Mobility bei Backunion.

Kombinierte Stärken

Backunion ist ein Joint-Venture von zwei Familienunternehmen: Auf der einen Seite steht die Großbäckerei Hack, einer der führenden deutschen Hersteller von Bäckerei- und Konditoreiprodukten - auf der anderen die belgische La Lorraine Bakery Group, einer der größten europäischen Produzenten frischer sowie tiefgekühlter Backprodukte. Sie kombinieren die Stärken von zwei der erfolgreichsten Big Player im deut-

schen und europäischen Bäckerei-Geschäft: Vertriebs-Know-how und exzellente Marktkenntnis von Hack mit umfassenden Produktionskapazitäten und vielfältigem Sortiment von La Lorraine.

Die Größe zahlt sich aus für Lekkerland Kund:innen - Backunion liefert zuverlässig hochwertigste Backwaren. Damit das so bleibt, wollen die beiden Unternehmen hinter Backunion stark expandieren. Darum investieren sie noch 2024 300 Millionen Euro in neue Produktionsstätten. Bis 2027 soll es weltweit sogar eine Milliarde Euro sein. „Gerade in diesen Zeiten angespannter Lieferketten gibt Größe für unsere Abnehmer ein gutes Gefühl von Sicherheit“, sagt Sven Hoppe.

Eingespieltes Team

Das expandierende Joint-Venture Backunion und sein Partner Lekkerland sind nach mehr als 20 Jahren ein gut eingespieltes Team. Backunion liefert eine große Auswahl an leckeren Backwaren, von klassischen weißen



HANDARBEIT

Die Großbäckerei Backunion bietet traditionelles Back-Handwerk für das Snacking unterwegs - einmal kurz aufbacken, und schon liegen die Produkte duftend in der Bistrottheke.

Frühstücksbrötchen über süße Teilchen wie Muffins oder Donuts bis hin zu herzhaften Snacks wie etwa Geflügelrollen. Dazu kommen aktuelle Trendprodukte wie vegetarische und vegane Snacks oder saisonale Angebote, etwa Backwaren mit Bratapfelschmack zu Weihnachten, Erdbeer-Produkte im Sommer oder ein herzförmiger Donut zum Valentinstag. Insgesamt 110 Backunion-Artikel können Lekkerland Kund:innen bestellen.

Sven Hoppe von Backunion freut die intensive Kooperation mit Lekkerland, die es ermöglicht, das Backwaren-Sortiment gemeinsam kontinuierlich weiterzuentwickeln. So sorgen beide Seiten dafür, dass die knackigen Brötchen, süßen Teilchen und herzhaften Snacks von Backunion weiter hohen Absatz in Shops finden. „Wir stellen uns den Anforderungen der Konsument:innen, um ein Sortiment anbieten zu können, bei dem keine Wünsche offen bleiben“, sagt Sven Hoppe.



IM TREND
Auch aktuelle Trendprodukte wie vegetarische oder vegane Snacks finden sich im Sortiment von Backunion - sie sprechen besonders junge Kundschaft an.



KNUSPRIG
Insgesamt 110 Produkte von Backunion lassen sich bei Lekkerland bestellen.

- 1 Maxi Buttergipfel, 80 x 80 g St. (Art.-Nr. 382289) • 2 Frühstücksbrötchen Schrippe vorgebacken, 112 x 75 g St. (Art.-Nr. 470442) • 3 Blätterteig Apfelecke, 40 x 125 g St. (Art.-Nr. 114918) • 4 Schinken-Käse-Croissant ganze Scheibe, 50 x 100 g St. (Art.-Nr. 114367)

Fotos: PR, Lekkerland

TICKETING MIT DEM IKIOSK: JETZT AUCH FLIXBUS- TICKETS BUCHBAR

Mit dem iKiosk von Lekkerland eröffnen sich Ihnen viele neue Umsatzchancen. Neben zahlreichen Gutschein- und Bezahlkarten sowie Tickets für Musicals, Konzerte und Co. können Ihre Kund:innen damit ab sofort auch FLIXBUS-TICKETS buchen. So wird Ihr Shop zum Mini-Reisebüro.



UNKOMPLIZIERT
Kundinnen und Kunden können über den iKiosk jetzt auch FlixBus-Tickets buchen.

Alle Fragen zum Thema Ticketing am iKiosk beantwortet Ihre Lekkerland Ansprechpartner:in. Bei Interesse am iKiosk und Fragen zum e-va Sortiment können Sie sich gern an den Lekkerland e-va Kundenservice unter Tel.: 02234/1821 420 oder per Mail an customerservice@e-va.com wenden.

