

# Mein Shop

Nr. 2  
2025

April & Mai

Lekkerland.de

## BACKWAREN VERKAUFEN:

Mit Auftau- und Aufback-  
Backwaren lassen sich ganz  
unkompliziert gute  
Umsätze erzielen - 20

## DER GROSSE GETRÄNKE- CHECK

Welche Artikel in den  
wichtigsten Sortimentsbereichen  
jetzt besonders gefragt  
sind - 8

## SERIE: TREND-RADAR

Was Sie zum Thema  
„Bargeldlos bezahlen“ wissen  
müssen - 38

LEUTE BEI  
LEKKERLAND:  
So kommt Ihre  
Bestellung auf den  
Weg zu Ihnen  
- 44

# UTOPIA

NEU



DOUBLE  
HAZELNUT



DOUBLE  
CHERRY

  
**MAGNUM**  
lebe deinen genuss



Redaktionsschluss: 18.3.2025

## Impressum

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

E-MAIL  
meinshop@lekkerland.de

INTERNET  
Lekkerland.de

VERANTWORTLICH  
Janine Hoffe

PROJEKTLEITUNG  
Dominik Schlefers

REDAKTIONELLE LEITUNG  
Ingo Gschwilm

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

E-MAIL  
meinshop@c3.co

PROJEKTMANAGEMENT  
Marlene Freiburger

REDAKTION  
Elena Rudolph

MITARBEIT  
Florian Sievers (fr)

ART-DIREKTION  
Melanie Kollath, Jessica Winter

FOTOREDAKTION  
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.

## Liebe Leserinnen und Leser!

**E**ndlich hat der Frühling begonnen, und mit den steigenden Temperaturen klettert auch die Nachfrage nach kühlen Getränken nach oben. Von Energydrinks über Softdrinks bis hin zu Bier und PMLDs – jetzt sollten Sie jederzeit genügend Artikel vorrätig haben, um den Durst Ihrer Kundschaft zu stillen. Welche Bestseller und Neuheiten dabei besonders gefragt sind, erfahren Sie in unserem „Großen Getränke-Check“ ab Seite 8.

### Wissenswertes zum Verkauf von E-Zigaretten

Über mögliche Zukunftsaussichten von E-Zigaretten wird zurzeit viel geschrieben und spekuliert. Werden Einweg-E-Zigaretten in Deutschland wirklich schon bald verboten? Und steht die Aromenvielfalt tatsächlich vor dem Aus? Antworten auf diese und zwei weitere oft gehörte Aussagen lesen Sie ab Seite 40.

Suchen Sie nach einer Möglichkeit, professionell aussehende Werbemittel wie Plakate und digitale Banner ganz einfach selbst erstellen zu können? Dann haben wir da etwas für Sie: das Lekkerland Marketing-Portal. Dort können Sie genau das machen, ganz einfach, ohne Extrakosten und mit wenigen Klicks. Mehr dazu lesen Sie auf Seite 54.

Ich wünsche Ihnen einen erfolgreichen Frühling 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.



### 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](http://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](https://facebook.com/LekkerlandDeutschland)



# LILLET®

## L'APÉRITIF

NEUES DESIGN –  
UNVERÄNDERT  
LILLET!



NEU  
ERHÄLTICH IM  
DREIERPACK!



**Lillet Blanc**  
17% Vol./0,75l  
**647655**

**Lillet Rosé**  
17% Vol./0,75l  
**647656**

**Lillet Rosé Grapefruit**  
10,3% Vol.  
Dreierpack 3x0,2l  
**650636**

**Lillet Rosé White Peach**  
10,3% Vol.  
Dreierpack 3x0,2l  
**637859**  
Einzelflasche 0,2l  
**637857**

**Lillet Berry**  
10,3% Vol.  
Dreierpack 3x0,2l  
**622386**  
Einzelflasche 0,2l  
**622346**





## MEIN JOB

- 8 GROSSER GETRÄNKE-CHECK**  
Welche Getränke Sie in den warmen Monaten unbedingt gut gekühlt in Ihrem Shop vorrätig haben sollten
- 14 Die Top Ten: Alkoholfreie Getränke**  
Von Softdrinks bis Mineralwasser: Diese Drinks gehören ins Sortiment
- 16 Rund um die Uhr geöffnet**  
Wie die ConRail-Shops perfekt die Bedürfnisse von Bahnhofsbesucher:innen abdecken
- 20 SERIE: Backwaren erfolgreich verkaufen – so geht's!**  
Teil 2: Was Sie über Auftau- und Aufback-Backwaren wissen müssen
- 22 Ratgeber Personal**  
Auf diese Punkte achten Bewerber:innen in Stellenanzeigen

## MEIN SORTIMENT

- 26 Jetzt wird gegrillt!**  
So können Sie den Start der Draußensaison für sich nutzen
- 28 Newcomer**  
Innovative Neuheiten für Ihr Sortiment
- 30 Nachhaltig verpackt**  
Den Wunschgutschein gibt es ab sofort in einer neuen nachhaltigen Papierverpackung
- 32 Topseller**  
Spannende Neuheiten und beliebte Bestseller aus unserem Sortiment
- 34 Eistees ohne Zucker und feurig-scharfe Chips**  
Über diese vier neuen Eigenmarken wird sich Ihre Kundschaft freuen
- 36 Mitbringsel**  
Kleine Aufmerksamkeiten mit großer Wirkung
- 38 SERIE: Trend-Radar**  
Teil 11: Was der Trend hin zum bargelosen Bezahlen für Sie bedeutet
- 40 Aromen, Jugendschutz, Recycling & Verbote**  
Wissenswertes über E-Zigaretten



## MEIN PARTNER

- 44 SERIE: Leute bei Lekkerland**  
Teil 2: Unsere Mitarbeitenden in der Lagerverwaltung stellen sicher, dass Ihre Bestellungen ordnungsgemäß verschickt werden
- 48 SERIE: Mehr Erfolg & Umsatz durch informierte, motivierte Shop-Mitarbeitende**  
Teil 11 unserer Serie „Erfolgreich mit der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie“
- 50 Selbstbedienung**  
Wie Sie mit SB bei Foodservice und Kaffee bei Ihrer Kundschaft punkten können
- 52 Aus den Tiefen der Alpen**  
Die Mineralwässer, Schorlen und Erfrischungsgetränke von Adelholzener und Active O2 sind perfekt für den Unterwegskonsum



- 54 NEUE SERIE: Unsere Services – innovative Lösungen für Ihren Erfolg**  
Wie Sie sich in unserem Marketing-Portal mit nur ein paar Klicks professionelle Werbemittel problemlos selbst erstellen können



# FANTA + DR. PEPPER

## FRUCHTIG FRECH UND CREMIG KULTIC



Jeder kennt Fanta Orange. Doch kennt Ihr schon diese 3 neuen leckeren Geschmacksrichtungen – mit vollem und intensiven Fruchtgeschmack. Einfach **Fantastisch**.

Zwei brandneue Geschmacksrichtungen, die den geliebten originalen Dr. Pepper-Geschmack mit geschmeidigem Sahne-Soda paaren. It's two delicious.

Fanta Peach  
Art.-Nr. VE 640842  
12x 355 ml

Fanta Grape  
Art.-Nr. VE 641697  
12x 355 ml

Fanta Berry  
Art.-Nr. VE 641695  
12x 355 ml

Dr. Pepper Cream & Soda  
Art.-Nr. VE 641699  
12x 355 ml

Dr. Pepper Strawberries & Cream  
Art.-Nr. VE 641696  
12x 355 ml



## SERIE: BACKWAREN VERKAUFEN - SO GEHT'S, TEIL 2

Wer seinen Kund:innen zum Kaffee auch süße und herzhaft Backwaren anbieten möchte, sollte mit Auftau- und Aufback-Backwaren beginnen. Ab Seite 20 lesen Sie, was es dabei zu beachten gilt.



FÜR FAST  
**85**  
PROZENT

sind Steaks und Schnitzel aus Rind- und Schweinefleisch oder Geflügel das ultimative Must-have beim Barbecue.<sup>2</sup>

BELIEBTES FREIZEITVERGNÜGEN

## Was Verbraucher:innen am liebsten grillen

Die Menschen in Deutschland lieben es zu grillen – viele sogar rund ums Jahr. Laut einer Umfrage des Haushaltswarenherstellers Leifheit<sup>1</sup> wirft jede:r Zweite den Grill auch im Herbst und sogar noch im Winter an. Dennoch wird vor allem im Frühling und Sommer gegrillt. Hier kommen ein paar interessante Zahlen über die beliebtesten Grillsnacks:

BEI  
**20**

PROZENT

kommt vegetarisches Grillgut wie beispielsweise Grillkäse auf den Rost, acht Prozent grillen vegan.

**50**

PROZENT

der Grillfans kommen nicht ohne Würstchen aus.<sup>2</sup>

RUND  
**DREI**  
VIERTEL

der Griller:innen (74 Prozent) genießen Brot und Baguette als Beilagen zum Grillen. Beliebt sind auch Saucen (69 Prozent) und Dips (52 Prozent) sowie Salat (71 Prozent) und Gemüse (32 Prozent).<sup>2</sup>

Mit dem passenden Sortiment an Grillgut und -equipment können Sie den Start der Draußensaison für sich nutzen! Ab Seite 26 lesen Sie, wonach Ihre Kundschaft jetzt im Shop sucht.

## DER GROSSE GETRÄNKE-CHECK

# DIE SIND JETZT ANGESAGT!

Ob Energydrinks, Bier oder Softdrinks, ob Klassiker oder trendige neue Marken und Varianten - wir zeigen Ihnen, **WELCHE GETRÄNKE SIE IM SOMMER UNBEDINGT IM SHOP-SORTIMENT haben sollten.**

**E**ndlich werden die Tage wieder länger und wärmer - der Frühling hat begonnen! Jetzt steigt die Nachfrage nach Getränken. Und die Konsument:innen haben dabei mehr Auswahl als je zuvor. „Noch nie waren Getränke so innovativ wie heute“, sagt Franziska Franke, die bei Lekkerland als Senior Managerin Buying & Category Management Beverages mit für das Getränkeangebot verantwortlich ist.

Lekkerland hat daher fast 50 neue Produkte ins Sortiment aufgenommen - darunter neue Sorten Wasser mit Geschmack, Energydrinks, Sportgetränke und Premixed Longdrinks, bei denen allein 13 Artikel neu hinzugekommen sind. Die Auswahl hat sich konsequent an den Wünschen und Bedürfnissen der Verbraucher:innen sowie an aktuellen Trends und Entwicklungen orientiert.

„Energydrinks und Limonaden mit Saison-Geschmacksvarianten sowie zuckerfreie, kalorienreduzierte Alternativen sind die Must-haves im Regal von Tankstellen-Shops,

Kiosken & Co.“, sagt Lekkerland Getränkeexpertin Franziska Franke. Auch im Segment Wasser gebe es Potenzial. So erfreut sich stilles Wasser mit natürlichen Fruchtaromen oder Vitaminen zunehmender Beliebtheit und sorgt für ein Umsatzplus.

### Must-haves im Regal

„Diese und weitere Artikel gehören unbedingt ins Shop-Angebot“, rät Franziska Franke. Auch die preisbewussten Alternativen der Lekkerland Eigenmarken sollten ein wesentlicher Sortimentsbestandteil sein. Shops sollten daher bei Bedarf Platz für Neues schaffen. Schließlich sprechen sie mit trendigen neuen Getränken auch junge Männer und Frauen als Kundschaft an. Und ob Newcomer oder Klassiker - alle Getränke für die warmen Tage sollten natürlich stets gut gekühlt erhältlich sein. So kann der Sommer kommen!



### SPANNEND

Regelmäßig kommen Energydrinks mit neuen Geschmacksrichtungen auf den Markt, die – zusammen mit etablierten Marken – das Interesse der Verbraucher:innen hochhalten.

1 DPG Rockstar Energy Tropical Guave, 12 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 218853) • 2 DPG Monster Energy, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 018655)

①



②



## ENERGYDRINKS KUND:INNEN LIEBEN DEN ENERGIESCHUB

Wenn laue Sommernächte durchgefeiert werden sollen, die Energie für eine lange Fahrt in den Urlaub reichen muss oder einfach Genuss gefragt ist, dann greifen Konsument:innen gern zu Energydrinks. „Diese sind unverändert enorm gefragt bei der Käuferschaft“, berichtet Damir Kosovic, Einkäufer alkoholfreie Getränke bei Lekkerland.

Konsument:innen lieben Energydrinks, schließlich kombinieren diese interessante Geschmacksrichtungen mit einer Extraportion Koffein für einen Energieschub. Und regelmäßig kommen neue Sorten auf den Markt, die das Interesse weiter hochhalten – ob vom Marktführer Red Bull, von Monster oder von der Lekkerland Eigenmarke TAKE OFF.

### Breite Auswahl anbieten

Um von der Nachfrage nach Energydrinks zu profitieren, sollten Shops stets eine breite Auswahl an Klassikern, Newcomern und wechselnden Geschmacksvarianten in der Kühlung haben. Dabei liegt der Fokus idealerweise auf etablierten Marken – daneben sollten Shops aber auch Preisalternativen von Eigenmarken sowie Sondereditionen und immer mal wieder neue Marken berücksichtigen.

Die Hersteller bieten inzwischen nahezu alle Marken auch in Varianten mit weniger oder gar keinem Zucker an. „Auch die gehören ins Sortiment – selbst wenn der Fokus eindeutig auf zuckerhaltigen Sorten liegen sollte“, rät Lekkerland Experte Damir Kosovic. So findet jede Kundin und jeder Kunde im Shop den passenden Energydrink.

### GUTE MISCHUNG

Im Sortiment sollten Klassiker, Newcomer, Sondereditionen und auch Preisalternativen von Eigenmarken zu finden sein.

3 DPG Red Bull Sugarfree, 24 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 212353) •  
4 DPG Red Bull Energy Drink, 24 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 225807) •  
5 DPG TAKE OFF Energy Drink, 24 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 224504) •  
6 DPG effect Energy Drink, 24 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 248622)



③



④



⑤



⑥

# BIER

## DIE RICHTIGE MISCHUNG AUS REGIONAL UND INTERNATIONAL



1



2



3



4



5

Ob mit Freund:innen im Park, bei einer Party oder auf dem heimischen Balkon - in den warmen Jahreszeiten werden deutlich mehr Biere und Biermischgetränke getrunken. „Eine gute Auswahl an Bieren und Biermischgetränken ist daher jetzt besonders wichtig für das Shop-Geschäft“, sagt Norbert Lowey, Einkäufer Bier und Wein bei Lekkerland.

