

Mein Shop

Nr. 4
2024

August & September

Lekkerland.de

DER GROSSE RIEGEL- CHECK

Vom Klassiker Schoko
über Müsli bis zu Protein:
welche Riegel
heute gefragt sind - 8



**KLEIDUNG,
TATTOOS,
HAARE:**
Diese Regeln gelten
am Arbeitsplatz - 26

SERIE: TREND-RADAR

Wie Sie vom
Hype um Influencer-
Produkte
profitieren
können - 52

DIE TOPSELLER FOOD FOR NOW

Welche frischen,
verpackten Snacks
unterwegs besonders
beliebt sind - 18

SÜSSE STARS IM KINDERREGAL.

**JETZT
TOPSELLER
ORDERN!**



LL Art.-Nr. 743064



LL Art.-Nr. 621631



LL Art.-Nr.
493743

LL Art.-Nr. 640671

19%¹
ABSATZWACHSTUM

97%²
MARKENBEKANNTHEIT

**ANKERMARKE
FÜR KINDER-
ARTIKEL³**

¹ Circana, Chupa Chups, LEH>200 (inkl. HD) + DM + C&C, Volume in 1000 Stück; MAT März vs. VJ

² Kantar Awareness Funnels, Markenbekanntheit Chupa Chups 16–28 j.o., Dec 22

³ Kinderstudie Cognitive Mapping & Onlinebefragung n:300, Oktober 2023





Redaktionsschluss 24.07.2024

Impressum

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

E-MAIL
meinshop@lekkerland.de

INTERNET
Lekkerland.de

VERANTWORTLICH
Janine Hoffe

PROJEKTLEITUNG
Dominik Schlefers

REDAKTIONELLE LEITUNG
Ingo Gschwilm

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

E-MAIL
meinshop@c3.co

PROJEKTMANAGEMENT
Stefanie Sava (fr)

REDAKTION
Elena Rudolph

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

ART-DIREKTION
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 enthaltene 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!

Wenn sich unterwegs der kleine Hunger meldet oder schnell ein leckerer Energielieferant benötigt wird, greifen Konsument:innen gern zu Riegeln. Die handlichen Snacks zählen zu den absoluten Klassikern der Unterwegsversorgung. Entsprechend groß ist das Angebot: Neben klassischen Schoko- und Müsliriegeln gibt es Knusper-, Waffel- und Kuchenriegel, Protein- sowie Fruchtriegel. In unserer Titelgeschichte „Der große Riegel-Check“ (ab Seite 8) lesen Sie, wie Sie aus dem äußerst vielfältigen Angebot genau das passende Sortiment für Ihren Shop zusammenstellen – und wo die knackigen Topseller am besten platziert werden sollten, damit das Geschäft mit Riegeln brummt.

Wachstum mit Getränken – Zuwachs bei Tabakerhitzern

Die Getränkefachmarktkette alldrink zählt zu den führenden Getränkespezialisten in Deutschland. Im Südwesten versorgen bereits 142 alldrink-Märkte Kund:innen mit ausgewählten

Getränkespezialitäten, und das erfolgreiche Unternehmen wächst stetig weiter. Wie Lekkerland mit seinem breiten Sortiment, flexiblem Service und verlässlicher Logistik den Getränkeexperten unterstützt, lesen Sie ab Seite 14.

Ab Seite 50 erfahren Sie Wissenswertes zu Tabakerhitzern, sogenannten Heat-not-burn-Geräten, die im Tabakgeschäft weiter an Bedeutung gewinnen. Gut zu wissen: Mit Ploom kommt jetzt nach IQOS und glo die dritte Marke in die Shops.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Herzlichst,
Ihr

UWE ALBRECHT
verantwortet im Vertrieb von Lekkerland unter anderem das Geschäft mit Getränkefachmärkten und das Merchandising.



Mein Shop gibt's auch online

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

Besuchen Sie uns auf Facebook!

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



EIS NACHLEGEN – UMSATZ ANHEBEN

SNICKERS® Creamy Peanut Butter
Art.-Nr.: 622158

SNICKERS
PEANUT BUTTER
ICE CREAM *creamy*



Snickers® Hörnchen
Art.-Nr.: 780236

Snickers® Stieleis
Art.-Nr.: 604848

Snickers® Eis
Art.-Nr.: 012782

Snickers® White Eis
Art.-Nr.: 143004

Mars® Eis
Art.-Nr.: 012799

Bounty® Eis
Art.-Nr.: 811887

Twix® Eis
Art.-Nr.: 829196

DAS SCHÖNSTE, WAS NÜSSEN PASSIEREN KANN!



8

14

MEIN JOB

- 8 DER GROSSE RIEGEL-CHECK**
Riegel zählen zu den absoluten Topsellern im Unterwegskonsum. Unsere Expert:innen wissen, welche Auswahl ins Sortiment gehört
- 14 Sortiment, Service, Logistik**
Wie Lekkerland die 142 alldrink-Getränkefachmärkte unterstützt
- 18 Topseller Food for now**
So profitieren Sie von der Nachfrage nach frischen, verpackten Snacks für den sofortigen Genuss
- 20 Neue Mitarbeitende anmelden**
Das müssen Sie beachten
- 22 Topseller**
Spannende Neuheiten und beliebte Bestseller aus unserem Sortiment
- 24 ZooRoyal**
Jetzt bei Lekkerland: die bekannte Tierfutter-Marke
- 26 Kleidung, Tattoos, Haare:**
Das dürfen Chefs vorschreiben

MEIN LEBEN

- 30 Sieben Tipps für mehr Erfolg**
Warum es sich für Shopbetreiber:innen in Krisenzeiten lohnt, einfühlsam, flexibel und proaktiv zu agieren



- 32 Die Kunst des Ausgleichs**
Wie Sie Arbeit, Familie und Freizeit besser miteinander in Einklang bringen

MEIN PARTNER

- 36 SERIE: Standards schaffen**
Teil 7 unserer Serie „Erfolgreich mit der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie“
- 38 Aus unserem Sortiment**
Wieso Corona zu den beliebtesten Biermarken der Welt zählt
- 40 Neues für Ihre Regale**
Vier innovative Produkte für Ihr Sortiment
- 42 Gutes aus dem Teutoburger Wald**
Die Fleischwarenfabrik Dieter Hein überzeugt mit Aufschnitt, Schnitzel und Co.
- 44 SERIE: Eigenmarken im Fokus**
Warum Sie unsere Eigenmarken unter dem „clever Kauf“-Logo anbieten sollten
- 46 Lekkerland Messen**
Was Sie auf unseren Herbst-Messen in Sachen Foodservice erwartet
- 48 e-va Terminals**
Die smarte Lösung lässt sich nun auch an Kassensysteme von Huth anbinden
- 49 Dosenbier aus der Region**
Lokale Bierspezialitäten sind gefragt
- 50 Tabak**
Heat-not-burn gewinnt weiter an Bedeutung
- 52 SERIE: Trend-Radar**
Teil 7: Wie Sie vom Hype um Influencer-Produkte profitieren können
- 54 Geschenkartikel von amv**
Spiel und Spaß unterwegs



52



Burger

neu erleben!