Sicherlich haben Sie schon einmal von unserem iKiosk gehört? Über den digitalen iKiosk sind derzeit knapp 180 Prepaid-Produkte – beispielsweise Gutschein- und Bezahlkarten – sowie Tickets für Festivals, Konzerte, Musicals, Sportveranstaltungen und andere Events erhältlich. Das macht eine Zusammenarbeit von Lekkerland mit dem Ticketing- und Live-Entertainment-Anbieter Eventim möglich. Nun ist noch ein Partner hinzugekommen: das Verkehrsunternehmen FlixBus.

Busreisen to go

Der FlixBus-Ticketkauf am iKiosk ist denkbar einfach: Per Klick auf die auf der Startseite des iKiosks präsentierte Kachel von FlixBus gelangen Kundinnen und Kunden zur FlixBus-Buchungsmaske, auf der sie ihre Busreise von A nach B an einem bestimmten Tag planen und die für sie beste Verbindung auswählen können. Anschließend wird eine Übersicht des Warenkorbs angezeigt, und die Kundin oder der Kunde wird aufgefordert, die Namen des oder der Reisenden sowie ihre oder seine Mobilnummer und eine E-Mail-Adresse anzugeben.

Mit dem Klick auf „Jetzt reservieren“ werden die Tickets 15 Minuten frei gehalten. Im nächsten Schritt werden die reservierten Tickets an der Kasse bezahlt. Dafür druckt der iKiosk einen Bon. Nach der Bezahlung erhalten Kund:innen vom Kassenspersonal einen Zahlbeleg, der zugleich die FlixBus-Fahrkarte ist. Darüber hinaus wird den Kund:innen eine E-Mail mit den Tickets zugesandt.

Ticketverkauf auch über das Terminal möglich

Übrigens: Auch wenn Sie keinen iKiosk in Ihrem Shop stehen haben, können Sie FlixBus-Tickets verkaufen – und zwar als PIN-Produkt mittels Ausdrucken an Ihrem Terminal.

Fotos: PR

IMMER EIN BISSCHEN ANDERS!

BEGEISTERUNG ZUM ANBEISSEN



Impulse. Erfolg. Emotionen.



Quick & Easy Burger



Quick & Easy Burger

- Besonders schnelle und einfache Zubereitung
- Mit pikanter Grillnote
- Gegerter Burger = 100 % Produktsicherheit

GEGART, GEWÜRZT

ARTIKEL 693876

100 g x 40 Stück = 4,0 kg 4,5 – 5 INCH BUN



Green Oat Burger

- Trendstarke Oats, natürliches Gemüse
- 100 % vegan
- Frische Handmade-Optik

VEGAN, GEGART, GEWÜRZT

ARTIKEL 608258

4 x 1,1 kg = 4,4 kg
(1,1 kg = 9 – 11 Stück à ca. 110 g) 4 – 4,5 INCH BUN



FVZ Hähnchenschnitzel mit Knusperpanade

- Knusprige Cornflakes-Panade
- Lange Standzeit
- Für großen und kleinen Appetit

GEBRATEN

ARTIKEL 074659

130 g x ca. 18 Stück = 2,34 kg



Green Heroes Plant Knusper Schnitzel

- 100% vegan, 100% Weizenprotein
- Unvergleichliche Knusperpanade
- Authentische Form

VEGAN, GEBRATEN

ARTIKEL 606357

3 x 1,0 kg = 3,0 kg (1,0 kg = 10 Stück à ca. 100 g)

Bei allen Abbildungen handelt es sich um Serviervorschläge. Alle tiefgekühlten Produkte sind einzeln entnehmbar. Angebot solange der Vorrat reicht. Irrtum und Druckfehler vorbehalten.



GESCHENKTÜTEN UND CO. VON AMV HÜBSCH VERPACKT

Mit GESCHENKTÜTEN UND
GRUSSKARTEN von amv
begeistern Sie Ihre Kund:innen
- und generieren Zusatzumsätze.



3D-
POSTKARTEN

ÜBERRASCHEND
Die Postkarten mit Tier-
motiven weisen einen
verblüffend realisti-
schen 3D-Effekt auf.