Mit Biermischgetränken lassen sich besonders jüngere Käuferschichten ansprechen. „Der Umsatz mit Biermix ist in den vergangenen zehn Jahren jährlich im Schnitt um 3,5 Prozent gestiegen“, sagt Norbert Lowey. Neu im Sortiment von Lekkerland ist daher X<sup>2</sup> - das neue Biermischgetränk der Bitburger-Braugruppe in den trendy Geschmacksrichtungen Spritz, Ice Boost Energy und Cola.

### Helles weiter stark gefragt

Bei Bier ist bayerisches Helles weiter stark gefragt, das mittlerweile deutschlandweit gern getrunken wird. Daneben mögen Konsument:innen aber auch Biere aus ihrer Region. In Deutschland gibt es rund 5.000 unterschiedliche Biere - von Export im Ruhrgebiet über Kölsch in Köln bis zu Schwarzbier in Thüringen. Parallel zu diesem Trend zur Regionalität legen auch internationale Biere weiter zu, etwa Starkbiere aus Dänemark.

Dosenbier insgesamt zählt zu einem der meistverkauften Produkte überhaupt im Shop-Geschäft. Denn Dosen sind bruchsicher, leicht und dabei auch noch recycling-freundlich. „Außerdem überzeugt Dosenbier die Kund:innen durch die Haptik und das klassische Klickgeräusch beim Öffnen“, weiß Lekkerland Experte Norbert Lowey.

Leicht, bruchsicher - und mit diesem charakteristischen Klick beim Öffnen: Getränkedosen sind genau das Richtige für den Genuss draußen an warmen Tagen.



6



7



8

**TRENDY**  
Biermischgetränke wie das neue X<sup>2</sup> von Bitburger in seinen drei trendigen Geschmacksrichtungen werden immer beliebter.

- 6 DPG X<sup>2</sup> Spritz, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 650675) •
- 7 DPG X<sup>2</sup> Cola, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 650672) •
- 8 DPG X<sup>2</sup> Energy, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 650674)

**DIE AUSWAHL MACHT'S**  
Bayerisches Helles ist ebenso gefragt wie dänische Starkbiere. Und Pils geht natürlich immer.

- 1 DPG Paulaner Original Münchner Hell, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 204626) •
- 2 DPG Tyskie, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 207683) •
- 3 DPG Carlsberg Elephant Beer, 7,5% vol., 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 210719) •
- 4 DPG Heineken Can, 24 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 214079) •
- 5 DPG Spaten hell, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 219050)



## PMLDS

# DER PRAKTISCHE GENUSS FÜR UNTERWEGS

Ein Griff in die Kühlung, und der Genuss kann beginnen – Konsument:innen lieben die fertig gemischten Longdrinks (Premixed Longdrinks – PMLDs), weil sie einfach praktisch sind. „Die Nachfrage in diesem Bereich wächst darum weiter dynamisch“, sagt Simone Marascia, Einkäufer Spirituosen, Sekt und Champagner bei Lekkerland.

Bei den Vorlieben zeigt sich Deutschland zweigeteilt. So sind im Nordosten des Landes von Niedersachsen bis Brandenburg sowie im Südwesten von Nordrhein-Westfalen bis nach Baden-Württemberg vor allem solche PMLDs beliebt, die nicht auf Cola-Mischungen basieren. In diesen Regionen ist auch insgesamt die Nachfrage nach PMLDs am stärksten. Dagegen sind fertige Drinks mit Cola als Mix-Basis in den restlichen Landesteilen besonders gefragt.

### Fruchtig oder zuckerreduziert

Landauf, landab trinkt die jüngere Kundschaft zunehmend fertig gemischte Getränke auf der Basis von Wodka und



1



2



3



4



5

**MIT ODER OHNE**  
Neben klassischen Mischungen auf Cola-Basis oder solchen mit Wodka werden zunehmend auch alkoholfreie PMLDs verkauft.

- 1 DPG Jack Daniel's & Coca-Cola Zero, 10% vol., 12 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 636972) • 2 DPG freikopf sunpéro meets tonic alkoholfrei, 24 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 638663) • 3 DPG Gorbatschow Berry, 10% vol., 12 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 647550) • 4 Lillet Grapefruit, 8 x 3 x 0,2 l Fl. (Art.-Nr. 650636) • 5 DPG Zarewitsch Vodka Lemon Premium Mix 10% vol., 24 x 250 ml Ds. (Art.-Nr. 217430)

Gin, gern auch in fruchtigen Geschmacksrichtungen. Doch auch andere PMLD-Varianten können immer mehr Kund:innen überzeugen. So ist Aperol Spritz als fertig gemischter Drink besonders bei der weiblichen Kundschaft beliebt.

Parallel zum wachsenden Gesundheitsbewusstsein in der Bevölkerung steigt außerdem die Nachfrage nach zucker- und kalorienreduzierten PMLD-Optionen. Zudem wünschen sich zunehmend mehr Verbraucher:innen – vor allem jüngere – auch alkoholfreie Varianten. Zugleich aber sind viele bereit, für Premiummarken von klassischen PMLDs mehr zu zahlen. „Man gönnt sich einen hochwertigen Genuss für unterwegs – praktisch und lecker“, sagt Lekkerland Experte Simone Marascia.



## WEIN

# LEICHTER GENUSS AN WARMEN TAGEN

Was kann es Schöneres geben als an warmen Abenden mit Freundinnen und Freunden ein Glas guten Weins zu genießen? „Vor allem Weiß- und Roséweine, aber auch spritzige Seccos bieten sich jetzt als Begleiter für unterwegs an“, sagt Norbert Lowey, Einkäufer Bier und Wein bei Lekkerland.

So sind bei Weißweinen vor allem milde Weine aus Rebsorten wie Chardonnay oder Sauvignon blanc gefragt. Auch Roséweine haben sich inzwischen einen größeren Marktanteil gesichert. „Solche Weinsorten verheißen einen leichten Genuss an warmen Tagen“, sagt Norbert Lowey.

### Alternative zu Bier

Eine Alternative zu Bier oder hochprozentigen Spirituosen stellen Seccos dar, also Perl- und Schaumweine wie etwa der La Gioiosa Secco Frizzante. Ob in der Flasche oder in der Dose, sprechen sie eine jüngere und weibliche Kundschaft an. Zudem sind Seccos auch preislich attraktiv.

Bei allen Sommerweinen bieten die Lekkerland Eigenmarken wie Le Patron, Vina Augusta oder Hohenstauffer übrigens ein einzigartiges Preis-Leistungs-Verhältnis. „Und natürlich sollten sämtliche Weißweine, Rosés und Schaumweine im Shop stets gut gekühlt erhältlich sein – damit die Kundschaft sie sofort genießen kann“, rät Lekkerland Weinexperte Norbert Lowey.



**GUTE BEGLEITER**  
Wenn es warm wird, werden vor allem Weißweine und Rosés getrunken.

- 1 Bree Pinot Noir, Spätburgunder, QbA, rosé, 6 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 551353) •
- 2 Bree Chardonnay, IGP, weiß, 6 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 551442)



**GLAS HALB LEER?**  
Dann lesen Sie auf den folgenden Seiten noch, welche alkoholfreien Getränke jetzt ins Shop-Sortiment gehören!

**ALTERNATIVE**  
Spritzige Perl- oder Schaumweine wie die Seccos von La Gioiosa sind im Sommer eine gute Alternative zu Bier oder Hochprozentigem.

- 3 Prosecco Frizzante La Gioiosa, DOC, 6 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 392036)
- 4 ITA La Gioiosa Frizzante Secco, 6 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 114418)

cleVer  
Kauf



# NEU!

DER POPULÄRE  
APERITIVO

FERTIG GEMIXT

EINFACH ZU ÖFFNEN

## DER PERFEKTE SUNDOWNER!

ARTIKEL  
INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
647231		Vina Augusta Spritz Bitter Orange <b>NEU</b>	12/0,275 Fl.

 **Lekkerland**  
the convenience company



EMPFEHLUNGEN FÜR  
IHR SORTIMENT:

# ALKOHOLFREIE GETRÄNKE

Von Softdrinks bis Mineralwasser - alkoholfreie Getränke (AfG) sind  
EIN WICHTIGER UMSATZBRINGER IM SHOP-SORTIMENT. Stets gut gekühlt  
verfügbar, sorgen sie für Impulskäufe.

									
COCA-COLA Zero Sugar	COCA-COLA Original Taste	COCA-COLA Original Taste	FANTA Orange Zero Sugar	FANTA Mango Dragon	PAULANER Spezi Zero	VOLVIC Juicy Sommerfrüchte	VOLVIC Juicy Orange-Mango	VITAMIN WELL Reload	VOLVIC Naturelle
12 x 0,5 l Fl.	12 x 0,5 l Fl.	24 x 0,33 l Ds.	24 x 0,5 l Fl.	24 x 0,5 l Fl.	12 x 0,5 l Fl.	6 x 1,5 l Fl.			
Art.-Nr. 207392	Art.-Nr. 206948	Art.-Nr. 636638	Art.-Nr. 633506	Art.-Nr. 625461	Art.-Nr. 617580	Art.-Nr. 216308	Art.-Nr. 257392	Art.-Nr. 200599	Art.-Nr. 212877

## INTERVIEW

# „SOFTDRINKS SIND ABSOLUT UNVERZICHTBAR“

**Frau Haubert, Herr Kosovic, welche sind – einmal abgesehen von Energydrinks – die wichtigsten alkoholfreien Getränke im Shop?**

**DAMIR KOSOVIC:** An erster Stelle stehen kohlenstoffhaltige Erfrischungsgetränke, sogenannte Carbonated Soft Drinks (CSD), also zum Beispiel Cola-Getränke, Limonaden oder Bittergetränke wie Tonic Water. Ein weiterer wichtiger Bereich ist Wasser – neben Mineralwasser vor allem solches mit natürlichen Fruchtaromen oder Vitaminen, aber ohne Zuckerzusatz. Dieses wird immer beliebter. Dazu kommen Eistees, Fruchtsäfte und Schorlen oder auch Milchmodern und gekühlte Kaffeespezialitäten.

**ANNE-KATHRIN HAUBERT:** Dabei sorgen vor allem Softdrinks für Impulskäufe. So haben fast 80 Prozent aller Konsument:innen bei einer Befragung von Lekkerland angegeben, dass sie an Tankstellen bei Softdrinks spontan zugreifen. Das sollten Shop-Betreiber:innen nutzen und ihrer Kundschaft ein entsprechendes Angebot unterbreiten!

**Wer sind die typischen Käufer:innen von alkoholfreien Getränken?**

**ANNE-KATHRIN HAUBERT:** Softdrinks sprechen vor allem junge Menschen an. Mehr als die Hälfte aller Softdrink-Käufer:innen stammt aus der Altersgruppe der 18- bis 39-Jährigen. Sie sind einer der Gründe dafür, dass sich das Geschäft mit alkoholfreien Getränken insgesamt positiv entwickelt. So hat der Umsatz an Tankstellen im vergangenen Jahr im Vergleich zum Vorjahr um immerhin 3,4 Prozent zugelegt.

**DAMIR KOSOVIC:** Besonders wichtig ist den Konsument:innen bei alkoholfreien Getränken, dass diese gut stets gekühlt verfügbar sind, damit sie sie sofort genießen können. Ein solches Angebot verbinden sie mit Shops, Tankstellen & Co. – was aus ihrer Sicht neben guter Erreichbarkeit und attraktiven Öffnungszeiten dafür spricht, alkoholfreie Getränke dort und nicht im Einzelhandel zu kaufen.



„Vor allem Softdrinks sorgen für Impulskäufe.“

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



„Für Kioske, Tankstellen & Co. spricht, dass dort alkoholfreie Getränke gut gekühlt erhältlich sind.“

**DAMIR KOSOVIC**  
Einkäufer alkoholfreier Getränke,  
Lekkerland SE

**ERFRISCHEND**  
Echter Tee meets bestes Wasser aus den Alpen: Rauch Eistee Berries erfrischt fruchtig!

DPG Rauch Eistee Berries,  
12 x 0,33 l Ds.  
(Art.-Nr. 650562)



**Welche alkoholfreien Getränke gehören in jedes Shop-Sortiment?**

**DAMIR KOSOVIC:** Absolut unverzichtbar sind Softdrinks wie Coca-Cola und Fanta. Sie verkaufen sich in Shops am besten in kleineren Gebinden, also 0,5 Liter und weniger. Flaschen sind durchweg am beliebtesten, aber Dosen kommen zusätzlich bei den Jüngeren sehr gut an. Daneben sollte eine Auswahl an unterschiedlichen Wassersorten verfügbar sein. Ergänzt wird das Sortiment von Milchmodern und gekühlten Kaffeespezialitäten.

**ANNE-KATHRIN HAUBERT:** Die Deutschen achten häufiger auf den Zuckeranteil verarbeiteter Lebensmittel. Besonders unter den 18- bis 39-Jährigen, aber auch unter Frauen ist das Interesse an zuckerreduzierten Alternativen groß. Zwar verlieren Light-Sorten an Bedeutung, aber Zero-Varianten werden immer wichtiger. Dabei könnten etwa Tankstellen das Angebot an solchen Produkten bei Limonade und Cola-Mix häufig noch ausbauen.

**Welche aktuellen Trends und Entwicklungen beobachten Sie noch?**

**DAMIR KOSOVIC:** Die Kundschaft interessiert sich zunehmend für klassische Limonaden in exotischen Geschmacksrichtungen wie Fanta Mango Dragon. Und vor allem die Jüngeren wünschen sich auch internationale Produkte wie etwa US-Schoko-Snacks von Reese's und Hershey's, die superscharfen Takis-Tortilla-Chips, japanische Mogu Mogu-Drinks oder Dr. Pepper-Sorten aus den USA, die es in Deutschland sonst nicht zu kaufen gibt.



# 24 STUNDEN AM TAG, SIEBEN TAGE DIE WOCHE



Fotos: Laura Holzmann

In seinen acht Shops deckt ConRail perfekt die Bedürfnisse von Bahnhofsbesucher:innen ab - und das AM MAINZER HAUPTBAHNHOF SOGAR RUND UM DIE UHR. Mit der Unterstützung von Lekkerland will das Unternehmen weiter wachsen.

**R**und 75.000 Menschen besuchen täglich den Mainzer Hauptbahnhof. Und egal ob Pendler:innen auf der Suche nach Frühstück, durstige Fußballfans, Reisende beim Umsteigen oder Nachtschwärmer:innen mit Hunger - sie alle finden das Gewünschte im Convenience-Shop im zweiten Obergeschoss zwischen Gleis 4 und 5.

Rund um die Uhr können sie sich hier im Bahnhof auf mehr als 80 Quadratmetern aus einem umfangreichen Sortiment bedienen.

„Die Kundschaft freut sich, dass sie bei uns alles an einem Ort erhält - von Kaffee und Süß- oder Tabakwaren über kühle Getränke bis zum Schnitzelbaguette“, sagt Yvonne Bastian, eine von zwei Geschäftsführer:innen des Shop-Betreibers ConRail. Kein Wunder, schließlich setzt sich der Firmenname aus den Begriffen „Convenience“ und „Rail“ (für Bahnverkehr) zusammen: Das Angebot deckt perfekt die Bedürfnisse von Bahnhofsbesucher:innen ab.