Ditsch

PRETZELS SINCE 1919

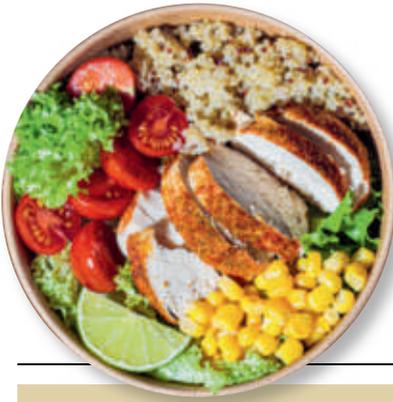
LAUGEN-BURGER BUNS für kreative Variationen

- ✓ Fertig gebacken, 80 g
- ✓ Bereits vorgeschnitten (web-cut): weniger Aufwand für Ihr Personal
- ✓ Hohe Gelingsicherheit: nur auftauen oder kurz aufbacken und individuell belegen

**VIELSEITIG, LECKER,
PRAKTISCH**



Serviervorschlag



DIE TOPSELLER FOOD FOR NOW

Fertige Desserts oder Smoothies, Salate oder herzhafte Snacks: Das sogenannte Food for now aus der Kühlung ist überaus beliebt. Ab Seite 18 lesen Sie, wie Sie mit der richtigen Produktauswahl von der Nachfrage nach den frischen Snacks für den sofortigen Genuss profitieren.

Fast
12

Prozent

mehr als 2022 erlöste die Kategorie Energydrinks laut „Lebensmittel Zeitung“ im vergangenen Jahr.¹

ALKOHOLFREIE GETRÄNKE

Umsatz-Booster Energydrinks

Energydrinks sind seit Jahren die Erlös-Raketen unter den alkoholfreien Getränken. Während andere Kategorien verlieren oder stagnieren, haben die Wachmacher aus der Dose auch 2023 bei Absatz und Umsatz rasant zugelegt. Hier kommen einige interessante Zahlen:

Fast
2

Millionen Konsument:innen in Deutschland trinken täglich Energydrinks.⁵

6,4
Liter

Energydrinks tranken die Menschen in Deutschland pro Kopf im Jahr 2023.³

Bis
2027

wird das Umsatzvolumen im Segment Energydrinks in Deutschland laut Prognosen kontinuierlich wachsen - um insgesamt mehr als 20 Prozent.²

20- bis 29-
Jährige

konsumieren in Deutschland am häufigsten Energydrinks.⁴



SCHOKORIEGEL
Schokoriegel in Kingsize-Varianten
finden immer mehr Liebhaber:innen.

1 Snickers 2Pack, 24 x 2/40 g Rg. (Art.-Nr. 638453) • 2 Twix Xtra, 30 x 75 g Rg. (Art.-Nr. 638456) • 3 Lion 2-er Pack, 28 x 60 g Rg. (Art.-Nr. 166090) • 4 Mars Classic Single, 32 x 51 g Rg. (Art.-Nr. 638338) • 5 KitKat, 24 x 41,5 g Rg. (Art.-Nr. 096688)

DER GROSSE RIEGEL-CHECK

Egal ob Schoko, Müsli oder Protein – Riegel sind der absolute Klassiker bei der unterwegsversorgung. Aus dem vielfältigen Angebot können sich alle Konsument:innen den passenden aussuchen. Die RICHTIGE AUSWAHL AN RIEGELN gehört darum in jedes Shopsortiment.

Diese Situation kennt jede und jeder: Man ist unterwegs oder ist bei der Arbeit, und plötzlich kommt Hunger auf. Jetzt wäre ein Riegel genau das Richtige! Ob als Genuss zwischendurch, als Energielieferant oder als süße Pause – Riegel sind der absolute Klassiker bei der unterwegsversorgung. Sie helfen gegen den kleinen Hunger, können neuen Schwung bringen und sind die perfekte Belohnung nach einem harten Tag. Das Geschäft mit Riegeln wächst daher kontinuierlich.

Diese Riegel gibt es: viel mehr als nur Schoko

Aus einem äußerst vielfältigen Sortiment kann sich jede:r Konsument:in das Produkt aussuchen, das genau den eigenen Vorlieben und Ernährungsbedürfnissen entspricht. Das Angebot an Sorten und Geschmacksrichtungen reicht von den klassischen Schoko- und Müsliriegeln über Knusper-, Waffel- und Kuchenriegeln bis zu Protein- oder Fruchtriegeln, Riegeln mit weniger Zucker oder solchen, die





„Die Bedeutung von Riegeln für das Shopgeschäft ist kaum zu überschätzen.“

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



MEHR SCHOKORIEGEL
Auch die Kinder-Range und Keksriegel sollten einen festen Platz im Shop haben.

6 Ferrero Kinder Schokoriegel, 36 x 21 g Rg. (Art.-Nr. 464520) • 7 Ferrero Kinder Bueno Zer, 30 x 43 g Rg. (Art.-Nr. 298759) • 8 Knoppers Nussriegel, 24 x 40 g Rg. (Art.-Nr. 016042) • 9 Ferrero Hanuta Riegel, 14 x 34,5 g Rg. (Art.-Nr. 134543)



1

2

MÜSLI- UND KNUSPERRIEGEL

Neben den Klassikern gehören auch Müsli- und Knusperriegel in jedes Sortiment.

- 1 Balisto Korn, 20 x 37 g Rg. (Art.-Nr. 188834) •
- 2 Balisto Yoberry, 20 x 37 g Rg. (Art.-Nr. 188827) •
- 3 Corny Big Schoko, 24 x 50 g Rg. (Art.-Nr. 019903) •
- 4 Corny Big Schoko-Banane, 24 x 50 g Rg. (Art.-Nr. 060066) •
- 5 Mister Tom vegan, 36 x 40 g Rg. (Art.-Nr. 804066)

3



4



5



8



6



7



eine Mahlzeit ersetzen. Da ist für jede und jeden etwas dabei.

„Topseller an Tankstellen & Co. sind immer noch die klassischen Schokoriegel“, sagt Calogero Scopelliti, als Buyer Food bei Lekkerland ein Experte für alle Arten von Riegeln. Neben Schokoriegeln sollten aber auch Müsliriegel, Nussriegel, Energieriegel oder Proteinriegel in jedem Sortiment auftauchen. Sie werden zusätzlich gekauft und mindern daher so gut wie gar nicht das Geschäft mit den Klassikern, sondern steigern vielmehr den Gesamtumsatz.

Darum sind Riegel im Trend: beliebter Snack zwischendurch

„Riegel treffen exakt die aktuellen Bedürfnisse vieler Konsument:innen“, sagt Anne-Kathrin Haubert, die als Leiterin der Abteilung Assortment & Space bei Lekkerland die Performance von Produktkategorien und Artikeln analysiert. Die Menschen hierzulande verbringen viel Zeit am Arbeitsplatz – und sie sind viel unterwegs, ob beruflich oder in der Freizeit. Dabei ersetzen mehrere Snacks bei vielen Konsument:innen heute die klassischen drei Hauptmahlzeiten. Für die schnelle kleine Mahlzeit zwischendurch sind Riegel perfekt geeignet. Denn sie haben genau die richtige Portionsgröße und lassen sich etwa auch beim Autofahren oder am Arbeitsplatz leicht und unkompliziert verzehren. Und: Sie schmecken einfach gut!