- 9 3D-Card mit Motiv Pferd
weiß, 1 x 10 St.
(Art.-Nr. 632142) •
- 10 3D-Card mit Motiv
Hund und Treibholz, 1 x 10
St. (Art.-Nr. 636782) •
- 11 3D-Card mit Motiv
2 Kätzchen im Gras, 1 x 10
St. (Art.-Nr. 636782) •
- 12 3D-Card mit Motiv
Schwein Rüssel, 1 x 10 St.
(Art.-Nr. 632145)



In unserem Webshop auf
Lekkerland24.de finden
Sie alle amv-Produkte unter
dem Reiter „Nonfood“ -->
„Geschenkartikel“. Mit dem
obenstehenden QR-Code
gelangen Sie direkt dorthin.

PERSÖNLICH
Ein handgeschriebener
Gruß gibt jedem Geschenk
eine persönliche Note.

- 1 Grußkarte 12 x 17 Birthday,
1 x 6 St. (Art.-Nr. 607977) •
- 2 Grußkarte 12 x 17 Danke,
1 x 6 St. (Art.-Nr. 607979) •
- 3 Grußkarte 12 x 17
Kleeblatt, 1 x 6 St.
(Art.-Nr. 607978) •
- 4 Grußkarte 12 x 17 Für Dich,
1 x 6 St. (Art.-Nr. 607980)



LIEBEVOLL
Weine oder Bücher
kommen hübsch
verpackt bei der oder
dem Beschenkten
noch besser an.

- 5 Geschenktüte Flaschen-
tasche blau-gold, 1 x 6 St.
(Art.-Nr. 607984) •
- 6 Geschenktüte Flaschen-
tasche Ballons, 1 x 6 St.
(Art.-Nr. 607981) •
- 7 Geschenktüte Buch
Kleeblatt, 1 x 6 St.
(Art.-Nr. 607982) •
- 8 Geschenktüte Buch
Amazing, 1 x 6 St.
(Art.-Nr. 607985)

Auf der Suche nach einem Mitbringsel
für einen Spontanbesuch kann man
ruhig auch mal eine Tankstelle oder
einen Convenience-Shop ansteuern.
Das gilt jedenfalls, wenn dort Produkte der
Lekkerland Tochter amv angeboten werden.
Und vor allem, wenn im Shop neben
hübschen Geschenkartikeln auch gleich Ge-
schenktüten, in denen sich die Aufmerksam-
keit liebevoll verpacken lässt, sowie Gruß-
karten, auf die ein paar persönliche Zeilen
geschrieben werden können, erhältlich sind.
Da kommt bestimmt Freude auf! Und zwar
auch bei Ihnen als Shopbetreiber:in, denn
mit den amv-Produkten lassen sich ganz
einfach zusätzliche Umsätze generieren.

CRAZY-MONK



BREWDOG:

- Gegründet 2007 von
zwei Freunden und
einem Hund
- Erfolgreichste Craft-
bier-Brauerei der Welt
mit über 200 Bieren
- Klimapositiv und
weltweit bekannt

DOMINIKANER:

- Eines der erfolgreichsten
Biere an Tankstelle
und Kiosk
- Steht für ein attraktives
Preis-/Leistungsverhältnis
- Wachstumstreiber für
Ihren Shop

BIERTYP HELLES:

- Helles ist als Kategorie
im letzten Jahr um
16,8 % gewachsen*
- Kommt national an der
Tankstelle auf einen
Marktanteil von 11,8 %*
- Wächst auch außerhalb
Bayerns deutlich

CRAZY MONK:

- Gebraut mit dem Segen
der Mönche in Berlin
- Helles ist Wachstums-
treiber im deutschen
Biermarkt
- Beinhaltet 4 Hopfen-
sorten für die perfekte
Geschmacksbalance

**ARTIKEL
INFO**

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
637671		BrewDog Crazy Monk 5,0% vol. NEU	24/440 ml Ds. DPG

BEI RAUCHER:INNEN BELIEBT: GENUSS PUR!

Immer mehr Konsument:innen kaufen
ZIGARETTEN OHNE ZUSÄTZE.
Das Angebot ist daher stark gewachsen.



UNBEHANDELT
Neben größeren Marken wie
Lucky Strike und Marlboro
bieten auch kleinere Labels wie
zum Beispiel Pepe oder Afri
Zigaretten ohne Zusätze an.