„Von Lekkerland bekommen wir alles aus einer Hand, und das reibungslos von der Bestellung bis zur Lieferung.“

**YVONNE BASTIAN**  
Geschäftsführerin, ConRail GmbH

### „Was kann der Standort leisten?“

Der Shop im Hauptbahnhof von Mainz ist einer von aktuell acht ConRail-Standorten, die sich alle in Hessen und Rheinland-Pfalz befinden. Yvonne Bastian und ihr Mann Julian als zweiter Geschäftsführer haben das Unternehmen vor drei Jahren gegründet. Yvonne Bastian ist nach eigener Aussage „quasi an der Tankstelle aufgewachsen“, weil sie schon von klein auf an den Stationen ihrer Mutter mitgearbeitet hat. Später leitete sie selbst Tankstellen und betrieb danach in Eigenregie fünf Shops in Bahnhöfen unter dem Dach eines Franchise-Unternehmens, bevor sie sich schließlich mit ConRail selbstständig gemacht hat.

Die zwei Standorte in Mainz, im Hauptbahnhof und im nahe gelegenen Bahnhof Römisches Theater, sind die jüngsten ConRail-Shops. Das Ehepaar Bastian hat dort mithilfe eines Ladenbauers leere Räume komplett neu eingerichtet. „Wir haben uns gefragt: Was kann der Standort leisten?“, erinnert sich Yvonne Bastian. Die Antwort war: einiges! So hat der



#### EINLADEND

Der ConRail-Shop im Hauptbahnhof Mainz hat die Türen stets für Kundschaft geöffnet (links). Hier finden Reisende und Bahnhofsbesucher:innen alles, was sie brauchen. Yvonne Bastian und ihr Mann Julian (oben) leiten ConRail mit seinen aktuell acht Standorten - und arbeiten seit der Unternehmensgründung 2022 eng mit Lekkerland zusammen.

Shop im Mainzer Hauptbahnhof inzwischen an sieben Tage die Woche 24 Stunden rund um die Uhr geöffnet, weil Yvonne Bastian hier beständig steigende Besucherzahlen verzeichnet.

Aber auch die anderen ConRail-Shops zeichnen sich überwiegend durch hohe Frequenzen von Kund:innen aus, die dann von gut qualifizierten und top motivierten Mitarbeitenden bedient werden. In allen Shops legen die Bastians außerdem Wert auf attraktive Sortimente, Qualität und Hygiene. Für ihr Angebot wurden sie bereits mehrfach von der Deutschen Bahn mit dem Service Store Award ausgezeichnet.

## Mein Job

### VERLÄSSLICH

Lekkerland Account Manager Julian Heß (Mitte) steht dem Ehepaar Bastian jederzeit mit Rat und Tat zur Seite - auch bei der weiteren Expansion von ConRail.



### „Alles aus einer Hand“

Für alle ConRail-Standorte bezieht Yvonne Bastian nach eigener Einschätzung rund 95 Prozent des Sortiments von Lekkerland - von Food, Foodservice und Getränken bis zu electronic value und Tabak. Auch die Kaffeemaschinen, Getränkekühlschränke, Kühltruhen und Backöfen kommen von Lekkerland, denn Yvonne Bastian hat das Unternehmen schon seit ihrer Zeit an den Tankstellen ihrer Mutter als verlässlichen Partner kennengelernt. „Von Lekkerland bekommen wir alles aus einer Hand, und das reibungslos von der Bestellung bis zur Lieferung - das funktioniert für uns sehr gut“, sagt sie.

„Mit kreativen Sortimenten und attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnissen kann sich ConRail vom Wettbewerb absetzen.“

**JULIAN HEß**  
Account Manager Independent Customers, Lekkerland SE

ConRail-Betreiberin Yvonne Bastian und Julian Heß, der zuständige Account Manager von Lekkerland, beraten sich zudem gemeinsam auf Augenhöhe bei der Sortimentsplanung und -gestaltung. „Mit kreativen Sortimenten und attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnissen kann sich ConRail vom Wettbewerb absetzen“, sagt Julian Heß. Dazu kommt eine fein abgestimmte Logistik. So liefert Lekkerland an alle ConRail-Standorte zu Uhrzeiten, an denen es nicht zu Einschränkungen des Kundenverkehrs im Tagesgeschäft kommt.

Aktuell überarbeiten Yvonne Bastian und Julian Heß für alle acht Standorte die Planogramme, damit diese noch genauer auf die jeweilige Kundschaft vor Ort abgestimmt werden können. Zudem unterstützt Lekkerland ConRail bei einer geplanten weiteren Expansion. So schauen sich die Bastians regelmäßig weitere Standorte im Rhein-Main-Gebiet an, die in ihr Portfolio passen könnten. Als Frau vom Fach analysiert Yvonne Bastian dabei alle Standorte selbst auf deren Potenzial. „Wir wollen weiter organisch wachsen“, sagt Yvonne Bastian, „und mit Lekkerland als starkem Partner an unserer Seite gehen wir das sorgfältig an.“

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

### BREITES SORTIMENT

Bei ConRail bekommt die Kundschaft alles an einem Ort - von kühlen Getränken und warmen Snacks bis zu Riegeln.



# SMIRNOFF ICE – VIELFALT NEU ENTDECKEN!



**JETZT AUCH  
ALS 4ER-PACK!**



**NEU**

**NEU**

**Smirnoff Ice Black Guarana 0,25 l**  
LL Art.-Nr. 647639

**Smirnoff Ice Original 0,25 l**  
LL Art.-Nr. 637051

**Smirnoff Ice Raspberry 0,25 l**  
LL Art.-Nr. 647634

## NEUER LOOK

Beliebte Rezeptur, neues Design: Smirnoff Ice Original begeistert 8 von 10 Befragten mit altbewährtem Geschmack und modernem, erfrischendem Look.<sup>1</sup>

## NEUE GESCHMÄCKER

Konsument:innen lieben Himbeer-Flavours und exotische Geschmacksrichtungen wie Guarana.<sup>2</sup>

## NEUE PACKUNGSGRÖSSE

Premixes werden gern gemeinsam genossen<sup>2</sup>: Der 4er-Pack lädt zum Teilen ein und steigert den Warenkorbwert.

<sup>1</sup>Verbraucherstudie Befragung zum Design, F23 GB; 5 neue Designvarianten, 1.200 Befragte, 50 % Smirnoff Ice Konsument:innen, 50 % neue Konsument:innen. <sup>2</sup> IWSR RTD Strategic Study Germany 2023.

KNOWN FOR QUALITY SINCE 1864 SMIRNOFF. KNOWN FOR QUALITY SINCE 1864

SMIRNOFF. KNOWN FOR QUALITY SINCE 1864 SMIRNOFF. KNOWN FOR QUALITY SINCE 1864



# SO STARTEN SIE UNKOMPLIZIERT INS BACKSHOP-GESCHÄFT

Wer seinen Kund:innen zum Kaffee auch süße und herzhaft Backwaren anbieten möchte, sollte mit AUFTAU- UND AUFBACK-BACKWAREN beginnen. Mit ihnen lassen sich im Handumdrehen gute Umsätze erzielen.

**S**ie bieten Ihren Kund:innen in Ihrem Shop bereits erfolgreich Kaffee an? Dann sollten Sie darüber nachdenken, ins Backshop-Geschäft zu starten. Ohne viel Aufwand gelingt das mit Auftau- und Aufbackwaren. „Fast jede und jeder isst zum Heißgetränk gerne eine Kleinigkeit. Deshalb ist das ‚Ready to go‘-Angebot von Fertigbackwaren sinnvoll. Zumal es bei wenig Aufwand viel Umsatz bedeutet“, sagt Merle



„Das ‚Ready to go‘-Angebot von Fertigbackwaren bedeutet bei wenig Aufwand viel Umsatz.“

**MERLE BAUMGARTEN**  
Head of Category  
Management Foodservice,  
Lekkerland SE



Baumgarten, die bei Lekkerland als Head of Category Management Foodservice auch die Kategorie Backwaren verantwortet.

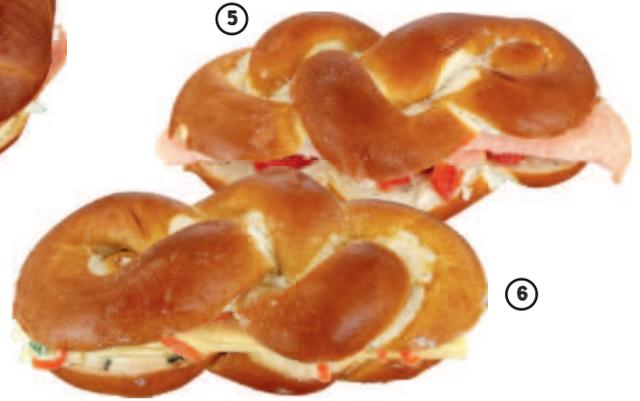
## Beliebt: Muffins, Donuts & Co.

Vor allem mit Auftaubackwaren wie etwa Muffins, Donuts oder Cookies können Sie und Ihr Team sich beim Einstieg ins Backwarengeschäft herantrauen, ohne dafür in die Anschaffung neuer, teurer Geräte investieren zu müssen. Und sich dadurch ganz unkompliziert ein neues gewinnbringendes Geschäftsfeld erobern. Schließlich benötigen Sie hierfür lediglich eine Tiefkühltruhe – nicht aber einen Ofen. Foodservice-Manager Sebastian Friedrich vom Lekkerland Culinarium Team erklärt: „Die allermeisten dieser Produkte benötigen zudem noch nicht einmal eine Präsentationskühlung. Sie sind also besonders leicht zu handhaben, versprechen dabei aber im Bundle mit Kaffeespezialitäten sehr gute Margen.“



**SÜSSES ZUM KAFFEE**  
Cookies und Donuts aus der American Bakery werden auch hierzulande sehr gern gegessen.

- 1 B&B Rich Chocolate Chunk Cookie EP, 66 x 75 g St. (Art.-Nr. 759342) •
- 2 B&B Double Belgian Chocolate Cookie EP, 66 x 75 g St. (Art.-Nr. 759246) •
- 3 B&B Black Label Premium Donut Chocolate Cake Sensation, 48 x 73 g St. (Art.-Nr. 366894)



„Unsere neuen, fertig belegten TK-Brötchen sind bedarfsgerecht aufzutauen und sofort verkaufsbereit, ob in der Theke oder im SB-Bereich.“

**SEBASTIAN FRIEDRICH**  
 Manager Culinaria Team National,  
 Lekkerland Convenience  
 Foodservice Akademie

**BESONDERS CONVENIENT**

Fertig belegte TK-Laugenbackwaren sind eine hochwertige Lösung für jede Tageszeit: Die Produkte sind bedarfsgerecht aufzutauen und sofort verkaufsbereit, ob in der Theke oder im SB-Bereich. Das minimiert personellen Aufwand und reduziert Abschriften.

- 4 TK Laugenbrötchen Fleischkäse, 12 x 175 g St. (Art.-Nr. 650093) • 5 TK Laugenzopf Pute, 12 x 165 g St. (Art.-Nr. 650094) •
- 6 TK Laugenzopf Emmentaler, 12 x 165 g St. (Art.-Nr. 640845)

**Gefragt: herzhaft Alternativen**

Neben Süßem aus der American Bakery gibt es auch herzhaft Alternativen. Beispielsweise gebutterte Laugenbrezeln. „Ganz neu im Sortiment haben wir zudem fertig belegte TK-Brötchen, etwa Laugenzöpfe mit Pute oder Emmentaler sowie ein Laugenbrötchen mit Fleischkäse. Die Produkte sind bedarfsgerecht aufzutauen und sofort verkaufsbereit, ob in der Theke oder im SB-Bereich. Das minimiert personellen Aufwand und reduziert Abschriften“, sagt Sebastian Friedrich.

**Praktisch: Frische Convenience zur Selbstbedienung**

Daneben sind selbstverständlich auch Frische-Convenience-Produkte eine gute Wahl. Merle Baumgarten: „Auch die Sandwiches, Wraps, Salate und Co. von unserer Eigenmarke Go Fresh sind verpackt und stellen eine zusätzliche Option zu selbst frisch produzierten Artikeln dar. Bei Konsument:innen sind

sie sehr beliebt und für Shop-Betreiber:innen sehr praktisch, weil sie in der Kühlung als SB-Produkte angeboten werden können – und daher kein Personal binden.“

**Der nächste Schritt: erste Ofenbackwaren**

An manchen Standorten, vor allem in ländlichen Gebieten, wo der nächste Bäcker weit entfernt ist, und der eigene Shop die Sonntagsbrötchen-Lücke schließen kann, kann es sich aber auch lohnen, in einen kleinen Ofen zu investieren und zusätzlich beliebte Auftau-Backwaren anzubieten. Dazu zählen unter anderem Brötchen, Croissants, Laugenstangen und Laugenbrezeln. Sebastian Friedrich: „Aber auch mit herzhaften Aufback-Snacks wie zum Beispiel mit leckeren Pizza-Snacks lassen sich Kundinnen und Kunden begeistern. Mit High-speed-Öfen lassen sich diese Aufback-Snacks in weniger als einer Minute servieren. Sie können also ganz nach Bedarf zubereitet werden – was die Anschaffung einer gekühlten Vitrine unnötig macht.“



**KLEINE KÜCHLEIN, GROSSER GENUSS**

Muffins sind süße Alleskönner, die zu jeder Gelegenheit passen – ob fluffig-fruchtig oder schokoladig.

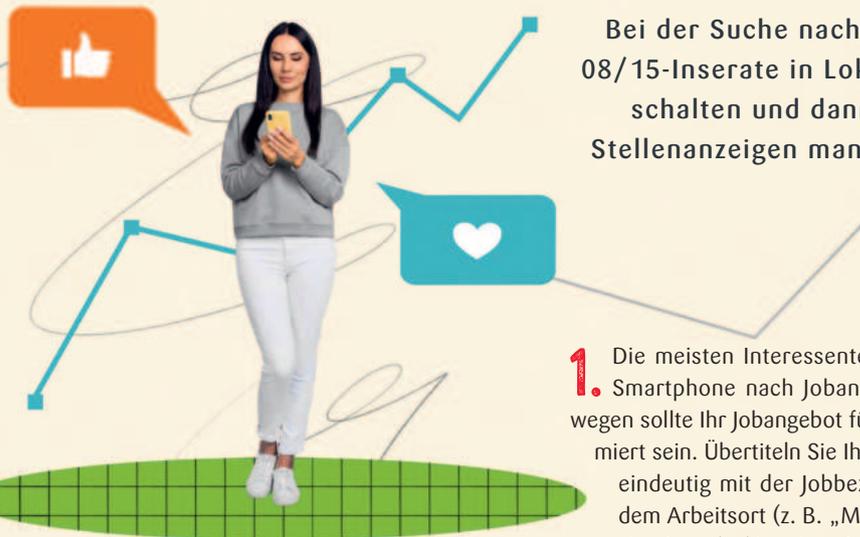
- 7 B&B Black Label Muffin Blueberry Burst, 24 x 130 g St. (Art.-Nr. 319700) •
- 8 Yummy-Muffin Red Velvet, 24 x 120 g St. (Art.-Nr. 633983)



In der kommenden Ausgabe von Mein Shop erfahren Sie im dritten Teil unserer Serie alles Wissenswerte rund um den Verkauf von belegten und warmen Backwaren – und wie Sie durch das Angebot von Multibuy-Optionen und Bundles zur Absatzförderung beitragen können.