„Die Bedeutung von Riegeln für das Shopgeschäft ist daher kaum zu überschätzen“, sagt Anne-Kathrin Haubert. Der Expertin zu-

folge sind die kleinen Snacks ein Top-Segment, das in wirklich jeden Shop gehört. Denn fast ein Drittel des gesamten Süßwaren-Umsatzes werde allein mit Produkten aus dieser Warengruppe erzielt.

Immer gefragter: Proteinriegel

Die meisten Kund:innen kaufen Riegel als Zwischendurch-Snack. Frauen greifen dabei vor allem zu, weil sie sich belohnen wollen, Männer gönnen sich eher einen Riegel zum Feierabend.

Insbesondere der Absatz von alternativen Riegeln mit weniger Fett oder Zucker wächst, ebenso der von Performance-Riegeln, die etwa mit hohem Proteingehalt leistungssteigernd wirken sollen. Knapp jede:r zweite Konsument:in sucht vor allem nach solchen Snacks. Proteinriegel sind daher beim Umsatz inzwischen die zweitstärkste Sorte nach den klassischen Schokoriegeln – und sie legen weiter zu.

Auch der Umsatz mit Riegeln aus fair gehandelter Schokolade oder mit reduziertem Zucker- beziehungsweise Fettgehalt wächst. Am stärksten, wenn auch auf noch niedrigem Niveau, legt die Kategorie Meal Replacement zu, also Riegel, die eine ganze Mahlzeit ersetzen sollen. „Verbraucher:innen wollen gern auch mal leicht, bewusst und bekömmlich snacken, ohne auf Genuss zu verzichten“, sagt Lekkerland Marktanalystin Anne-Kathrin Haubert.

Diese Schokoriegel dürfen im Sortiment nicht fehlen

Bei den klassischen Schokoriegeln greifen Kund:innen besonders gern zu den großen, bekannten Riegelmarken. Die Produkte von etablierten Namen wie Snickers, Mars, Bounty oder Twix sollten deshalb immer im Shop



PROTEINRIEGEL

Proteinriegel sind die zweitstärkste Sorte beim Umsatz - und sie legen weiter zu.

- 6 Barebells Protein White Chocolate Almond, 12 x 55 g Rg. (Art.-Nr. 109964)
- 7 ESN Protein Designer Bar Hazelnut Nougat, 12 x 45 g Pg. (Art.-Nr. 633671)
- 8 ESN Protein Designer Bar Peanut Caramel, 12 x 45 g Rg. (Art.-Nr. 633669)
- 9 Fulfil Vitamin&Protein Riegel Chocolate & Hazelnut, 12 x 55 g Rg. (Art.-Nr. 637445)
- 10 Fulfil Vitamin&Protein Riegel Chocolate Salted Caramel, 12 x 55 g Pg. (Art.-Nr. 637444)
- 11 BE-KIND Protein Crunchy Peanut Butter, 12 x 50 g Rg. (Art.-Nr. 603647)
- 12 Grenade Oreo, 12 x 60 g Rg. (Art.-Nr. 631143)
- 13 Corny Protein Soft Choco Caramel, 12 x 45 g Rg. (Art.-Nr. 637676)



3

Viertel
der Kundschaft
kaufen Riegel als
Zwischendurch-Snack.

Mein Job



**MEAL REPLACEMENT
UND CLEAN & FAIR**
Beliebt sind auch Riegel,
die eine ganze Mahlzeit
ersetzen, sowie solche
aus fair gehandelter
Schokolade ohne
Zusätze.

- 1 YFood Bar Salted Caramel & Chocolate, 12 x 60 g Rg. (Art.-Nr. 623276) •
- 2 YFood Bar Hazelnut & Chocolate, 12 x 60 g Pg. (Art.-Nr. 623277) •
- 3 Raw Bite Peanut glutenfrei Bio, 12 x 50 g Rg. (Art.-Nr. 638559) •
- 4 Raw Bite Cacao glutenfrei Bio, 12 x 50 g Pg. (Art.-Nr. 638560)

Jede:r

2.

Konsument:in
sucht vor allem
nach alternativen
Riegeln.



„Die klassischen
Schokoriegel sind
Topseller an
Tankstellen & Co.“

CALOGERO SCOPELLITI
Buyer Food, Lekkerland SE

WE CAN. YOU CAN. EVERYBODY CAN.

Jetzt auch aus der Dose:
4 fruchtig-frische Cocktails von Cocktail Plant
jetzt national bei Lekkerland verfügbar.

NEU!



Swimming Pool
LL-Nr. 638550

Sex on the beach
LL-Nr. 638546

Piña Colada
LL-Nr. 638549

Zombie
LL-Nr. 638547

**COCKTAIL
PLANT**
by Vaihinger

TIPPS FÜR SHOPBETREIBER:INNEN

Erfolgreich Riegel verkaufen

- ✓ Besonders beliebt: Schokoriegel
- ✓ Daneben wächst vor allem die Nachfrage nach Proteinriegeln und nach Riegeln, die eine ganze Mahlzeit ersetzen.
- ✓ Riegel sind beliebt, weil sie gut unterwegs gesnackt werden können.
- ✓ Riegel sind Impulsware. Vor allem Schokoriegel sollten an der Kasse platziert werden.



verfügbar sein. Auch Produkte von Corny oder die Ferrero Kinder-Range sollten einen festen Platz im Sortiment haben.

Ein Tipp: Shops sollten diese Klassiker auch in Kingsize-Varianten anbieten. Diese sind mit bis zu 85 Gramm schwerer als herkömmliche Riegel, sie liegen aber unter dem Gewicht einer klassischen Schokoladentafel. Kingsize-Riegel finden immer mehr Liebhaber:innen, wenn der etwas größere Hunger zuschlägt.

Platzierung: Schokoriegel gehören an die Kasse

„Riegel werden auf einen Impuls hin gekauft“, sagt Lekkerland Riegel-Experte Calogero Scopelliti. Sie gehören daher in den Kassenbereich, wo Kund:innen gern noch spontan etwas mitnehmen, das ihnen beim Bezahlen ins Auge fällt und sie anspricht. Shopbetreiber:innen sollten daher darauf achten, dass ihr Riegelangebot nicht zu übersehen ist.

Calogero Scopelliti rät außerdem dazu, das Angebot klar zu strukturieren, also Riegel aus derselben Kategorie nebeneinander zu platzieren. Die Schoko-Topseller sollten dabei immer direkt an der Kasse ausliegen, damit sie schnell zu finden sind. Wenn der Platz dort begrenzt ist, könnten Shops an anderer Stelle noch ein Regal unter dem Thema „Bewusste Ernährung“ aufstellen. Hier können Proteinriegel, vegane Riegel oder Riegel, die eine Mahlzeit ersetzen, angeboten werden.