1 Lucky Strike Authentic Red OP,
10 x 22er St. (Art.-Nr. 641988/Stab.
Art.-Nr. 7377) • 2 Marlboro Simply
Blue OP, 10 x 20er St. (Art.-Nr.
641864/Stab. Art.-Nr. 4868) •
3 Pepe Rich Green L, 10 x 29er St.
(Art.-Nr. 629578/Stab. Art.-Nr. 7538)
• 4 Afri Cigarettes, 8 x 25er St.
(Art.-Nr. 628358/Stab. Art.-Nr. 9632)

Fotos: Shutterstock, PR

Die Nachfrage nach zusatzstofffreien
Zigaretten wächst kontinuierlich. Ver-
ständlich, dass fast jeder Hersteller
inzwischen entsprechende Produkte
im Angebot hat. Bei BAT etwa tragen die
zusatzstofffreien Lucky Strike- und Pall Mall-
Varianten den Namenszusatz „Authentic“
oder „Change“, bei Philip Morris – Marlboro
und L&M – heißen diese Zigaretten „Simply“,
bei Gauloises von JTI „Liberté“, bei Camel
„Essential“ und bei Reemtsma JPS-Marken-
familie erkennt man die zusatzstofffreien
Varianten am Beinamen „Just“.

Was all diese Zigaretten eint, ist, dass sie
vollkommen ohne Konservierungs- und Aroma-
stoffe sowie Feuchthaltemittel hergestellt wer-
den – und fast ausnahmslos in braunen oder
erdfarbenen Packungen stecken, deren Optik
Natürlichkeit und Nachhaltigkeit vermitteln soll.

Daneben gibt es aber auch zusatzstofffreie
Zigaretten, die derartige Namenszusätze nicht
nötig haben, weil sie seit jeher auf Zusätze
verzichten. So etwa American Spirit, die Marke
Pueblo von Pöschl Tobacco, die Pepe-Filterziga-
retten von Eicken oder der absolute Klassiker

DIE TOP 5: ZIGARETTEN OHNE ZUSÄTZE

LUCKY STRIKE Authentic Red Giga	PALL MALL Authentic Blue Super	LUCKY STRIKE Authentic Blue Giga	PALL MALL Authentic Red Super	AMERICAN SPIRIT Yellow OP L
1	2	3	4	5
8 x 25er St.	8 x 33er St	8 x 25er St.	8 x 33er St	10 x 22er St
Art.-Nr. 641986 Stab. Art.-Nr. 8314	Art.-Nr. 642008 Stab. Art.-Nr. 8303	Art.-Nr. 641983 Stab. Art.-Nr. 8327	Art.-Nr. 642013 Stab. Art.-Nr. 8308	Art.-Nr. 643003 Stab. Art.-Nr. 7864

unter den Zigaretten ohne Zusätze: die Marke
Afri von Heintz van Landewyck. Die Kultmarke
ist bereits seit den 1920er-Jahren erhältlich und
verzichtet seit jeher auf Zusatzstoffe.

Alle hier gezeigten Produkte – sowie viele
weitere Tabakwaren – können Sie rund um
die Uhr auf Lekkerland24.de bestellen.



GENUSSVOLLES UMSATZPLUS! MIT UNSEREN EDLEN MARZIPAN RIEGELN!



Alle Sorten mit köstlichem
Fairtrade-zertifiziertem Kakao

www.zentis.de



DER FRÜHLING KOMMT! JETZT BESTELLEN!

Profitieren Sie von dem wachsenden Segment „Dose“
im deutschen Biermarkt.*

Platzieren Sie Desperados im Kühlregal,
um Impulskäufe zu fördern.

Für Konsument:innen ist Desperados jung und modern, hat einen
ansprechenden Geschmack und einen hohen Wiedererkennungswert.**



DESPERADOS ORIGINAL
ART. NR.: 209467



*QUELLE: NIELSEN, DOSENBIER +13.2% IM WERT, +2.9% IM VOLUMEN. LEH-GAM-TS, LETZTE 52 WOCHEN - WOCHE ZUM 31.12.23. **QUELLE: KANTAR BGS, Q2 2023.

TREND-RADAR

GENAUER BLICK AUFS PREISSCHILD

Verbraucher:innen sind heute VIEL PREISENSIBLER ALS FRÜHER – gerade im Unterwegskonsum. Folglich haben die Preise in Ihrem Shop größeren Einfluss auf den Umsatz. Lekkerland unterstützt Sie dabei, attraktive Angebote zu machen.

1. Um welchen Trend geht es?

Konsument:innen achten heute am Shopregal mehr als früher darauf, wie viel ein Produkt kostet – gerade im Unterwegskonsum. Der wichtigste Grund für die gewachsene Preissensibilität ist die hohe Inflation, also steigende Preise und Geldentwertung. Teile des Einzelhandels haben mit Promotions gesteuert, und vor allem Discounter haben ihre Preise inzwischen teils wieder reduziert. Auch diese beiden Umstände tragen dazu bei, dass Kund:innen heute ver-

mehrt Preise vergleichen. Zugleich haben Supermärkte und Discounter heute deutlich länger geöffnet als früher. „Die Zeiten, in denen Konsument:innen abends ab 18 Uhr oder ab Samstagmittag keine Alternative zu Tankstellen, Kiosken und Co. hatten, sind vorbei“, sagt Dennis Schulze, Senior Manager Market Insights bei Lekkerland.