## PERSONALSUCHE

# WORAUF BEWERBER:INNEN IN STELLENANZEIGEN ACHTEN



Bei der Suche nach Arbeitskräften genügt es heute nicht mehr, 08/15-Insertate in Lokalzeitungen oder bei Online-Stellenbörsen zu schalten und dann abzuwarten. Lesen Sie hier, mit welchen Stellenanzeigen man heutzutage bei Jobsuchenden punkten kann.

1. Die meisten Interessenten suchen per Smartphone nach Jobangeboten. Deswegen sollte Ihr Jobangebot für Google optimiert sein. Übertiteln Sie Ihr Angebot also eindeutig mit der Jobbezeichnung und dem Arbeitsort (z. B. „Mitarbeiter:in im Verkauf“, m/w/d und „Erfurt“).
2. Vermeiden Sie in Ihrer Stellenanzeige Fachjargon und komplizierte Formulierungen. Eine verständliche Sprache macht es Bewerber:innen leichter, die Anforderungen und Vorteile der Stelle schnell zu erfassen.

Hi PROTEIN

Hi UMSATZ

OHNE ZUCKER ZUSATZ

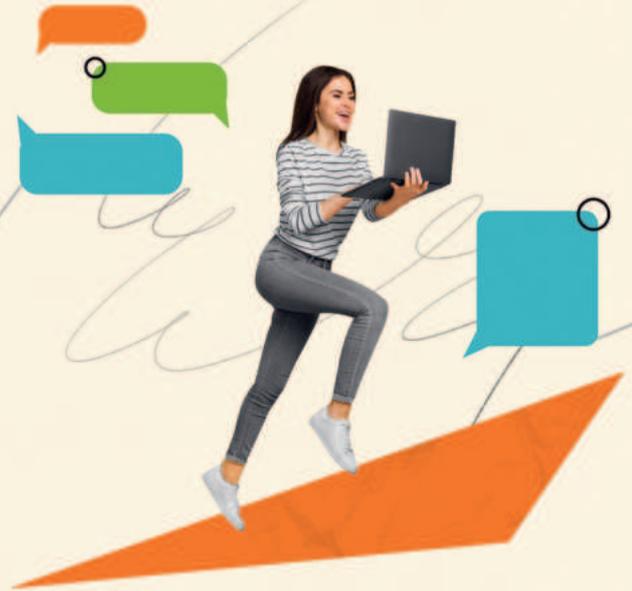


SCHOKOLADE AUS FAIRTRADE-KAKAO

Art.-Nr.	Tray-Sortierung	Artikel-Bezeichnung
637500*	12/55 g Bt	High Protein Balls Milkschokolade Typ Karamell
637501	12/55 g Bt	High Protein Balls Milkschokolade
637502	12/55 g Bt	High Protein Balls weiße Schokolade

\*nur als Vorbestellartikel





**3.** Jobsuchende wollen maximal zehn Minuten für eine Online-Bewerbung aufwenden. Überlegen Sie daher, ob Sie ein Bewerbungsschreiben einfordern oder darauf verzichten. Sie könnten stattdessen erst einmal nur um einen Lebenslauf bitten – im späteren Vorstellungsgespräch können Sie sich schließlich auch ein gutes Bild über die Bewerber:innen machen. So zeigen Sie auch, dass Ihnen das persönliche Kennenlernen wichtiger ist, als zu Beginn alle Unterlagen parat zu haben.

**4.** Überlegen Sie, Bilder und/oder Videos von Ihrem Shop in Ihre Anzeige zu integrieren – so können sich Jobsuchende ein Bild von Ihnen, Ihrem Team und ihrer künftigen Arbeitsstelle machen.

**5.** Beschreiben Sie, was Ihren Shop ausmacht und wie das Arbeitsklima bei Ihnen ist. Bewerber:innen möchten wissen, ob sie in das Team passen. Eine authentische Darstellung kann helfen, die richtigen Kandidat:innen anzusprechen.

**6.** Verdeutlichen Sie außerdem, dass Ihr Unternehmen Vielfalt schätzt und ein inklusives Arbeitsumfeld bietet. Dies kann die Attraktivität Ihrer Stellenanzeige für eine breitere Zielgruppe erhöhen.

**7.** Geben Sie einen kurzen Überblick über den Bewerbungsprozess und wie lange es in der Regel dauert, bis Jobsuchende eine Rückmeldung von Ihnen erhalten. Transparenz schafft Vertrauen und zeigt, dass Sie den Bewerbungsprozess ernst nehmen.

Fotos: Shutterstock

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

**POWERED BY OATS**



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

cleVer  
Kauf

# Einfach unwiderstehlich!

M'  
Candy

DAS NEUE M'CANDY NASCHERLEBNIS:

SCHOKO BONBONS IN DER PRAKTISCHEN  
120G CONVENIENCE- PACKUNG.



FÜR GROSSE UND  
KLEINE NASCHKATZEN!

DER PERFEKTE KLEINE SNACK FÜR ZWISCHENDURCH - DIE KOMBINATION AUS ZARTER VOLLMILCHSCHOKOLADE,  
CREMIGER FÜLLUNG UND KNACKIGEN HASELNUSSSTÜCKCHEN IST EINFACH UNWIDERSTEHLICH.

ARTIKEL  
INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
650421		M'Candy Schoko Bonbons <b>NEU</b>	12/120 g Pg.

 **Lekkerland**  
the convenience company



## KLEINE AUFMERKSAMKEITEN MIT GROSSER WIRKUNG

Von unserem Non-Food-Spezialisten amv gibt es zahllose Geschenkideen für Groß und Klein. Wie Shop-Betreiber:innen mit Mitbringseln bei ihren Kund:innen punkten können, lesen Sie auf Seite 36.

# 72

## PROZENT

der Befragten können bei verpackten Lebensmitteln auf Markenartikel verzichten, 70 Prozent bei frischen Lebensmitteln.<sup>2</sup>



STUDIEN BELEGEN:

## Immer mehr Verbraucher:innen greifen zu Eigenmarken

Laut einer Umfrage des Online-Supermarkts Knuspr sind Eigenmarken beim Lebensmitteleinkauf inzwischen die bevorzugte Sparlösung: 78 Prozent der Menschen in Deutschland halten sie für die beste Möglichkeit, um beim Einkauf Kosten zu senken.<sup>1</sup> Auch eine aktuelle Umfrage der Beratungsgesellschaft EY ergab, dass immer mehr Konsument:innen zu Eigenmarken greifen. Hier kommen ein paar weitere spannende Zahlen rund um die Beliebtheit von Eigenmarken:

## KNAPP ZWEI DRITTEL

(64 Prozent) gaben an, sie finden, dass die Qualität der Eigenmarken deutlich zugenommen hat.<sup>2</sup>

# DREI

## VIERTEL

der Befragten (75 Prozent) sagten, dass Eigenmarken ihre Ansprüche genauso gut erfüllen wie Markenprodukte.<sup>2</sup>

## FÜR FAST DIE HÄLFTE

der Kundinnen und Kunden (48 Prozent) spielen Marken inzwischen nach eigenen Angaben gar keine Rolle mehr bei der Kaufentscheidung.<sup>2</sup>



**UMSATZBRINGER**  
Auch mit Grills, Kohle oder Briketts sowie Anzündern oder Brennflüssigkeit lassen sich im Sommer gute Geschäfte machen.

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

# JETZT WIRD GEGRILLT!

Sobald es wärmer wird und die Sonne scheint, zieht es die Menschen wieder nach draußen in Gärten und Parks. Mit dem passenden Sortiment an GRILLGUT UND -EQUIPMENT können Sie den Start der Freiluftsaison für sich nutzen!

**E**s ist jedes Jahr dasselbe: Warme Tage und laue Nächte locken uns nach draußen - zu Grillpartys im Park oder im Garten. Für Sie als Shop-Betreiber:in bedeutet das: Ihre Kundschaft sucht jetzt im Shop neben gut gekühlten Drinks sowie süßen und salzigen Snacks auch nach Grillgut sowie nach Grill-Equipment.

Foto: Shutterstock

## DISCOVER THE JAPANESE SPIRIT

TRY THE MIX WITH VODKA & SHOCHU

**MINUS ONE NINE SIX**



**ALC. 10% VOL**

DRINK SMART®



**BEST ENJOYED TOGETHER**

**JETZT EISKALT GENIESSEN**

**SUNTORY**  
GLOBAL SPIRITS

DRINK SMART®

## Sommerzeit ist Grillzeit

Wichtig ist jetzt, dass Sie die Dinge, die zu einem gelungenen Grillfest gehören, im Sortiment haben. Dazu zählen Würstchen und Co. sowie Beilagen wie Salate und Baguettes. Hinzu kommen die notwendigen Non-Food-Produkte vom Grill über die Kohle bis zu Anzündern. Das beliebteste Grillgut sind übrigens nach wie vor Bratwürste. Hier empfiehlt es sich, auf einen absoluten Topseller zu setzen. Bei den Beilagen sollte ein Schwerpunkt auf den beliebten Klassikern Kartoffel- und Nudelsalat liegen. Als i-Tüpfelchen eignen sich Kräuterbaguette und Grillkäse – beides Produkte, die auch im Supermarkt gern für die Grillparty gekauft werden.

Achten Sie darauf, dass die Grillartikel in der Kühlung oder im Eingangsbereich gut sichtbar platziert sind – am besten zusammen mit jeweils passenden anderen Produkten wie Ketchup und Senf für den Draußenspaß.



5



10

11



6

7

8

### FÜR DEN GRILLGENUSS

Wenn der Sommer ruft und wieder gegrillt wird, sollten Sie Würstchen, Ketchup und Co. im Sortiment haben.

- 5 Wiesenhof Bruzzler Geflügelbratwurst 5 x 80 g, 10 x 400 g Pg. (Art.-Nr. 636587) •
- 6 Homann Nudelsalat, 6 x 400 g Sc. (Art.-Nr. 650738) • 7 Homann Pellkartoffelsalat, 6 x 400 g Sc. (Art.-Nr. 650739) • 8 GaZi Grillkäse Kräuter, 2 x 200 g Pg. (Art.-Nr. 641406) • 9 Hela Curry Gewürz Ketchup delikat, 12 x 300 ml Fl. (Art.-Nr. 650036) • 10 Meggle Baguette Kräuter, 9 x 160 g St. (Art.-Nr. 632376) • 11 Thomy Delikatess Senf mittelscharf, 15 x 100 ml Tb. (Art.-Nr. 803756)



9

# GRENADE®

MEHR ALS  
NUR EIN SNACK

VIEL  
PROTEIN

WENIG  
ZUCKER



Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
631143		Grenade OREO	12 x 60 g Rg.
637832		Grenade OREO White	12 x 60 g Rg.
614384		Grenade Peanut Nutter	12 x 60 g Rg.
622539		Grenade Cookie Dough	12 x 60 g Rg.

**NEWCOMER** 

# NEU & TRENDY

Aus unserem Newcomer-Portfolio möchten wir Ihnen dieses Mal ZWEI SPANNENDE NEUHEITEN vorstellen: preisgekrönte cremige Riegel mit Quark und ein Mini-Bananenbrot zum Naschen unterwegs.

**IHR START-UP  
STELLT SPANNENDE  
TRENDSSETTER-  
PRODUKTE HER?**

Dann bewerben Sie sich hier:  
[lekkerland.de/newcomer/newcomer-produktneuheiten](http://lekkerland.de/newcomer/newcomer-produktneuheiten)



**GLOWKITCHEN**  
**Bananenbrot to go**

Wer Bananenbrot liebt und es auch unterwegs naschen möchte, freut sich über die neuen Banana Breads von Glowkitchen im Miniformat. Die veganen und biozertifizierten Bananenbrote des Münsteraner Start-ups gibt es jetzt auch in der handlichen 70-Gramm-Packung. Für Sie als Shop-Betreiber:in besonders praktisch: Die Banana Breads sind sowohl gekühlt als auch ungekühlt mehrere Wochen haltbar.

3 Bananenbrot Mini Natur, 12 x 70 g Pg.  
(Art.-Nr. 641551)



**QUARKWERK**  
**Cremiger Power-Riegel**

Die Quarkriegel von Quarkwerk wurden bereits mehrfach ausgezeichnet. Sie bestehen zu jeweils 51 Prozent aus frischem Quark und sind von feinsten Kakao-, Karamell- oder Joghurtglasur umhüllt. Konsument:innen schätzen vor allem ihre cremige Cheesecake-Textur. Die Quarkriegel, die gekühlt gelagert und angeboten werden müssen, werden nur aus besten Zutaten hergestellt und sind die perfekten Begleiter zum Kaffee und für die smarte Pause zwischendurch. Den innovativen Snack gibt es bei Lekkerland in den Sorten Joghurt Waldbeere und Karamell.

- 1 Quarkriegel Joghurt Waldbeere, 8 x 40 g Rg. (Art.-Nr. 650232) • 
- 2 Quarkriegel Karamell, 8 x 40 g Rg. (Art.-Nr. 650230) • 



**PERFEKTER ÜBERBLICK**

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

# Bereit für sommerliche Beats?

## NESCAFÉ® Ready to Drink Sommeraktion

- Der Ready To Drink Markt wächst auch in inflationären Zeiten im Umsatz (+2,5 %) und im Absatz (+3,5 %)¹.
- Auffällige On-Pack Ankündigung in Verbindung mit super einfacher Gewinnmechanik spricht junges, kaufkräftiges Publikum an.

**JETZT  
ORDERN!**



**VERLOSUNG VON  
12 x 2 TICKETS  
FÜR DAS  
SUPERBLOOM FESTIVAL**  
Aktionszeitraum: 01.05 - 31.07.2025

1) Quelle: Circana, RTD Coffee <= 500ml, LEH >= 200 qm (inkl. HD) + DM + Tankstelle, FY 2024 vs. VJ.