Und egal, um welche Art von Riegeln es sich handelt: Sie müssen nicht gekühlt werden und lassen sich daher in jedem Shop ohne allzu viel Aufwand anbieten. „Wer diese einfachen Hinweise befolgt, kann sichergehen, dass das Geschäft mit Riegeln gut läuft - und die Chance für mehr Absatz und Umsatz, die dieses Geschäft bietet, gut genutzt wird“, sagt Calogero Scopelliti.



Weitere Tipps, wie Sie die Kassenzone optimal nutzen, finden Sie in unserem Online-Magazin auf lekkerland.de/magazin. Mit dem nebenstehenden QR-Code gelangen Sie direkt zum Artikel.

Fotos: Shutterstock, Lekkerland

Hi PROTEIN

Hi UMSATZ

OHNE ZUCKERZUSATZ

JETZT NEU!
OHNE ZUCKERZUSATZ



SCHOKOLADE AUS FAIRTRADE-KAKAO

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



SCHNELL, PERSÖNLICH UND REGIONAL

Im Südwesten Deutschlands bieten mehr als 140 alldrink-Getränkemärkte ihrer Kundschaft ausgewählte Getränkespezialitäten. Unterstützt wird die Kette dabei vom BREITEN SORTIMENT, DEM FLEXIBLEN SERVICE UND DER VERLÄSSLICHEN LOGISTIK von Lekkerland.



Fotos: Laura Holzmann



VERTRAUT
alldrink-Einkaufsleiter Marinko Kovačević (rechts) und Dieter Prieschl, Key Account Manager für Getränkemarkte und Baumärkte bei Lekkerland, sind ein eingespieltes Team.



„Die Lieferungen funktionieren bei Lekkerland besser als bei jedem anderen Logistiker.“

MARINKO KOVAČEVIĆ
Leitung Einkauf
alldrink GmbH



Wer Pfälzer Weine liebt, wird glücklich im alldrink-Getränkemarkt in Maxdorf, westlich von Ludwigshafen. Gleich mehrere Regale mit Riesling, Silvaner oder Dornfelder aus dem zweitgrößten deutschen Weinanbaugebiet warten hier auf Kund:innen. Kein Wunder, denn Maxdorf liegt direkt neben der Weinregion Pfalz - und eine reichhaltige

Auswahl an jeweils lokalen Weinen ist eine der Stärken aller alldrink-Fachgeschäfte. „Wir sind sehr regional orientiert“, sagt alldrink-Einkaufsleiter Marinko Kovačević.

Auch abseits der Weine lockt der Markt im Maxdorfer Industriegebiet Kund:innen mit einer reichhaltigen Getränkeauswahl - neben zahlreichen kostenlosen Parkplätzen und freundlichen Servicemitarbeitenden, die der

Kundschaft gekaufte Getränkekisten auf Wunsch direkt in den Kofferraum ihres Autos stellen. „Zu uns als Fachmarkt kommen Kundinnen und Kunden, die ausgewählte Getränke suchen“, sagt Marinko Kovačević. Dazu gehört ein umfassendes Sortiment an Bieren, hochwertigen Spirituosen und Weinen sowie



Mein Job

„alldrink ist immer offen für Vorschläge und innovative neue Produkte.“

DIETER PRIESCHL
Key Account Manager
Getränkfachmärkte & Baumärkte
Lekkerland SE



VERLÄSSLICH
Key Account Manager Dieter Prieschl von Lekkerland hält seinen Kunden alldrink über das breite Produktsortiment auf dem Laufenden.

Mineralwässer, Limonaden, Säfte und sonstige Trendgetränke wie etwa Energydrinks oder Premixed Longdrinks.

Enge Zusammenarbeit

Schon seit Langem arbeitet alldrink dabei eng mit Lekkerland zusammen – und bezieht von seinem Lieferanten einen Großteil der Getränke, die nicht in Mehrwegflaschen verkauft werden, etwa die beliebten Premixed Longdrinks oder alkoholfreie Getränke. Daneben liefert Lekkerland auch Spirituosen, wobei die alldrink-Märkte auch die praktische Möglich-

keit zur Einzelstückstellung nutzen, etwa für hochwertige Whiskeys, Rums oder Gins. Ausgewählte Tabakwaren und Süßwaren, mit denen Kund:innen bei alldrink ihren Getränkeeinkauf ergänzen können, runden das von Lekkerland gelieferte Sortiment ab.

„Unser Kunde alldrink ist immer offen für Vorschläge und innovative neue Produkte“, sagt Dieter Prieschl, der als Key Account Manager bei Lekkerland für Getränkemarkte und Baumärkte zuständig ist. Sein Ansprechpartner bei alldrink, Einkaufsleiter Marinko Kovačević, lobt vor allem das breite Sortiment

sowie den flexiblen und schnellen Service von Lekkerland. Ganz besonders hebt er die stets verlässlichen Lieferungen hervor: „Unsere Märkte können sich ganz darauf verlassen, dass ihre Bestellung schnell, pünktlich und vollständig bei ihnen ankommt, und das ist für sie essenziell“, sagt er. „Das funktioniert mit Lekkerland besser als bei jedem anderen Logistiker.“

Mitführend in Deutschland

Für alldrink ist es wichtig, dass sich das Unternehmen auf die Lieferungen stets verlassen

Fotos: Laura Holzmann

CORNY
PROTEIN

SOFT, CRUNCHY, UMSATZSTARK!

NEU



CORNY Protein Soft

637675 Peanut Caramel 12 x 45 g
637676 Chocolate Caramel 12 x 45 g
637677 Hazelnut Nougat 12 x 45 g



CORNY Protein Crunchy

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

*ENTHÄLT VON NATUR AUS ZUCKER

kann. Zu der Kette mit Sitz in Heidelberg gehören aktuell immerhin 142 Getränkefachmärkte. Und die überzeugen ihre Kundschaft mit einem stets verfügbaren Sortiment aus Getränken, Getränkezubehör und einer Auswahl an Snacks.

Mit seiner Größe gehört alldrink zu den führenden Getränkespezialisten in Deutschland. Den alldrink-Slogan „Alles schneller, alles persönlicher“ findet man auf Geschäften vom Rhein-Main-Gebiet über die Region Rhein-Neckar bis nach Heilbronn und Karlsruhe, weiter vom Odenwald über die Pfalz bis in das Saarland. „Und wir sind beständig weiter auf Expansionskurs“, sagt Einkaufsleiter Marinko Kovačević. So werden sich künftig weitere Konsument:innen im Südwesten Deutschlands über ein breites Angebot an regionalen, nationalen und internationalen Getränken unter dem alldrink-Logo freuen können.



ERGÄNZEND

Auch Tabakwaren und Süßwaren liefert Lekkerland an die alldrink-Getränkefachmärkte.



FOODSERVICE

LECKERE BEILAGEN & POPP REMOULADE!



▲ LL Art.Nr.: 625248

▲ LL Art.Nr.: 608459

◀ LL Art.Nr.: 607732



▲ LL Art.Nr.: 608658

LL Art.Nr.: 632883 ▶



Top-Qualität für jeden Anlass!