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

Wer seine Preise niedrig halten kann, macht mehr Umsatz – das gilt heute mehr noch als früher. „Shopbetreiber:innen sollten sehr genau prüfen, zu welchen Preisen sie ihre Produkte anbieten, und sich durch deren Auswahl und Format vom regulären Einzelhandel abgrenzen“, rät Marktforscher Dennis Schulze. Er rät Shops dazu, mit regelmäßig wechselnden Promotions den eigenen Absatz anzukurbeln. Dabei sollten sie vor allem auf Produkte setzen, die unterwegs gekauft werden – etwa Riegel, Kaugummis oder Impuls-Eis, die sich Kund:innen gern auch mal spontan zur Belohnung gönnen.

Fotos: Shutterstock, Lekkerland



3. Welche Chancen bringt der Trend mit sich?

Shops, die sich in Bezug auf ihre Preise ein positives Image aufbauen, können sich vom Wettbewerb abheben. Das eröffnet neue Umsatzchancen, denn Kund:innen wissen: Hier bekommen wir die gewünschten Produkte für einen angemessenen Preis. Ein wichtiger Baustein sind dabei die Eigenmarken-Produkte von Lekkerland. Nach Angaben der Marktforscher NielsenIQ betrachten mittlerweile 51 Prozent der deutschen Verbraucher:innen Eigenmarken als eine gute Alternative zu Markenprodukten. Und 41 Prozent finden, dass Eigenmarken teilweise von gleicher oder sogar höherer Qualität sind als Markenprodukte. Das einzige Unterscheidungsmerkmal sei demnach oft nur noch der Preis.



„Shops sollten sich durch Auswahl und Format der angebotenen Produkte vom regulären Einzelhandel abgrenzen.“

DENNIS SCHULZE
Senior Manager Market Insights,
Lekkerland SE

4. Was bietet Lekkerland?

Im Sortiment von Lekkerland finden Shopbetreiber:innen Gebindegrößen, die auf den Unterwegskonsum zugeschnitten und häufig nicht im Lebensmitteleinzelhandel oder bei Discountern zu finden sind. So können sich Shops vom Wettbewerb absetzen. Eine besondere Bedeutung hat auch dabei das breite Sortiment an Eigenmarken – sie bieten die gleiche Qualität wie Markenartikel, sind aber deutlich preiswerter und oft in kleineren Verpackungsgrößen erhältlich. Dazu kommen regelmäßige Aktionen und Promotions, zum Beispiel im Rahmen des Vorteilsprogramms PlusTools. „Mit unserem Sortiment können Shops ihrer Kundschaft ein attraktives Angebot machen“, sagt Lekkerland Experte Dennis Schulze.



Kleine Portionen für jeden Anlass

- ✓ Bieten höchsten Hygienestandard
- ✓ Kalkulationssicherer Umsatzbringer
- ✓ Größte Auswahl im Markt: 18 Sorten Senf, Ketchup, Mayo, Saucen & Dressings



DAMIT IHR UMSATZ FLORIERT.



NUR FÜR
KURZE ZEIT

Curuba-Holunderblüte

Wir sind reif für den Sommer. Und unser Sortiment auch: Denn die neue Red Bull Summer Edition kommt ab April 2024 in den Handel – mit dem erfrischend-fruchtigen Geschmack von Curuba und Holunderblüte. Der Sommer wirft wieder neues Licht auf die Umsatzzahlen: Denn auch in 2023 lag

das Wachstum der Red Bull Editions im gesamten Flavoured-Energy-Drink-Markt mit +38,6% deutlich vorne.* Eisgekühlt und gut sichtbar platziert, treibt unser neuer Exot also zuverlässig den Absatz an. Schließlich bleibt eine Sache zu jeder Jahreszeit gleich: **Red Bull verleiht Flüügel®.**



Red Bull

* Quelle: Circana, Gesamtmarkt, Energy-Segmente & Red Bull Editions, Umsatzveränderung in %, YTD 10 2023 vs. VJ.

RED BULL SUMMER EDITION CURUBA-HOLUNDERBLÜTE (250 ML)

ART.-NR. EINZELDOSE
633200

EAN EINZELDOSE
9045 6572

EAN 24ER-TRAY
9002 4902 7072 8