NESCAFÉ® Ready to Drink  
TYP Cappuccino



LL-Artikelnummer: 613951  
12 Dosen à 250 ml  
EAN VE: 76 13287 882271  
EAN KE: 76 13287 882264

NESCAFÉ® Ready to Drink  
TYP Latte



LL-Artikelnummer: 613950  
12 Dosen à 250 ml  
EAN VE: 76 13287 882202  
EAN KE: 76 13287 881892

NESCAFÉ® Ready to Drink  
TYP Espresso Macchiato



LL-Artikelnummer: 613952  
12 Dosen à 250 ml  
EAN VE: 76 13287 882363  
EAN KE: 76 13287 882356

NESCAFÉ® Ready to Drink  
TYP Latte Caramel



LL-Artikelnummer: 631782  
12 Dosen à 250 ml  
EAN VE: 84 45290 832061  
EAN KE: 84 45290 832054

# NESCAFÉ



1

2

3



## WUNSCHGUTSCHEIN

# NACHHALTIG VERPACKT

Den bei Konsument:innen besonders beliebten Wunschgutschein gibt es ab sofort in einer neuen UMWELTFREUNDLICHEN PAPIERVERPACKUNG.

4



5

### FLEXIBEL WÄHLBAR

Wunschgutscheine sind in unterschiedlichen Wertstufen erhältlich.

- 1 Wunschgutschein 30 EUR, 1 x 10er St. (Art.-Nr. 636924) •
- 2 Wunschgutschein 50 EUR, 1 x 10er St. (Art.-Nr. 631885) •
- 3 Wunschgutschein 15 EUR, 1 x 10er St. (Art.-Nr. 631883) •
- 4 Wunschgutschein variabel, 1 x 10er St. (Art.-Nr. 631901) •
- 5 Wunschgutschein 25 EUR, 1 x 10er St. (Art.-Nr. 631884)

**W**eil sie zu den verschiedensten Anlässen verschenkt werden können, sind Gutscheine bei Konsument:innen das beliebteste Geschenk. Besonders begehrt ist der Wunschgutschein: Er ist bei über 500 Partnern in Deutschland einlösbar – von A wie Amazon bis Z wie Zalando. So können die Beschenkten selbst frei wählen, welches Produkt sie aus welchem Sortiment auswählen möchten. Als Schenkende:r liegt man mit einem Wunschgutschein als Geschenk also immer richtig.

### Von jetzt an in Papierverpackung

Gut für die Umwelt: Ab jetzt sind die Wunschgutscheine mit Grußkarten sowie kostenlosem Geschenkumschlag in einer umweltfreundlichen Papierverpackung erhältlich.

Die Einführung der umweltfreundlichen Verpackung geschieht dabei im Rahmen eines sogenannten Softcuts. Das bedeutet, dass wir die Shops schrittweise mit den neuen Wunschgutscheinen ausstatten. Die in Folie verpackten Karten, die noch an Ihren Displays hängen, können selbstverständlich noch abverkauft werden. Für Sie gut zu wissen: Die ursprünglichen Artikeldaten bleiben bestehen – es gibt also keine Änderungen der EANs.



Bei Fragen zum e-va Sortiment wenden Sie sich an Ihre:n gewohnte:n Ansprechpartner:in bei Lekkerland.

# VIELFALT, DIE SICH LOHNT!

**NEU!**



Weil Qualität mehr Wert ist.



Nestlé

Good food, Good life

## NEU: BiFi XXL Topseller-Display – starke Impulse, mehr Umsatz!

Das neue BiFi XXL Display 134 ist die perfekte Zweitplatzierung, um Ihre Verkaufszahlen zu steigern! Dank der innovativen, faltbaren, stabilen Konstruktion ist der Aufbau schneller und gleichzeitig nachhaltiger – mit weniger Materialverbrauch. Präsentieren Sie die beliebtesten BiFi Produkte: 30 x BiFi Original XXL 40 g, 72 x BiFi Roll XXL 70 g und 32 x BiFi Carazza XXL 75 g. Zweitplatzierungen verdoppeln den Markenumsatz<sup>1</sup> und begeistern 77 Prozent der Shopper<sup>2</sup>. Und das Beste: 79 Prozent der Kund:innen kaufen Fleischsnacks spontan!<sup>3</sup>

BiFi XXL Mix Display 3-fach sortiert, 1 x 134 St. (Art.-Nr. 461734)



# AUS UNSEREM SORTIMENT

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



## NEU: Nuii Cream & Anatolian Pistachio

Jetzt kommt eine absolute Trendsorte mit Lieblingseis-Potenzial in die Shops: Nuii Cream & Anatolian Pistachio – eine einzigartige Kombination aus mit anatolischen Pistazien verstrudelttem Pistazieneis und einem sahnigen Eismix, umhüllt von einer köstlichen Schicht weißer Schokolade, angereichert mit gerösteten anatolischen Pistazienstückchen und gesalzenen Waffelstückchen.

In Frankreich und Italien zählt die Sorte bereits zu den Top 3 des Nuii Segments!

NUII Anatolian Pistachio, 20 x 90 ml St. (Art.-Nr. 650383)

## NEU: Smirnoff Ice Raspberry und Guarana

Von Smirnoff Ice gibt es jetzt zwei neue Varianten: Der Wodka-Premix im handlichen RTD-Format ist ab sofort auch in den Geschmacksrichtungen Raspberry und Guarana erhältlich. Mit süßer Himbeere und der Superfrucht Guarana trifft die Marke voll ins Schwarze – denn RTDs auf Wodka-Basis und mit fruchtigen Flavours sind bei Fans der Kategorie gerade besonders beliebt. Zwei Innovationen, wie gemacht für die Sommersaison!

1 DPG Smirnoff Ice Black Guarana 10% vol., 12 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 647639) • 2 DPG Smirnoff Ice Raspberry 10% vol., 12 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 647634)



Quellen: 1: Emporio Shelftest 2019; 2 + 3: B&G Monitor 2024; 4: Nielsen IQ Gebinde Report, Tankstellen, BIEMIX, DS TOTAL, ABSATZ, 2024; Fotos: xxx

CORNY  
PROTEIN

# NEUE STÄRKE FÜRS PROTEINSEGMENT!



### CORNY Protein Soft

White Choc Strawberry 12 x 45 g  
Dark Choc Brownie 12 x 45 g

30%  
PROTEIN

NO  
ADDED  
SUGAR\*

\*ENTHÄLT VON NATUR AUS ZUCKER

AB APRIL ORDERN!

## MiXery iced blue ist die Nummer eins!

Bei den Dosen ist MiXery iced blue die Nummer 1 mit 28,9 Prozent Marktanteil.<sup>4</sup> 2025 bringt MiXery zusätzlich noch ein neues Mehrweggebinde: MiXery iced blue 20 x 0,5 l Mehrweg (siehe MW-Strecken-Ordersatz).

**MiXery Cola und iced blue sollten in keinem Shop fehlen. MiXery iced purple, iced yellow und Cherry runden das Angebot ab. Jetzt für das Frühjahr ordern und platzieren!**

- 4 DPG MiXery iced blue, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 207734) •
- 5 DPG MiXery Bier X Cola, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 203474) •
- 6 DPG MiXery iced purple, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 631216) •
- 7 DPG MiXery Cherry, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 631213) •
- 8 DPG MiXery iced yellow, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 617324)



## 3Bears Haferriegel: Hafergenuss war noch nie so praktisch!

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

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

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



## JETZT NEU: MENTOS DISCOVERY – fruchtiger Kauspaß mit 14 verschiedenen Sorten in einer Rolle!

Mentos Discovery überzeugt mit seiner einzigartigen, fruchtigen Vielfalt – 14 Geschmäcker in einer Rolle. In der berühmten praktischen Rolle sind sie immer sofort zur Hand. Außen süß glasiert und innen weich, steht Mentos für höchste Qualität.

**Sag YES zu fruchtigen Umsätzen!**

Mentos Discovery, 40 x 38 g Rl. (Art.-Nr. 647466)

# Cadbury



## Leckeres Karamell & Cadbury Milchsokolade

Art.-Nr.	Art.-Bezeichnung	Grammatur	Tray-Sortierung	EAN Einzel	EAN Umkarton
647302	Curlywurlly	21,5g	48 Stk.	7622201405762	7622201405748



# NEU & TRENDY DURSTLÖSCHER EISTEES OHNE ZUCKER

Begeistern Sie Ihre Kund:innen mit gleich  
zwei neuen ZUCKERFREIEN  
DURSTLÖSCHER EISTEE-SORTEN.

**D**amit Sie Ihren Kund:innen immer wieder etwas Neues anbieten können, entwickeln wir stetig neue Eigenmarken, die auf die aktuellen Trends im Unterwegskonsum einzahlen. So wie die neuen Durstlöscher ZERO Eistees: Die kommen mit 0% Zucker, aber 100% original Durstlöscher Eistee-Geschmack daher und sind deshalb eine tolle, zuckerfreie Alternative zu den absoluten Topsellern der Kategorie – und eine echte Bereicherung für Ihr Sortiment.

Schließlich wächst der Absatz von zuckerfreien Getränken stetig, da immer mehr Konsument:innen auf eine bewusste und gesunde Ernährung achten. Studien zeigen, dass Verbraucher:innen zunehmend nach Alternativen suchen, die weniger Zucker enthalten, ohne dabei auf Geschmack verzichten zu müssen. Unsere neuen Durstlöscher ZERO Eistees erfüllen genau diesen Wunsch und bieten eine erfrischende Option für alle, die auf Zucker verzichten möchten.



## ÜBERSICHTLICH & INFORMATIV: Die neue Eigenmarken-Website

Welche Eigenmarken gibt es bei Lekkerland? Worin liegen die Vorteile der Eigenmarken? Und welche Werbemittel kann ich unter dem Markenauftritt clever Kauf eigentlich bestellen?

Antworten auf diese und viele weitere Fragen finden Sie auf der Eigenmarken-Website von Lekkerland. Diese wurde in den letzten Monaten völlig neu gestaltet. Neben einer verbesserten Navigation gibt es nun viele zusätzliche Informationen zu den Eigenmarken und ihren Produkten. Dazu gehören Salesfolder, eine Neuheitensektion, Q&A-Videos und eine eigene Rubrik zu den Auszeichnungen der Produkte. Schauen Sie doch mal vorbei: [eigenmarken.lekkerland.com](http://eigenmarken.lekkerland.com)

**0 % ZUCKER,  
100 % GESCHMACK**

Die neuen Eistee-ZERO-Sorten schmecken genauso gut wie die original Durstlöscher Eistee-Sorten, kommen aber ohne Zucker und fast ohne Kalorien aus.

- 1 QuickVit Durstlöscher Eistee Pfirsich ZERO, 12 x 0,5 l Pg. (Art.-Nr. 647169) •
- 2 QuickVit Durstlöscher Eistee Zitrone ZERO, 12 x 0,5 l Pg. (Art.-Nr. 647170)



# WÜRZIG & SCHARF: CHIPS- NEUHEITEN VON MR. KNABBITS

Gleich zwei leckere Chips-Neuheiten unserer beliebten Eigenmarke bieten **ULTIMATIVEN KNABBERSPASS.**

**V**on unserer Eigenmarke Mr. Knabbits gibt es gleich zwei leckere Chips-Neuheiten, die ultimativen Knabberspaß bieten: Tortilla-Chips mit intensivem Käsegeschmack und würzig-scharfe Long Chips Hot Chili Style. Die hauchdünnen, extralangen Chips mit scharfer Gewürzmischung passen perfekt zum Trend hin zu immer schärferen Snacks und „befeuern“ garantiert Ihren Absatz. Denn der Wunsch nach intensiven Geschmackserlebnissen wächst stetig, inspiriert von Marken wie Takis, die Konsument:innen mit ihren extrascharfen Sorten einen besonderen Kick beim Snacken bieten. Unsere Mr. Knabbits-Chips bedienen genau diesen Wunsch und sorgen ebenfalls für unvergessliche Snackerlebnisse, die Ihre Kund:innen nicht mehr missen möchten.

**VOLL IM TREND**  
Vor allem jüngere Zielgruppen stehen – ausgelöst vom „Takis-Hype“ – auf extrafeurige Chipssorten.

- 3 Mr. Knabbits Tortilla Chips Käse, 10 x 125 g Bt. (Art.-Nr. 647775) •
- 4 Mr. Knabbits Long Chips Chili, 20 x 75 g Pg. (Art.-Nr. 647773)

## DER MARKTFÜHRER MISCHT DEN MARKT AUF!

- ✗ **MiXery** ist in der Tankstelle mit 30,7 % 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 Tankstelle Biermix AH Absatz bis KW 39/2024

BIERMISCH-RANGE 3,1%



ENERGY-RANGE 5%



ULTIMATE-RANGE 6%



# MiXery

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

LL ART.-NR.	ARTIKELBEZEICHNUNG	INHALT/PACKART
203474	DPG MiXery Bier X Cola	24/0,5l Dose
631213	DPG MiXery Bier X Cherry	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



**FÜR AUTO-FANS**  
Für echte Autoliebhaber:innen zählt nicht nur das Fahren, sondern auch die Leidenschaft für Klassiker und Details. Geschenke mit Oldtimerbezug wecken Erinnerungen und sorgen mit stilvollem Retrocharme für ein Stück Nostalgie im Alltag.

- 1 Blechschild Audi Garage, 4 x 1 St. (Art.-Nr. 625372) •
- 2 Spardose Ölfass VW Bulli, 4 x 1 St. (Art.-Nr. 606507) •
- 3 Tasse BMW Garage, 4 x 1 St. (Art.-Nr. 357251)

## MITBRINGSEL KLEINE AUFMERKSAMKEITEN MIT GROSSER WIRKUNG



4

### FÜR DIE LIEBSTEN

Ob ein Herz aus Rosen, eine hübsche Duftkerze oder ein süßer Teddybär - niedliche Kleinigkeiten wie diese zeigen Wertschätzung und sind stets willkommen.

- 4 Bär weiß, mit rotem „Ich liebe Dich“-Herz zwischen den Tatzen, 1 St. (Art.-Nr. 621665) •
- 5 Duftkerzen im Glas Herz, 6 x 1 St. (Art.-Nr. 618547) •
- 6 Rosenherz rot DIG, 15 cm, 1 St. (Art.-Nr. 618871)

Wer kleine GESCHENKE FÜR GROSS UND KLEIN VON AMV im Sortiment hat, kann bei seinen Kund:innen punkten.

**M**itbringsel sind eine wunderbare Möglichkeit, jemandem eine kleine Freude zu bereiten und zu zeigen, dass man an sie oder ihn gedacht hat. Ob für Groß oder Klein - von amv gibt es zahllose Ideen für liebevolle Aufmerksamkeiten. Shop-Betreiber:innen, die Geschenke von amv im Sortiment haben, können bei ihren Kund:innen punkten, denn diese haben damit die Möglichkeit, unterwegs schnell noch eine kleine Aufmerksamkeit zu besorgen - auch wenn sie das zuvor vergessen hatten oder aus Zeitnot noch nicht erledigen konnten.