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



DIE TOPSELLER FOOD FOR NOW

Egal ob Milchmodertrenke, fertige Desserts oder Salate - das sogenannte FOOD FOR NOW AUS DER KÜHLUNG IST BELIEBT. Mit der richtigen Produktauswahl profitieren Sie von der Nachfrage nach den frischen, verpackten Snacks für den sofortigen Genuss.

TOPSELLER

NEUHEITEN

| | | | | | | | | | |
|---|--|-----------------------------|--------------------------------------|--|---|---|--|---|--|
| | | | | | | | | | |
| EMMI Caffè Latte Macchiato | GO FRESH Sandwich Thunfisch | FERRERO Maxi-King | GO FRESH Wrap Thunfisch | TRUE FRUITS Smoothie Mango-Maracuja | GLOWKITCHEN Bananenbrot Mini Natur | PERLA Hummus Natur mit Brezeln | PERLA Hummus Pikant mit Brezeln | WOJNAR Pita Roll Hähnen/Käse | WOJNAR Pita Roll Hähnen/ Jalapeo |
| 5 x 230 ml Be. | 1 x 185 g St. | 30 x 35 g St. | 1 x 190 g St. | 8 x 250 ml Fl. | 12 x 70 g Pg. | 4 x 140 g Be. | 4 x 140 g Be. | 6 x 210 g Bt. | 6 x 210 g Bt. |
| Art.-Nr. 145580 | Art.-Nr. 620905 | Art.-Nr. 071565 | Art.-Nr. 607554 | Art.-Nr. 104798 | Art.-Nr. 641551 | Art.-Nr. 641562 | Art.-Nr. 641560 | Art.-Nr. 633821 | Art.-Nr. 633819 |

INTERVIEW

„WIR SEHEN HIER GROSSES POTENZIAL“

Frau Haubert, Herr Lufen, was versteht man unter Food for now?

DANIEL LUFEN: Food for now ist ein Teil unseres Angebots an Frische Convenience (siehe Kasten rechts unten). Dazu gehören alle frischen, verpackten Convenience-Produkte, die gekühlt für den Sofortverzehr angeboten werden. Damit umfasst Food for now ein sehr breites Produktspektrum – von Milchlischgetränken und gekühlten Milchschnacks über Smoothies und Salate bis zu herzhaften Snacks und Fleischzubereitungen.

ANNE-KATHRIN HAUBERT: Wir sehen in diesem Bereich großes Potenzial. Frische-Convenience-Produkte zum Sofortverzehr konsumiert jede:r Vierte mehrmals pro Woche. Doch bislang kauft nur knapp jede:r Fünfte dieser Konsument:innen solche Produkte an einer Tankstelle, und nur etwas mehr als jede:r Zehnte an einem Kiosk. Das heißt: Shops, die jetzt ein gut zusammengestelltes Food-for-now-Sortiment anbieten, nutzen eine sehr gute Möglichkeit, um Kundschaft für den Convenience-Bereich zu gewinnen.

Worauf legen Kund:innen Wert, wenn sie solche Produkte kaufen?

ANNE-KATHRIN HAUBERT: Mehr als zwei Drittel der Konsument:innen snacken Food for now, um sich eine kleine Belohnung zu gönnen und ihre Stimmung zu heben. Und das am liebsten nachmittags. Food for Now ersetzt daher keine der drei Hauptmahlzeiten, sondern es wird eher zwischendurch, in Arbeitspausen oder unterwegs auf längeren Reisen verzehrt. DANIEL LUFEN: Dabei sind süße Snacks besonders beliebt, etwa gekühlte Milchschnacks, fertige Desserts oder Fertigmilchkuchen. Wer sich spontan ein Food-for-now-Produkt gönnt, greift vor allem an Tankstellen außerdem überdurchschnittlich häufig zu Eiskaffees oder Smoothies.

Welche Produkte aus dem Bereich Food for now empfehlen Sie Shopbetreiber:innen für deren Sortiment?

DANIEL LUFEN: Vor allem Tankstellen sollten unbedingt gekühlte milchhaltige Getränke anbieten, also etwa Eiskaffee und Milchlischgetränke, die drei Viertel des Food-for-now-Umsatzes in diesem Kanal ausmachen. Gut laufen

außerdem gekühlte Milchschnacks wie Milchschnitte oder Kinder Maxi King, die am besten in der Nähe der Frische-Convenience-Produkte platziert werden, sowie herzhafte Snacks.

ANNE-KATHRIN HAUBERT: Mehrheitlich Frauen hätten dabei gern ein breiteres Angebot an frischen, leichten Snacks sowie zuckerreduzierten beziehungsweise zuckerfreien Varianten. Männer dagegen finden unseren Erhebungen zufolge vor allem das Angebot an proteinreichen Food-for-now-Produkten sowie an würzigen und scharf gewürzten Produktvarianten ausbaufähig. Mit den Sortimentsneuheiten zahlen wir auf diese Konsumentenwünsche ein.

Worauf sollten Shopbetreiber:innen besonderen Wert legen, wenn sie dieses Sortiment anbieten?

DANIEL LUFEN: Die Topseller Milchlischgetränke in Kombination mit Sandwich und Co. sollten in der Kühlung liegen. Nicht außer Acht zu lassen ist die Bedeutung von Milchschnacks, die gerade im Sommer ein hohes Potenzial bieten und für Frequenz sorgen.

Welchen Tipp haben Sie noch, damit Shops von Frische Convenience profitieren?

DANIEL LUFEN: Bieten Sie den beliebten Eiskaffee in unterschiedlichen Füllmengen beziehungsweise Produktgrößen an, Konsument:innen schätzen diese Auswahlmöglichkeit!

FRISCH, FOR NOW, FOR LATER

Was ist was?

- **FRISCHE CONVENIENCE** – alle frischen, verpackten Convenience-Produkte, die gekühlt angeboten werden
- **FOOD FOR NOW** – Frische-Convenience-Produkte für den sofortigen Verzehr
- **FOOD FOR LATER** – Frische-Convenience-Produkte für den späteren Genuss oder das Zubereiten zu Hause



„Food for now umfasst ein sehr breites Produktspektrum.“

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



„Mehr als zwei Drittel snacken Food for now als kleine Belohnung.“

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

NEUE MITARBEITENDE ANMELDEN: **DAS MÜSSEN SIE BEACHTEN**

Eine Neueinstellung ist mit jeder Menge Bürokratie verbunden.
Hier kommen die wichtigsten To-dos auf einen Blick:



Bei welchen Behörden müssen neue Mitarbeitende gemeldet werden?

KRANKENKASSE:

Die Anmeldung ist innerhalb von zwei Wochen nach Beginn der Beschäftigung mit dem Vordruck „Meldung zur Sozialversicherung“ vorzunehmen. **WICHTIG:** Eine Ausnahme gilt bei geringfügig Beschäftigten. Hierfür ist die Minijob-Zentrale der Deutschen Rentenversicherung Knappschaft-Bahn-See zuständig (minijob-zentrale.de).

BERUFGENOSSENSCHAFT:

Arbeitgeber:innen müssen ihre neuen Arbeitnehmer:innen zudem bei der zuständigen Berufsgenossenschaft anmelden. Durch eine Mitgliedschaft ist der Mitarbeitende automatisch in der gesetzlichen Unfallversicherung registriert.

BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT:

Betriebe benötigen zur Meldung der bei ihnen beschäftigten Arbeitnehmer:innen an die Sozialversicherung eine Betriebsnummer. Diese vergibt der Betriebsnummernservice der Bundesagentur für Arbeit (arbeitsagentur.de/unternehmen/betriebsnummern-service).

FINANZAMT:

Bei Beschäftigungsbeginn müssen Arbeitgeber:innen die Steuer-ID sowie die Lohnsteuerklasse der/des neuen Mitarbeitenden an das Finanzamt weitergeben. Letztere wird über die elektronische Lohnsteuerkarte (ELStAM) abgefragt.

Welche Dokumente der/des neuen Mitarbeitenden werden benötigt?

- ✓ Steueridentifikationsnummer
- ✓ Sozialversicherungsausweis
- ✓ Urlaubsbescheinigung des vorherigen Arbeitgebers
- ✓ ggf. Nachweis der Elternschaft
- ✓ ggf. Arbeitserlaubnis
- ✓ ggf. Schwerbehindertennachweis
- ✓ ggf. Nachweise je nach Berufsfeld und Branche (zum Beispiel die Bescheinigung über Belehrung von Lebensmittelpersonal gemäß § 43 Infektionsschutzgesetz)

HAUSMACHER-CHARME ZUM ANBEISSEN!



Impulse. Erfolg. Emotionen.

FLEISCHKLASSIKER, DIE BEGEISTERN



Knusper Schnitzel Chik'n®



Knusper Schnitzel

- Unvergleichliche Knusperpanade
- Saftiger Schweinelachs
- Authentische Form

GEBRATEN

| | | |
|---------|--------|-----------------------------------|
| ARTIKEL | 022286 | ca. 120 g × ca. 60 Stück = 7,2 kg |
| | 022293 | ca. 180 g × ca. 40 Stück = 7,2 kg |



Knusper Schnitzel Chik'n®

- Original-Knusperpanade
- Bestes Hähnchenbrustfilet
- Von Hand geschnitten

GEBRATEN

| | | |
|---------|--------|-----------------------------------|
| ARTIKEL | 838575 | ca. 120 g × ca. 50 Stück = 6,0 kg |
| | 620012 | ca. 180 g × ca. 33 Stück = 6,0 kg |



HIT Unsere Beste Frikadelle

- 100 % Schweinefleisch
- Lockere Konsistenz
- Lange Standzeit, perfektes Kaltgericht

GEGART

| | | |
|---------|--------|---------------------------|
| ARTIKEL | 095950 | 125 g × 24 Stück = 3,0 kg |
|---------|--------|---------------------------|



FVZ Hähnchenschnitzel mit Knusperpanade

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

GEBRATEN

| | | |
|---------|--------|--------------------------------|
| ARTIKEL | 074659 | 130 g × ca. 18 Stück = 2,34 kg |
|---------|--------|--------------------------------|



Green Heroes Plant Knusper Schnitzel

**GREEN
HEROES**

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

VEGAN, GEBRATEN

| | | |
|---------|--------|---|
| ARTIKEL | 606357 | 3 x 1,0 kg = 3,0 kg (1,0 kg = 10 Stück à ca. 100 g) |
|---------|--------|---|

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

AUS UNSEREM SORTIMENT

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



①



②



③



④



⑤

⑦

⑥

⑧

Jetzt auch aus der Dose: vier fruchtig-frische Cocktails von Cocktail Plant

Die fertig gemischten Cocktails aus der Dose von Cocktail Plant bringen einen frischen Mix in Ihr Sortiment. Ob Piña Colada, Sex on the Beach, Swimming Pool oder Zombie: Alle vier beliebten Cocktail-Klassiker sind von hoher Barkeeper-Qualität. Dahinter stecken die Bar- und Cocktail-Kompetenz sowie die Qualität des Fruchtsaftexperten Vaihinger.

Die auffälligen und praktischen Gebinde in der 0,25-ml-Slim-Dose bieten Ihnen einen tollen Zusatzumsatz, der durch ein impulsstarkes, attraktives Chep-Display zur aufmerksamkeitsstarken Präsentation am POS verstärkt wird.

- ⑤ DPG Cocktail Plant Piña Colada 10,1% vol., 12 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 638549) • ⑥ DPG Cocktail Plant Swimming Pool 10,1% vol., 12 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 638550) • ⑦ DPG Cocktail Plant Sex on the Beach 10,1% vol., 12 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 638546) • ⑧ DPG Cocktail Plant Zombie 10,1% vol., 12 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 638547)

Chupa Chups - die Ankermarke für Kinderartikel

Wer Lutscher sagt, meint Chupa Chups - die Nummer 1 im Lutschermarkt! Die Kult-Lutscher sind sehr bekannt und dürfen in keinem Kinderregal fehlen. Die fruchtigen Klassiker auf dem Lutscherrad sind nicht nur eine coole Präsentidee, sondern ein echter Hingucker an jeder Kiosk-Kasse. Ihre kleinen Kund:innen werden aber auch die Chupa Chups Melody Pops begeistern - sie sind Lutscher und Flöte in einem. Für extralangen Kauspaß sorgen die XXL-Kaugummilutscher. Und auch die unglaublichen Kaubonbons von Chupa Chups „Incredible Chew“ gehören zu den süßen Stars.

- ① Chupa Chups Incredible Chew Erdbeere, 20 x 45 g Pg. (Art.-Nr. 640671) •
- ② Chupa Chups Lutscherrad, 1 x 180 St. (Art.-Nr. 493743) •
- ③ Chupa Chups Lutscher Melody Pops Fruit, 48 x 15 g St. (Art.-Nr. 743064) •
- ④ Chupa Chups XXL Classic Lutscher, 1 x 25 St. (Art.-Nr. 621631)

Ideal im Unterwegskonsum: die Delikatess-Remoulade von Feinkost Popp

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

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

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



⑨



SOCIAL MEDIA

Sie sind gern auf Facebook unterwegs?

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

Mein Job



VIelfÄLTIG
ZooRoyal bietet zahlreiche
Sorten Katzenfutter und
kleine Knabbersachen für
zwischen durch.

- 1 Zooroyal Lachs Forelle Joghurt, 16 x 100 g Sc. (Art.-Nr. 604918) •
- 2 Zooroyal Ente auf Aspik, 16 x 100 g Sc. (Art.-Nr. 604692) •
- 3 Zooroyal Junior Geflügel, 16 x 100 g Sc. (Art.-Nr. 632611)
- 4 Zooroyal Katzen Grillies Lachs, 30 x 8/5 g Pg. (Art.-Nr. 632599) •
- 5 Zooroyal Katzenschleckies Leberw., 11 x 8/15 g Pg. (Art.-Nr. 632603)

②

⑤

①

③

④



An denen nascht keiner vorbei.



ZOOROYAL GUTES FÜR FELLNASEN

Tiernahrung gehört zu den beliebtesten Nonfood-Artikeln in Shops. Lekkerland bringt darum jetzt TIERFUTTER DER MARKE ZOOROYAL in den Unterwegskonsum.