### Für jede:n etwas dabei

Sei es ein Blumengruß oder eine Kerze in Herzform, ein Spielzeug oder Seifenblasen oder ein Vintage-Schild mit Automobilbezug - im amv Geschenkesortiment ist für jede:n etwas dabei. Ihre Kund:innen wird's freuen. Es sind schließlich die kleinen Gesten, die oft die größte Wirkung haben - und besondere Momente im Alltag schaffen.

Alle amv Artikel sind über [Lekkerland24](http://Lekkerland24.de) bestellbar.



7



8

### FÜR DIE KLEINEN

Kinder freuen sich über kleine Spielsachen wie ein kleines Spielzeugauto. Aber auch Seifenblasen zaubern den Kleinen garantiert ein Lächeln ins Gesicht.

- 7 Hot Wheels 1er Sortiment, 12 x 1 St. (Art.-Nr. 606227) •
- 8 Paw Patrol Seifenblasen, 36 St. (Art.-Nr. 631406)

Sie sind interessiert? Wenden Sie sich gern an den amv-Kundenservice - per Mail an: [info@amv-nonfood.de](mailto:info@amv-nonfood.de) oder telefonisch.



**amv**  
nonfood experts

Service-Hotline  
+49 89 2000 74 75 - 99



5

6

# mentos®

## 14 FRUCHTIGE SORTEN IN EINER ROLLE



LL ART.-NR. 647466



**+52%**

JUNGE  
KÄUFER BEI  
FRUCHTIGEN  
MENTOS SORTEN<sup>1</sup>

**84%**

GETESTETE  
KAUFABSICHT<sup>2</sup>

ZUSATZ-  
UMSATZ DURCH  
GESTEIGERTE  
SORTIMENTS-  
VIELFALT<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Quelle: GfK SimiIT, D-Gesamt, Mentos Candy (fruchtige Sorten), Käuferanzahl <30 Jahre, 2023 vs.VJ

<sup>2</sup>Quelle: Ipsos Studie, 2023

<sup>3</sup>Quelle: Circana, LEH Total, Umsatz, Mentos Kaubonbon, 2024



**EINFACH**  
Wer im Shop auch bargeldlos – etwa mit dem Smartphone – bezahlen kann, greift schneller mal spontan zu.



# BARGELDLOS BEZAHLEN GANZ OHNE SCHEINE UND MÜNZEN

Zunehmend mehr KUNDINNEN UND KUNDEN MÖCHTEN IM SHOP GERN BARGELDLOS BEZAHLEN.

Für entsprechende Bezahlmethoden werden zwar Gebühren fällig – aber sie können auch für mehr Absatz und Umsatz sorgen und den Shop sogar sicherer machen.

## 1. Um welchen Trend geht es?

Bei Impulskäufen haben Kund:innen oft kein passendes Kleingeld dabei oder sie setzen im Alltag bereits vollständig auf bargeldlose Bezahlverfahren. Denn das Bezahlen mit ihnen ist schnell, bequem und einfach. Daher werden Zahlungen mit Giro-, Kredit- oder Debitkarte, per Smartphone und Smartwatch, über Online-Zahlungsdienste oder mit sogenannten Account-to-Account-Zahlungen (A2A), bei

denen das Geld direkt vom Bankkonto des Zahlers auf das Konto des Zahlungsempfängers überwiesen wird, auch in Shops, Kiosken & Co. zunehmend wichtiger.

Wie eine aktuelle Studie des Marktforschungsinstituts GfK im Auftrag des Kartenanbieters Mastercard ergeben hat, erwarten bereits 88 Prozent der Verbraucher:innen bargeldlose Bezahlmethoden in Geschäften. 40 Prozent der Konsument:innen verlassen Shops, in denen man nur bar bezahlen kann, sogar wieder – oder sie gehen erst gar nicht rein.

**88**  
**PROZENT**  
aller Verbraucher:innen erwarten, dass sie in Geschäften bargeldlos bezahlen können.

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

Ganz klar: Ohne Möglichkeiten zum bargeldlosen Bezahlen entgeht Ihnen potenzielle Kundschaft! Shopbetreiber:innen sollten daher prüfen, ob und wie sich bei ihnen bargeldloses Bezahlen anbieten ließe. Das allerdings gibt es nicht kostenlos. So müssen der Versand, das Bereitstellen und das Einrichten eines Kartenlesegeräts bezahlt werden. Zusätzlich werden monatliche Grundkosten für den Betrieb des Karten-terminals sowie geringe Gebühren für getätigte Transaktionen fällig. Dazu kommen noch, je nach eingesetzter Karte, EC-Gebühren oder Kreditkarten-Gebühren. Auf der anderen Seite aber steht zusätzlicher Umsatz durch Impulskäufe und neue Kundschaft.

## 3. Welche Chancen bringt der Trend mit sich?

Mit gut platzierten Werbeaufklebern und Kartenlesegeräten zeigen Sie, dass Ihr Shop technisch auf der Höhe der Zeit ist. So locken Sie auch Kundschaft an, die spontan zugreifen möchte, aber gerade kein Bargeld dabei hat. Und wer an der Kasse nicht mehr umständlich Scheine und Münzen annehmen und weglegen oder als Wechselgeld wieder herausgeben muss, kann Käufe schneller abwickeln. Das bedeutet: weniger Wartezeit, kürzere Kassenschlangen und gerade in Stoßzeiten oft höhere Kundenfrequenzen. So sorgen Sie für mehr Absatz und Umsatz.

Zudem sind Shops mit weniger Bargeld in der Kasse sicherer, schließlich lohnen sich dadurch Einbruch oder Überfall immer weniger. Auch deshalb sollten Sie am Shop gut sichtbar auf neue bargeldlose Bezahlverfahren aufmerksam machen.



Weitere Infos zum bargeldlosen Bezahlen gibt es auf diesen Websites:  
[einzelhandel.de/kontaktlos](http://einzelhandel.de/kontaktlos)  
[www.initiative-deutsche-zahlungssysteme.de/webinar/](http://www.initiative-deutsche-zahlungssysteme.de/webinar/)

# MIT DEN BIFI TOPSELLERN NOCH MEHR UMSATZ



Artikel	Art.-Nr.	Barcode	Hersteller-UVP
BiFi Original XXL 30x40g	649996		EUR 1,80
BiFi Roll XXL 24x70g	152863		EUR 2,50
BiFi Carazza XXL 16x70g	510958		EUR 2,50

## E-ZIGARETTEN

# AROMEN, JUGENDSCHUTZ, RECYCLING & VERBOTE

Über mögliche Zukunftsaussichten von E-Zigaretten wird zurzeit viel geschrieben und spekuliert. Wir haben vier oft gehörte Aussagen für Sie und Ihre Mitarbeitenden einmal eingeordnet.

### Aussage 1: Jugendliche konsumieren Einweg-E-Zigaretten

Dies ist leider zutreffend – und das, obwohl es in Deutschland bereits seit April 2016 verboten ist, E-Zigaretten an Kinder und Jugendliche zu verkaufen. Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) berichtete zuletzt im Mai 2024 über die zunehmende Nutzung von Einweg-E-Zigaretten durch Minderjährige. 6,7 Prozent der 12- bis 17-Jährigen haben sie laut Umfragen bereits genutzt, wengleich Unter-18-Jährigen auch der Konsum elektronischer Zigaretten nicht erlaubt ist. Die Frage ist also: Wie gelangen Jugendliche an diese jugendschutzpflichtigen Geräte?

Für Sie wichtig zu wissen: Missachten Sie beim Verkauf die Vorgaben des Jugendschutzgesetzes, drohen Strafen von bis zu 50.000 Euro. Lassen Sie sich deshalb beim kleinsten Zweifel an der Volljährigkeit den Ausweis zeigen!



## Aussage 2: Einweg-E-Zigaretten werden in Deutschland schon bald verboten

Richtig ist: Die Politik erwägt ein Verbot von Einweg-E-Zigaretten in Deutschland, wie es in Belgien und Frankreich bereits umgesetzt wird. Der Bundesrat formulierte schon 2023 dieses Vorhaben, während die Ampelregierung kein Verbot plante, sondern Vorschläge für ein Recyclingprogramm im Handel vorlegte. Diese lehnte der Bundesrat Ende 2024 ab und erneuerte die Forderung nach einem Verbot.

**Für Sie wichtig zu wissen: Ein kurzfristiges Verbot von Einweg-E-Zigaretten ist – unabhängig von der Regierungsbildung nach den Februarwahlen – nicht zu erwarten (Redaktionsschluss dieser Ausgabe war am 18. März).**

## Aussage 3: Die Aromenvielfalt steht vor dem Aus

Gerüchte über ein EU-weites Verbot von Aromen für E-Zigaretten halten sich hartnäckig. Würden nur noch Tabakaromen erlaubt, wäre die Attraktivität rauchfreier Alternativen stark eingeschränkt. Doch der Widerstand wächst. Kritik an übermäßiger Regulierung des Genussmittelkonsums durch die Politik wird zunehmend lauter. Laut einer Umfrage des Markt- und Sozialforschungsinstituts INSA im Auftrag des Tabakwarenherstellers Reemtsma empfinden 72 Prozent der Deutschen – unabhängig von Alter, Parteipräferenz oder Raucherstatus – viele Lebensbereiche als überreguliert. Ebenso viele fordern das Recht auf freie Entscheidung beim Genussmittelkonsum. Zuletzt übergab die World Vapers' Alliance (WVA) dem Europäischen Parlament eine Petition mit über 100.000 Unterschriften gegen geplante Restriktionen wie Geschmacksverbote und Konsum einschränkungen.

**Für Sie wichtig zu wissen: Die alte Bundesregierung plante keine Einschränkung der Aromatik. Was nach den Bundestagswahlen und auf EU-Ebene geschieht, ist allerdings offen.**

## Jugendschutz mit KI

Interessant: Im französischen Reims werden seit Oktober 2024 Kameras mit KI-Technologie zur Altersüberprüfung eingesetzt. Sie geben mithilfe einer Ampelanzeige einen Hinweis, ob Kund:innen volljährig sind, wobei die Betreiber:innen weiterhin eigenständig entscheiden können, ob sie einen Ausweis verlangen. Die Technologie hilft, Spannungen bei Alterskontrollen zu reduzieren, und sorgt für eine stressfreie Atmosphäre, ohne Bilder aufzuzeichnen. Ähnliche Systeme werden auch schon in Deutschland getestet.



## Unterstützung für Shop- Betreiber:innen

Der Deutsche Zigarettenverband (DZV), Mitglied des Bundesverbandes der Tabakwirtschaft und neuartiger Erzeugnisse (BVTE), stellt dem Handel Jugendschutz-Aufkleber kostenlos zur Verfügung. Bis heute sind mehr als eine Million solcher „Stoppschilder“ verteilt worden. Mit der Anbringung der Aufkleber signalisieren Sie sowohl Ihren Kund:innen als auch der Öffentlichkeit, dass in Ihrem Shop der Jugendschutz strikt eingehalten wird. Weitere Infos sowie die Möglichkeit zum Downloaden und zur Bestellung der Aufkleber gibt es unter: [zigarettenverband.de/themen/jugendschutz](http://zigarettenverband.de/themen/jugendschutz).

Zusätzlich bietet der DZV das webbasierte Schulungsprogramm „Jugendschutz im Handel“ an, das speziell auf die Bedürfnisse der Verkäufer:innen im Einzelhandel zugeschnitten ist. Das multimediale Lernprogramm vermittelt die rechtlichen Grundlagen und verfügt über Praxisbeispiele sowie Argumentationshilfen im Umgang mit jungen Kund:innen, die Tabakprodukte oder E-Zigaretten kaufen wollen. Das 20-minütige Webinar finden Sie unter dem Link: [jugendschutz-handel.de](http://jugendschutz-handel.de)

## Aussage 4: Mehrweg löst Einweg ab

Fakt ist: Die Umstellung von Einweg- auf Mehrwegprodukte bei E-Zigaretten nimmt zu. „Pod/Cap-Systeme und nachfüllbare Modelle gewinnen an Beliebtheit, da sie nachhaltiger und günstiger sind“, sagt Christian Kurth, E-Zigaretten-Experte bei Lekkerland. Dennoch bleiben Einwegmodelle relevant, etwa für spontane Konsument:innen, die neue Sorten testen möchten, oder für Raucher:innen, die E-Zigaretten ausprobieren wollen. „Sie bieten einen einfachen Umstieg zum Dampfen“, so Christian Kurth.

**Für Sie wichtig zu wissen: Der Trend hin zu Mehrweg zeigt sich in den Zahlen. Ein gemischtes Sortiment aus Einweg- und Mehrwegprodukten ist daher ideal. Bieten Sie zudem passende Mehrwegoptionen an, damit Kund:innen ihre Liebessorten auch beim Umstieg finden.**

# EISKALTER GENUSS



Starbucks® Chilled Coffee – jetzt bestellen.



**No Added Sugar**  
Artikel-Nr.: 638646

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

**Caffè Latte**  
Artikel-Nr.: 437136

**Cappuccino**  
Artikel-Nr.: 603788

## NEUE SERIE: LEKKERLAND SERVICES - INNOVATIVE LÖSUNGEN FÜR IHREN ERFOLG

Im Rahmen der neuen Serie über die Lekkerland Services stellen wir Ihnen unsere Lösungen und Konzepte vor, die Ihren Erfolg unterstützen. In Teil 1 auf Seite 54 geht es um unser Marketing-Portal, in dem Sie Werbemittel für Ihren Shop mit wenigen Klicks selbst erstellen können.



**my** quality

AUSGEZEICHNET:

## Medaillenregen für my quality

Fünfmal Gold und viermal Silber – so lautet die Bilanz unserer Eigenmarke my quality bei der diesjährigen Expertenprüfung durch die DLG (Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft). Damit wurde jeder der neun aktuell zum my quality-Sortiment von Lekkerland zählenden Artikel – zwei Croissant-Varianten, drei Kartoffelbrötchen und vier Pizzasorten – mit einer Goldbeziehungsweise einer Silbermedaille prämiert. my quality wurde im Jahr 2021 als Schwestermarke zu my basics eingeführt und hat sich seitdem als Marke für erstklassige Qualität zum attraktiven Preis im Foodservice-Bereich einen Namen gemacht. Die gute Nachricht für alle Lekkerland Kund:innen: Weitere my quality-Produkte sind in Planung.



## LAGERVERWALTUNG

# „SPASS AN DER ARBEIT IST DAS WICHTIGSTE“

Dirk Nötzold hat mit seinen Kolleg:innen die Warenaufträge im Logistikzentrum Mannheim fest im Griff. Nachdem er viele Jahre selbst als Kommissionierer vor Ort tätig war, kümmert er sich heute um die Lagerverwaltung - und sorgt dafür, dass Kund:innen ihre Bestellungen zur vollsten Zufriedenheit erhalten.

**D**irks Arbeitsalltag hat sich verändert. Während er als Kommissionierer früher noch täglich auf der großräumigen Lagerfläche des Logistikzentrums in Mannheim unterwegs war, ist er heute seltener dort zu finden. Seit mehr als 17 Jahren sorgt Dirk Nötzold dafür, dass die von den Lekkerland Kund:innen bestellte Ware ordnungsgemäß für die Auslieferung zusammengestellt und verschickt wird. Worauf es dabei laut dem 36-jährigen ganz besonders ankommt: „Genauigkeit“. Gemeinsam mit seinen Kolleg:innen stellt er sicher, dass die bestellten Waren aus dem Lager sorgfältig zusammengestellt und für den Weitertransport verpackt werden. Alles präzise gemäß den Kundenanforderungen, um eine genaue und pünktliche Lieferung zu gewährleisten. Seit zwei Jahren übt Dirk eine neue Rolle innerhalb des Standorts aus. Als Mitarbeiter im Warehousing des Logistikzentrums hat er eine koordi-

nierende Tätigkeit für die Kommissionierung des Food-Bereichs übernommen. Seine lange Erfahrung und Expertise kommen ihm hier zugute - auch wenn sich seine Aufgabenbereiche verändert haben.

### **Auftragssteuerung und Kundenkommunikation: Dirks Arbeitsalltag**

Seinen Tag beginnt Dirk - ganz im Gegensatz zu seiner alten Position - am Computer. Hier verschafft er sich jeden Morgen einen Überblick, was für den Tag und darüber hinaus für ihn und seine Kolleg:innen wichtig wird. Konkret heißt das zunächst: Auftragssteuerung. Hier stehen die Kommunikation mit Kund:innen und die Verwaltung der dazugehörigen Aufträge im Mittelpunkt. Nachdem die Aufträge ins System überführt wurden, werden diese im Lager von seinen Kolleg:innen zusammengestellt. Dirk kennt sowohl den Arbeitsalltag als Kommissionierer als auch die Anforderungen der Kund:innen und weiß daher sehr genau, wie Aufträge priorisiert werden müssen, damit die Ware pünktlich



**ÜBERBLICK**  
Dirk Nötzold kennt die Lagerfläche im Logistikzentrum Mannheim wie seine Westentasche.

## Mein Partner

und vollständig bei den jeweiligen Auftraggebern ankommt. Kurzfristige Änderungen bei Aufträgen sind für ihn und sein Team keine Seltenheit: „Wir haben klar definierte Abläufe und geben alles dafür, dass die Kundenschaft ihre Ware pünktlich und zur vollsten Zufriedenheit erhält. Das ist unser Anspruch.“ Dirk fungiert zudem ganztägig als Ansprechpartner, nimmt Anrufe entgegen und kümmert sich um interne wie externe E-Mails. Dabei sind Verwaltung, Steuerung und Kundenkommunikation die Kernbereiche in seiner Rolle im Warehousing – und falls es zeitlich doch einmal eng werden sollte, kann Dirk seine Kolleg:innen mit seiner umfassenden Erfahrung als Springer jederzeit auf der Fläche unterstützen.

### Vom Praktikanten zur Lagersteuerung

Dirk ist seit 2008 Teil des Lekkerland Teams. Seine Reise begann damals eher zufällig: Durch einen Freund im lokalen Fußballverein, der zu dieser Zeit im Logistikzentrum Mannheim tätig war, wurde der damals

19-Jährige auf die Möglichkeit aufmerksam gemacht, sich für ein Praktikum bei Lekkerland zu bewerben. Für Dirk war die Arbeitswelt damals noch Neuland – insbesondere der Bereich Logistik. Dirk entdeckte jedoch schon nach kurzer Zeit seine Leidenschaft für die vielseitigen Abläufe im Logistikzentrum, die ihn sofort in ihren Bann gezogen haben. „Der Einstieg bei Lekkerland war superinteressant, weil diese Aufgabenvielfalt für mich etwas völlig Neues war. Egal ob herkömmliche Kommissionierarbeit oder das Helfen auf der Fläche: Ich war von Anfang an voll dabei, und der Spaß an der Arbeit ist für mich das Wichtigste“, erläutert der 36-Jährige. Kein Wunder also, dass Dirks einwöchiges Praktikum zunächst um sechs Monate verlängert wurde und er sich anschließend dafür entschied, sich bei Lekkerland zur Fachkraft für Lagerlogistik ausbilden zu lassen.



„Die Atmosphäre im Lager hat für mich direkt gepasst.“

**DIRK NÖTZOLD**  
Mitarbeiter im Warehousing Mannheim,  
Lekkerland SE

Das Interesse an den vielfältigen Tätigkeiten innerhalb der gesamten Logistikkette ließ Dirk auch nach seiner Ausbildung nicht los. Auch heute ist er stets daran interessiert, sich weiterzubilden. Neben seiner Tätigkeit als Kommissionierer unterstützte er unter anderem als Springer bereits in den unterschiedlichsten Bereichen innerhalb des Logistikzentrums, machte den Staplerführerschein und half auch in weiteren Lekkerland Logistikzentren aus.

### Erfahrung als wertvollstes Gut

Mit seiner umfassenden Expertise ist Dirk Nötzold ein Garant für zufriedene Lekkerland Kund:innen. Egal ob Last-minute-Änderungen an Aufträgen oder besondere Anforderungen: Durch seine langjährige Erfahrung sorgt er gemeinsam mit seinen Kolleg:innen für fehlerfreie Bestellungen, ist durch sein tiefgehendes Verständnis als Ansprechpartner immer auskunftsfähig und setzt individuelle Kundenwünsche flexibel in die Tat um.

**EXPERTISE**  
Mit seiner langjährigen Erfahrung setzt Dirk Nötzold Kundenwünsche flexibel um.

# CUP, CUP, HURRAY!

## Der neue ICEFROCKS CUP:

- Großes Bechervolumen: > 600 ml
- Viel Eis: 150 g
- Massive, doppelt gefrostete, kristallklare SOLID FROCKS Eiswürfel
- Kein Deckel: bewusster Verzicht auf einen zusätzlichen Deckel - kein zusätzlicher Müll
- Für Heiß- und Kaltgetränke
- Folienversiegelung mit Signalwirkung (rot)
- Folienversiegelung reißt nicht beim Öffnen
- Umweltfondgesetz - Gebühren enthalten
- ICEFROCKS Markenprodukt: 22 Jahre Know How in Sachen Convenience Ice
- Aus dem Schwarzwald: hervorragende Wasserqualität
- IFS-Food zertifiziert

**JETZT  
NEU!**



[www.icefrocks.com](http://www.icefrocks.com)



**GUTES GEFÜHL**

Mitarbeitende, die motiviert arbeiten, hinterlassen bei der Kundschaft einen guten Eindruck - und sind produktiver.

## ERFOLGSFAKTOR MOTIVIERTE TEAMS

# DAS A UND O IST KOMMUNIKATION

Shop-Mitarbeitende, DIE WISSEN, WAS ZU TUN IST, UND GERN BEI IHNEN ARBEITEN, sorgen für zufriedene Kundschaft - und für mehr Umsatz, weil sie leistungsfähiger und produktiver sind.

**M**it einem strahlenden Lächeln empfangen Ihre Mitarbeitenden jede Kundin und jeden Kunden. Diese verlassen Ihren Shop nach dem Einkauf nicht nur mit den gewünschten Artikeln, sondern auch mit einem guten Gefühl, weil Ihr Team sie zuvorkommend und kompetent bedient hat. Derweil erledigen andere Teammitglieder im Hintergrund eigenständig alle anstehenden Aufgaben - und suchen dabei Möglichkeiten, wie sich das Shop-Angebot weiter verbessern ließe. Wenn dies in Ihrem Shop Realität ist, wissen Ihre Leute genau, was sie tun, und sie arbeiten gern bei Ihnen.

„Motivierte und gut informierte Mitarbeitende sind die wertvollste Ressource eines jeden Shops“, sagt Axel Weber, Manager HR Ausbildung & Training bei Lekkerland. Denn wer zufrieden ist und Spaß bei der Arbeit hat, wird nicht so schnell den Arbeitgeber wechseln, sondern bindet sich gern, um dauerhaft zu bleiben - und das ist Gold wert in Zeiten von Personalmangel.

Darüber hinaus sind motivierte Mitarbeitende leistungsfähiger und produktiver. Die Kundschaft spürt das gute Arbeitsklima und kommt gern wieder. Das bedeutet mehr Umsatz für Ihren Shop!

### Offen und klar

Doch wie lassen sich Motivation, Arbeitsklima und damit die Produktivität am effektivsten verbessern? „Das A und O im Umgang mit Mitarbeitenden ist eine offene, klare und wertschätzende Kommunikation“, sagt Susanne Witzmann von der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie. Wer als Shop-Betreiber:in auf diese Weise mit seinem Team kommuniziert, legt eine Grundlage, auf der Vertrauen, Motivation und eine produktive Arbeitsatmosphäre aufbauen. Schließlich fühlen sich gut informierte Mitarbeitende einbezogen ins Tages-



„Motivierte und gut informierte Mitarbeitende sind die wertvollste Ressource eines jeden Shops.“

**AXEL WEBER**  
Manager HR Ausbildung & Training,  
Lekkerland SE



## Train the Trainer

Qualifizieren Sie sich und Ihre Teamkolleg:innen, um im Job Wissen und Informationen sinnvoll und zielführend an die Mitarbeitenden weiterzugeben! Dieser Workshop vermittelt Führungskräften, Shop-Betreiber:innen mit Foodservice und Stationsleiter:innen die Grundlagen für eine solche Kommunikation – von der zielgruppenorientierten Wissensweitergabe über moderne Erkenntnisse der Lernpsychologie bis zum persönlichen Auftritt.

Bei Interesse wenden Sie sich an Ihre:n gewohnte:n Ansprechpartner:in bei Lekkerland. Mit dem untenstehenden QR-Code gelangen Sie zu einer Übersichtsseite aller Seminare und Workshops.



geschäft – und können letztlich ihre Arbeit besser erledigen.

Um das zu erreichen, sollten Shop-Betreiber:innen und Teamführungen stets so kommunizieren, dass alle Aufgaben und Arbeitsabläufe verständlich und nachvollziehbar sind. Die Mitarbeitenden sollten wissen, was zu tun ist und warum. Sie müssen mit der notwendigen Kompetenz ausgestattet werden, um sich bei ihrer Arbeit wohlfühlen – und im Idealfall dann auch Spaß dabei zu haben.

## Weitere Faktoren

Neben der richtigen Kommunikation sind weitere Faktoren wichtig, damit ein Team motiviert an die Arbeit geht. „Lassen Sie Ihren Mitarbeitenden möglichst viel Selbstständigkeit – etwa indem Sie ihnen Entscheidungsfreiheit in bestimmten Bereichen einräumen“, rät Susanne Witzmann von der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie.

Auch regelmäßiges Feedback stärkt das Vertrauen der Shop-Mitarbeitenden in die eigenen Leistungen. Enorm wichtig ist dabei auch zeitnah und stets persönlich ausgesprochenes Lob, wenn Aufgaben besonders gut erledigt wurden. Denn Mitarbeitende, deren Leistung gewürdigt wird, sind zufriedener – und damit oft auch produktiver.

Auch gemeinsame Aktionen wie etwa ein monatliches Frühstück oder auch mal ein Ausflug können die Bindung der Mit-



„Die Kommunikation mit den Mitarbeitenden sollte offen, klar und wertschätzend sein.“

**SUSANNE WITZMANN**  
Manager Foodservice Akademie & Training,  
Lekkerland Convenience  
Foodservice Akademie

arbeitenden stärken und das Arbeitsklima verbessern.

Und nicht zuletzt schätzen es Shop-Mitarbeitende, wenn ihnen Möglichkeiten zum Dazulernen und zur Weiterentwicklung geboten werden – etwa über die Workshops und Webinare an der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie. Bei dem Workshop „Train the Trainer“ lernen Teammitglieder sogar, wie sie wiederum andere Kolleg:innen weiterqualifizieren können (siehe Kasten oben).

## Personal ist entscheidend

„Der Erfolgsfaktor Personal ist entscheidend dafür, ob ein Shop gut von der Kundschaft angenommen wird“, fasst Lekkerland Personalexperte Axel Weber zusammen. Motivierte und gut informierte Mitarbeitende können eigenverantwortlich handeln und ihre Spielräume selbstständig nutzen – und das merken nicht nur die Kunden und Kundinnen, sondern am Ende des Tages dank der höheren Produktivität auch Sie als Shop-Betreiber:in.



In der kommenden Ausgabe von Mein Shop erfahren Sie, wie Sie Renner und Penner im Sortiment erkennen – und was Sie mit diesem Wissen tun können.

## FOODSERVICE

# SELBST IST DIE KUNDSCHAFT!

Egal ob bei frischen Snacks oder bei Kaffeespezialitäten - DIE NACHFRAGE NACH SELBSTBEDIENUNGSANGEBOTEN STEIGT. Lekkerland unterstützt Shops, die SB anbieten möchten, durch speziell designte technische Lösungen samt passender Ware.

**A**uswählen, zahlen und genießen - Schnelligkeit ist Trumpf im To-go-Geschäft. Durch Angebote zur Selbstbedienung (SB) können Shops ihre Kund:innen noch schneller und komfortabler versorgen. Diese nehmen dann einfach die gewünschten warmen oder kalten Snacks aus einem speziellen Schrank oder ziehen sich in Eigenregie einen Kaffee an einem Vollautomaten - und können die Ware idealerweise sogar direkt dort bezahlen, ohne auf die Bedienung durch Mitarbeitende angewiesen zu sein.

„Der Trend zu SB hat in den vergangenen Jahren stark zugenommen - angetrieben auch durch den Wunsch der Verbraucher:innen nach mehr Kontrolle und Flexibilität beim Einkaufen“, sagt Fabian Schinke, Director Category Foodservice bei Lekkerland. In einer repräsentativen Befragung von Lekkerland nannten die Teilnehmenden zudem die schnelle und einfache Abwicklung als einen der wichtigsten Vorteile bei SB-Angeboten.

### Wenig Aufwand

Lekkerland unterstützt Shops, die Foodservice-Produkte per SB anbieten möchten, durch technische Lösungen zum Verkauf von warmen und kalten Snacks und von Kaffeespezialitäten zusammen mit entsprechender Ware. Dazu gehört ein speziell designtes Kühlregal, mit dem Shops frische Snacks mit wenig Aufwand zur Selbstbedienung anbieten können. Es ermöglicht einen einfachen Zugriff auf die Frische-Convenience-Produkte - von Eiskaffee- und Milchmisch-Getränken bis zu Food for Now, also frischen Artikeln zum Direktverzehr - und hält dabei stets die optimale Temperatur.