Foto: Shutterstock

Lekkerland versorgt zukünftig nicht nur Menschen unterwegs mit frischen Snacks und Getränken, sondern auch Spürnasen und Samtpfoten: mit Tierfutter der Marke ZooRoyal. Sie wurde von Expert:innen mitentwickelt, bietet eine vergleichbare Qualität zum Markenprodukt, liegt aber preislich deutlich darunter.

Es lohnt sich für Sie als Shopbetreiber:in, Tiernahrung anzubieten. Denn diese gehört zu den beliebtesten Nonfood-Artikeln an Tankstellen & Co. Der Markt wächst seit Jahren - allein von 2022 auf 2023 stieg der Ge-

samtumsatz um 16,63 Prozent auf 4,7 Milliarden Euro. Kein Wunder, schließlich leben in deutschen Haushalten 26,2 Millionen Hunde und Katzen.

Breites Sortiment

Tierfutter von ZooRoyal ist Verbraucher:innen bereits aus dem Supermarkt bekannt. Lekkerland bietet ab sofort 16 Produkte für Hunde und Katzen von ZooRoyal an - von Snacks für Hunde und Katzen bis zu vollwertigem Futter. Alle Artikel sind ab sofort erhältlich auf Lekkerland24.de.

⑥



SNACKS UND NAHRUNG
Für Hunde gibt es ebenso kleine Belohnungen wie auch vollwertiges Futter.

⑥ ZooRoyal Miniknochen Geflügel, 8 x 100 g Bt. (Art.-Nr. 6326099) •
⑦ ZooRoyal Pastete Kalb Kart Karo, 11 x 150 g Pg. (Art.-Nr. 602443)

⑦



INSGESAMT

26,2

MILLIONEN HUNDE UND KATZEN

leben in deutschen Haushalten - viel potenzielle Kundschaft für Ihren Shop.

SCOOPER 
ENERGY REVOLUTION

LIKE A
PUNCH
IN THE
FACE

NOW: DOUBLE DOSE
OF CAFFEINE: 80 mg

MEHR INFOS HIER



[WWW.SCOOPER.ENERGY](https://www.scooper.energy)



IN ZWEI SORTEN
ERHÄLTlich

KLEIDUNG, TATTOOS, HAARE: DIESE REGELN GELTEN AM ARBEITSPLATZ

Zerrissene Jeans, schmutzige Schuhe,
Tattoos im Gesicht: Haben
Arbeitgeber:innen das Recht, auf das
äußere Erscheinungsbild ihrer
Mitarbeitenden Einfluss zu nehmen?
Hier erfahren Sie, WELCHE
REGELN GELTEN.

Weisungs- recht von Arbeitgeber:innen

Gemäß § 106 der Gewerbeordnung (GewO) haben Arbeitgeber:innen das Recht, das äußere Erscheinungsbild ihrer Mitarbeitenden zu beeinflussen. Das Weisungsrecht von Arbeitgeber:innen erstreckt sich dabei nicht nur auf die Kleidung, sondern auch auf andere Aspekte wie Piercings, Tattoos oder Frisuren.

Keine allgemeingültige Regel im Gesetz

Allerdings muss eine Weisung in jedem Einzelfall sorgfältig geprüft werden – wobei jeweils das Interesse der Arbeitgeber:innen gegen das Persönlichkeitsrecht der Arbeitnehmer:innen aus Artikel 2 Grundgesetz (GG) in Verbindung mit Artikel 1 GG abgewogen wird. Nur wenn ein betriebliches Interesse besteht, das schwerer wiegt als die Interessen der Arbeitnehmer:innen, kann eine Weisung gerichtlich durchgesetzt werden. Wer sich teure Gerichtsverfahren ersparen möchte, sollte Anforderungen an die Arbeitskleidung und/oder das äußere Erscheinungsbild vorab im Arbeitsvertrag festhalten.

Sichtbare Aspekte und legitimes Interesse

Getroffene Regelungen dürfen grundsätzlich nur sichtbare Aspekte des äußeren Erscheinungsbildes betreffen. Ein verdecktes Tattoo etwa kann nicht kritisiert werden. Und: Religiöse Symbole wie Kopftücher oder Kreuzketten sind durch die Religionsfreiheit besonders geschützt.

Grundsätzlich freie Kleiderwahl

Mitarbeitende sind in ihrer Kleiderwahl grundsätzlich frei, es sei denn, vertragliche oder gesetzliche Regelungen bestimmen anderes. Besonders in Berufen mit Kundenkontakt gelten oft strengere Anforderungen, die helfen sollen, ein professionelles Firmenimage zu wahren, als in Berufen ohne Kundenkontakt. Auch Sicherheits- und Hygieneregeln können bestimmte Kleidungs- und Schmuckvorschriften rechtfertigen, beispielsweise in der Pflege oder Küche.

HINWEIS: Klarstellend wird darauf hingewiesen, dass Lekkerland mit diesem Artikel keine Rechtsberatung durchführt. Wir bitten also um Verständnis, dass entsprechende Anfragen nicht bearbeitet werden können und ausschließlich mit den zuständigen Stellen und/oder juristischen Beratern zu klären sind.

ZooRoyal

Unsere Eigenmarke für eure Vierbeiner!



ARTIKEL
INFO ▼

| Art.-Nr. | Barcode | Artikelbezeichnung | Inhalt/Packart |
|----------|---------|--|----------------|
| 602472 | | ZooRoyal Grillhappen Rind Karotte | 11/150 g Pg. |
| 632447 | | ZooRoyal Pastete Huhn und Leber | 11/150 g Sc. |
| 602443 | | ZooRoyal Pastete Kalb Kartoffeln & Karotte | 11/150 g Pg. |
| 617319 | | ZooRoyal Rind + Leber | 15/175 g Pg. |
| 632609 | | ZooRoyal Miniknochen Geflügel | 8/100 g Btl. |

 **Lekkerland**
the convenience company

cleVer
Kauf

KNUSPERT
BESONDERS
LANG!



NEU

ARTIKEL
INFO ▼

| Art.-Nr. | Barcode | Artikelbezeichnung | Inhalt/Packart |
|----------|---------|--|-------------------------|
| 637381 | | Mr. Knabbits Salzige Long Chips Original Style | NEU 20/ 75 g Pg. |
| 637379 | | Mr. Knabbits Knusprige Long Chips Paprika Style | NEU 20/ 75 g Pg. |
| 637380 | | Mr. Knabbits Würzige Long Chips Sour Cream & Onion Style | NEU 20/ 75 g Pg. |

 **Lekkerland**
the convenience company



TIPPS FÜR EINE GUTE WORK-LIFE-BALANCE

Eine ausgewogene Lebensweise steigert das Wohlbefinden – sowohl im Berufs- als auch im Privatleben. Auf Seite 32 präsentieren wir Ihnen sieben Tipps, die helfen Arbeit, Familie und Freizeit besser miteinander in Einklang zu bringen.