Das SB-Regal lässt sich auch im Verbund mit Kaffee-SB-Maschinen aufstellen. Dadurch können Konsument:innen einen Kaffee und den dazu passenden Snack in einem Vorgang selbst kaufen.



**EINFACH ZUGREIFEN**  
Aus dem SB-Kühlregal von Lekkerland lassen sich frische Snacks leicht entnehmen - und es hält dabei stets die optimale Temperatur.



**HOCHMODERN**  
Die SB-Kaffee-Lösung von ioment ist als kompakte Pickup-Variante oder als größere Coffeebar One verfügbar.



## Schnell und einfach

Damit kommen Shops den Wünschen der Kundschaft entgegen. Denn einer Studie von Lekkerland zum Kaffeekonsum zufolge bevorzugt immerhin ein Fünftel aller Kund:innen Kaffee auf Knopfdruck an einem komfortablen SB-Vollautomaten gegenüber Kaffee aus den Händen einer Bedienung. Sie schätzen die schnellere und einfache Abwicklung. Zudem empfinden es viele als hygienischer, wenn nur sie selbst den Kaffeebecher berühren. „Die Nachfrage nach SB-Kaffee nimmt merklich zu“, bestätigt Sebastian Hahn, bei Lekkerland Category Manager Coffee & Hot Drinks.

Zusammen mit dem bayerischen Software-Unternehmen ioment ist daher eine hochmoderne vollautomatische Kaffeemaschine für SB-Angebote entstanden. Sie ist als kompakte Coffeebar Pickup oder als größere Coffeebar One verfügbar. Beide Varianten bieten Kaffee in Barista-Qualität und lassen sich modular um Kühlschränke für frische Snacks erweitern. Zudem ist die Lösung eine eigenständige SB-Kasse, an der Produkte, die speziell für die Steigerung des Crosssellings neben der Maschine platziert werden, gescannt werden können.

Egal ob bei frischen Snacks oder bei Kaffeespezialitäten: SB kann für zusätzlichen Umsatz sorgen, weil sich damit neue Kundschaft für den Shop gewinnen lässt. Dabei bleibt der Arbeits- und Personalaufwand vergleichsweise gering – ein wichtiges Argument in Zeiten des Personalmangels an vielen Stationen.

Fotos: PR, Lekkerland



## IMMER BELIEBTER: Eiskaffee

**W**er an heißen Tagen den aromatischen Geschmack von Kaffee vermisst, greift gern auf eine kühle Alternative zurück: Eiskalte Kaffee-Erfrischungen, wie Milchmisch-Getränke aus dem Kühlregal, erfreuen sich seit Jahren immer größerer Beliebtheit – vor allem bei jungen Konsument:innen. Eiskaffee-Produkte wie Affogato oder Iced Latte, die mithilfe eines Vollautomaten frisch zubereitet werden, sind ebenso beliebt. Dabei erfordern sie in der Zubereitung nur wenig Mehrarbeit.

Die Basis für nahezu alle Eiskaffee-Variationen ist frisch zubereiteter Kaffee oder Espresso. Bei der Zubereitung gibt es mehrere Möglichkeiten. Den geringsten Aufwand im Verkauf bieten vorkonfektionierte Becher, in denen Eiswürfel bereits enthalten sind. Hier müssen nur noch der Kaffee oder Espresso, die Milch sowie optional Sirup oder Speiseeis in die Becher gefüllt werden – fertig ist die sommerliche Kaffee-Erfrischung.

Wer sich bei der Zubehör-Auswahl für Eiskaffee nicht auf ein Komplettpaket festlegen möchte, kann Becher, Deckel und Eis zum Selbstbefüllen preisgünstig separat bestellen. Diese Lösung erfordert bei der Zubereitung des Getränks zwar etwas mehr Aufwand, steigert jedoch die Flexibilität und vor allem die Marge. Eine Zufriedenheitsgarantie bietet eine cremige Kugel Vanille-Eis, die in den Eiskaffee gegeben werden kann. Für die Lagerung von Eiswürfeln und Speise-Eis eignen sich kompakte Kühlgeräte. Diese finden auch auf kleinstem Raum Platz und garantieren im Hochsommer eiskalten Kaffeegenuss.

Ganz gleich, für welche Variante sich Shopbetreiber:innen entscheiden – bei Lekkerland erhalten sie alles, was sie für ein erfolgreiches Eiskaffee-Geschäft brauchen.



### AKTUELLE TRENDS

Mehr Tipps und Produkte für den erfolgreichen Verkauf von Eiskaffee erhalten Sie in unserem Online-Magazin. Der QR-Code führt direkt zum Artikel.



### ZUM SELBSTBEFÜLLEN

Den Icefrocks Cup gibt es auch vorkonfektionierte zum Selbstbefüllen inklusive Eiswürfel.

Icefrocks Cup, 12 x 150 g Bc. (Art.-Nr. 650557)

# ADELHOLZENER AUS DEN TIEFEN DER ALPEN

Die Mineralwässer, Schorlen und Erfrischungsgetränke von Adelholzener und Active O2  
STAMMEN AUS BESONDERS REINEN WASSERVORKOMMEN - und sind perfekt für den Unterwegskonsum.  
Mit dem Kauf unterstützen Konsument:innen soziale Projekte.

**W**enn der Schnee schmilzt auf dem Hochfeln oder wenn es an dem fast 1.700 Meter hohen Berg in den Bayerischen Alpen regnet, dann hat das Wasser einen weiten Weg vor sich: Es versickert und sucht sich seinen Weg durch die Gesteinsschichten. Auf dem Weg durch das Berginnere wird das Wasser mit Mineralien angereichert und sammelt sich in der Erde tief unter dem Tal. Hier, in Bad Adelholzen, einem Ortsteil der oberbayerischen Gemeinde Siegsdorf, sitzt in idyllischer Landschaft die Adelholzener Alpenquellen GmbH. Dort werden Mineralwässer und Erfrischungsgetränke oder Schorlen abgefüllt.

„Unser Standort ist nicht nur ein Arbeitsplatz mit schöner Aussicht und hohem Freizeitwert, sondern gleichzeitig auch der Ursprung unserer einzigartigen und hochwertigen Produkte“, sagt Peter Lachenmeir, Geschäftsführer von Adelholzener. Als Heil-



**SCHÖNE AUSSICHT**  
Die Liegenschaft, auf der heute das Werk von Adelholzener steht, hatten die Eigentümer ursprünglich für ein Erholungsheim erworben.

und Mineralbrunnen ist das Unternehmen auf eine intakte Natur angewiesen. Auch deshalb ist Adelholzener ganz besonders auf natur- und ressourcenschonende Produktion bedacht. So ist der Unternehmensstandort seit 2020 klimaneutral durch Kompensation.



„Unser Standort ist auch der Ursprung unserer einzigartigen Produkte.“

**PETER LACHENMEIR**  
Geschäftsführer,  
Adelholzener Alpenquellen GmbH



**ERFRISCHEND**  
Die Mineralwässer von Adelholzener stammen aus besonders reinen Vorkommen unter den Bayerischen Alpen.

- 1 DPG Adelholzener Mineralwasser Classic, 18 x 0,5 l Fl. (Art.-Nrt. 217036) •
- 2 DPG Adelholzener Mineralwasser Naturell, 18 x 0,5 l Fl. (Art.-Nrt. 217125)

## Ordensgemeinschaft als Eigentümer

Auf Umweltfreundlichkeit legen auch die Eigentümer von Adelholzener besonderen Wert. Das Unternehmen gehört zur Kongregation der Barmherzigen Schwestern vom heiligen Vinzenz von Paul, einer christlichen Ordensgemeinschaft für Frauen. Sie hatte die Liegenschaft, auf der heute das Unternehmen sitzt, vor mehr als 100 Jahren als Erholungsort für die in München wirkenden Schwestern erworben. Bald begannen diese damit, Heilwasser aus den Brunnen abzufüllen.

Heute beschäftigt Adelholzener rund 750 Mitarbeitende, hat im vergangenen Jahr fast



**AKTIV**

Active O2 steht für einen aktiven, urbanen Lebensstil. Der praktische Sportslockverschluss findet sich auch auf den Eistees von Active Fresh.

- 3 DPG Active O2 Apfel Kiwi, 8 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 212757) •
- 4 DPG Active O2 Cherry, 8 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 212740) •
- 5 DPG Active O2 Iced Berry, 8 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 212733) •
- 6 DPG Active Fresh Eistee Pfirsich, 8 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 618924)

6

710 Millionen Füllungen abgesetzt und gehört damit zu den stärksten Mineralwassermarken in Deutschland. „Alle Erlöse der Adelholzener Alpenquellen fließen, nach Abzug von notwendigen Investitionen, zu 100 Prozent in die sozialen Projekte des Ordens“, sagt Geschäftsführer Peter Lachenmeir. Dazu zählt etwa der Betrieb von Krankenhäusern und Altenheimen durch die Kongregation.

**Breite Produktpalette**

Das Geld wird mit einer breiten Produktpalette von alkoholfreien Getränken erwirtschaftet. „Wir bieten ein vielfältiges Sortiment mit innovativen Konzepten, passend zu allen Geschmäckern und Situationen“, sagt Raphael Omelanowsky, Key Account Manager Convenience. So bietet das Unternehmen unter der Marke Adelholzener Mineralwässer, Schorlen und Erfrischungsgetränke an. Die aromatisierten Mineralwässer von Active O2 dagegen stehen für einen urbanen, aktiven Lebensstil. Die Produkte sind auch in praktischen PET-Einweg- sowie teils auch in PET-Mehrwegflaschen erhältlich - und damit optimal für den Unterwegskonsum.

„Mit Lekkerland verbindet uns seit mehr als 20 Jahren eine vertrauensvolle und partnerschaftliche Kooperation auf Augenhöhe“, sagt Raphael Omelanowsky. Das Unternehmen brauche solche zuverlässigen, starken Partner an seiner Seite. Schließlich sei es der Anspruch von Adelholzener, stets die Bedürfnisse von Konsument:innen zu erfüllen, die unterwegs durstig werden - und diese dabei mit immer neuen Produkten aus den Tiefen der Alpen zu überraschen.



**VIELFALT,  
DIE BEGEISTERT –  
ein starkes Sortiment  
für Ihren Umsatz**

**Auch als  
Päckchen  
erhältlich**



36 x 35er Dose  
LL Art.-Nr. 650632



180 Päckchen  
LL Art.-Nr. 637519

TM Registered trademark © MARS 2025

## MARKETING-PORTAL

# WERBEMITTEL SELBST GESTALTEN



Sie möchten attraktive Angebote in Ihrem Shop bewerben? Kein Problem! Im Marketing-Portal von Lekkerland können Sie **PLAKATE UND DIGITALE WERBEBANNER** problemlos selbst erstellen.

**W**er mit neuen Produkten oder attraktiven Angeboten Erfolg haben möchte, muss seine Kundschaft gezielt darauf aufmerksam machen. Hierbei kann Ihnen unser Marketing-Portal helfen: Dort können Sie professionell aussehende Werbemittel wie etwa Plakate oder digitale Banner für Ihren Shop selbst erstellen – ganz einfach, ohne Extrakosten und mit wenigen Klicks.

### Große Auswahl

Zur Auswahl stehen zahlreiche Plakat- oder Flyer-Motive in unterschiedlichen Größen für bestimmte Produktgruppen wie Kaffee oder Autozubehör sowie generelle Werbemittel für

Neuheiten jeder Art. Außerdem lassen sich digitale Plakate und Flyer für Social-Media-Kanäle wie Facebook oder Instagram sowie Digital Signage als Bewegtbild-Animationen für die Screens im Shop erstellen.

### Denkbar einfach

Das Erstellen der Werbemittel ist denkbar einfach: Wählen Sie zunächst einen Anlass, ein Format sowie einen passenden Hintergrund und das entsprechende Produktbild aus. Weil das Marketing-Portal mit einer umfassenden Bilddatenbank von Lekkerland verknüpft ist, finden Sie für nahezu jedes Produkt im Sortiment passende Bilder. Anschließend texten Sie eine knackige Überschrift oder einen

Slogan oder bei Bedarf sogar einen kurzen Werbetext. Tragen Sie den Preis ein und fügen Sie auf Wunsch noch ein eigenes Logo hinzu. Und schon kombiniert die Anwendung alle Elemente zu einem fertigen Poster oder Werbemittel. Die gestalteten Dokumente können Sie dann am eigenen Drucker ausdrucken oder digital nutzen. Oder Sie bestellen über den Warenkorb einen hochwertigen Ausdruck bei einer Druckerei, die das Plakat zu einem marktüblichen Preis innerhalb weniger Tage verschickt.



Das Marketing-Portal ist in das Lekkerland Kundenportal ([portal.lekkerland.de](http://portal.lekkerland.de)) integriert. Bei Fragen sprechen Sie Ihre:n gewohnte:n Ansprechpartner:in an.



### DO IT YOURSELF

Wählen Sie einfach eine Vorlage aus, betexten Sie diese – und kurz danach können Sie ihre selbst gestalteten Plakate bereits im Shop aufhängen.



**NEUHEIT**

**Nuii**  
ICE CREAM ADVENTURE™

**DAS ABENTEUER  
GEHT WEITER!**



CREAM &  
**ANATOLIAN  
PISTACHIO**



**EXKLUSIV BEI  
LEKKERLAND**



CARAMELISED  
SALTED ALMOND &  
**NEW ZEALAND  
HONEY**



Nuii® Reg. Trademark of Froneri International Ltd

**ARTIKEL  
INFO**

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

 **Lekkerland**  
the convenience company

# REIF FÜR DEN SOMMERUMSATZ?



White Peach

Woran man erkennt, dass die kalten Tage endlich gezählt sind? Wenn die ersten Sommerboten zurückkehren: Die neue Red Bull Summer Edition ist da. Dieses Jahr mit dem fruchtig-blumigen Geschmack von weißem Pfirsich – und auch als zuckerfreie Variante erhältlich. Eisgekühlt und gut sichtbar platziert, kurbelt

unser Neuzugang ab April den ganzen Sommer lang zuverlässig den Umsatz an. Denn auch im vergangenen Jahr **2024** sind die Red Bull Editions mit einem **Umsatzplus** von **24,8%** absoluter Wachstumsmotor der gesamten Kategorie. Eine Sache bleibt schließlich zu jeder Jahreszeit gleich: **Red Bull verleiht Flüüügel®.**



**Red Bull**

BELEBT GEIST UND KÖRPER®.

RED BULL SUMMER EDITION WHITE PEACH (250 ML)

ART.-NR. FULLSUGAR  
641031

EAN EINZELDOSE  
9047 4514



ART.-NR. SUGARFREE  
641029

EAN EINZELDOSE  
9047 4903