ETWA
12
PROZENT

der Menschen in Deutschland ernähren sich laut einer repräsentativen Umfrage des Bundesverbands des Deutschen Lebensmittelhandels (BVLH) mittlerweile vegetarisch (neun Prozent) oder vegan (drei Prozent).¹

WEITERE
41
PROZENT

der Befragten bezeichnen sich als Flexitarier:innen, schränken also ihren Fleischkonsum bewusst ein.³

GRÜNE WELLE:

Der Veggie-Trend wächst

In Deutschland steigt die Anzahl von Vegetarier:innen und Veganer:innen kontinuierlich an. Gut ein Zehntel der Menschen in Deutschland entscheidet sich aus gesundheitlichen, ethischen und/oder ökologischen Gründen inzwischen für eine fleischlose Kost. Der Verzicht auf tierische Produkte wird zunehmend Teil des Mainstreams.

500
MILLIONEN

Veganer:innen gibt es weltweit. Damit ernähren sich circa sechs Prozent der Weltbevölkerung rein pflanzlich. Vegetarisch leben sogar über eine Milliarde Menschen.⁵



UNTER DEN
30-
JÄHRIGEN

ist der Verzicht auf den Konsum von Fleisch besonders ausgeprägt. 15 Prozent von ihnen sind Vegetarier:innen. Bei den über 60-Jährigen sind es nur sechs Prozent.²

MIT
12
PROZENT

ist der Anteil der Frauen, die sich vegetarisch ernähren, doppelt so hoch wie bei den Männern.⁴

MIT BESONNENHEIT UND ZUKUNFTSPLAN

SO WIRD DER SHOP EIN RIESE IN DER KRISE

Wenn um uns herum die Zeichen auf Krise stehen, lohnt es sich, **EINFÜHLSAM, FLEXIBEL** und **PROAKTIV** zu agieren. Lekkerland Coach Axel Weber kennt die Sorgen der Shopbetreiber:innen und gibt wertvolle Tipps.

1

Das Team beflügelt

Gerade in stürmischen Zeiten ist das Shopteam der Fels in der Brandung. Was aber, wenn auch die Mitarbeitenden der eine oder andere Schuh drückt? Dann sind Hinhören und Handeln geboten. Ein Crewmitglied hat ein Problem bei der Kinderbetreuung? Seien Sie verständnisvoll und großzügig – das beflügelt jede:n Einzelne:n und somit das ganze Team.

Kriege in Europa und der Welt, steigende Energie- und Nahrungsmittelkosten, Engpässe in der Warenwirtschaft und Ebbe in den Portemonnaies der Kund:innen fordern uns alle. Haben Sie auch manchmal das Gefühl, dass die Dinge, auf die man sich verlassen kann, weniger werden? Und dass gleichzeitig der Druck auf die Shops zunimmt? Die Tipps von Lekkerland Coach Axel Weber helfen, das Geschäft trotzdem auf einen guten Kurs zu bringen. Seine Überzeugung: „Gefragt sind Resilienz, Kreativität und vorausschauendes Denken. Als Gewinner wirst du aus Krisen hervorgehen, wenn du es schaffst, dich auf die neuen Spielregeln einzulassen und Dinge zu tun, die dich trotzdem weiterbringen.“

2

Motivation stärkt

Sie haben Leute in Ihrer Crew, die mehr leisten als andere? Mitarbeitende, die sich besonders engagiert und erfolgreich um die Kund:innen und ihre Wünsche kümmern? Wer für gute Geschäfte sorgt, sollte dafür belohnt werden: Gewähren Sie Ihren besten Kräften eine Umsatzbeteiligung, zusätzliche Urlaubstage oder andere Vergünstigungen – das motiviert!

3

Kundenwünsche zählen

Die Kund:innen entscheiden über den Shoperfolg. Ein guter Grund, gerade in fordernden Zeiten genau hinzuschauen, hinzuhören und freundlich nachzufragen: „Bietet unser Sortiment, was Sie sich wünschen?“ Die Antworten beschreiben nicht nur den Akutbedarf. Oft beinhalten sie auch Informationen über neue Trends, deren Aufnahme ins Sortiment den Umsatz ankurbeln könnte.

4

Top-Service gewinnt

Sie wollen die Besten im Service sein! Seien Sie so aufmerksam, dass die Kund:innen gerade in fordernden Zeiten schon Ihrer Freundlichkeit wegen kommen. Gepunktet wird mit individueller Ansprache, Wunschprodukten im Sortiment und kleinen Aufmerksamkeiten. Jemand möchte eine Stange Zigaretten kaufen, doch die ist schon ausgepackt? Verstauen Sie zehn Päckchen charmant in einer Brötchentüte und spendieren Sie noch ein Feuerzeug dazu.

5

Expertise überzeugt

Nicht alle Kund:innen kennen sich mit jeder Produktgruppe aus. Ein gut informiertes Shopteam sollte Crémant von Sekt unterscheiden, die veganen Shop-Produkte nennen oder das richtige Motoröl fürs relevante Auto zeigen können. Begeistern kann man Kund:innen mit Extratipps. Klagt jemand über fusselnde Autoreinigungstücher, könnte man einen „Fusselhandschuh“ anbieten, der mit einer rauen und einer glatten Seite sogar beim Warten an der Ampel auf die Schnelle gute Dienste leistet. Schöner Nebeneffekt: Der Umwelt bleiben weggeworfene Tücher erspart. Und Sie haben neue Shop-Fans.

6

Shop-Analyse hilft

Steigende Preise und Ebbe in den Portemonnaies treiben viele Kund:innen um. Preise werden aber nicht nur von Herstellern und Handel gemacht. Auch Betriebskosten beeinflussen die Preisgestaltung im Shop. Wann haben Sie zuletzt analysiert, wo hier mittel- oder langfristig Sparpotenziale liegen könnten? Vielleicht beim Stromeinkauf oder beim Gebäude selbst? Womöglich gibt es feuchte Wände, die Sie lieber jetzt sanieren und dadurch in Zukunft die Heizkosten senken.



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

7

Zukunftsplan macht fit

Manche Shops operieren noch mit Sortimenten, die in Pandemiezeiten goldrichtig waren. Doch jetzt gilt es, sich mit den Entwicklungen von morgen zu befassen – beispielsweise mit E-Zigaretten. Europa will mittelfristig rauchfrei werden. Das dauert zwar noch, aber E-Zigaretten sind Margenkönige, und der Zeitpunkt für eine Beratung ist genau jetzt gut: Was braucht es für den Verkauf, wie funktionieren die Systeme? Das auch auf andere neue Produkte übertragbare Motto: sich schon heute fit machen fürs Geschäft der Zukunft.



VITAMIN KAUGUMMI

VITAVATE WATTE

gum



JETZT PROBIEREN!

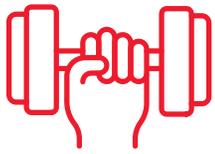


VITAVATE WATTE gum



ARTIKEL
INFO ▼

| Art.-Nr. | Barcode | Artikelbezeichnung | Inhalt/Packart |
|----------|---------|--|----------------|
| 637509 | | Vitavate Kaugummi Tropical | 20 x 28,2 g |
| 637510 | | Vitavate Kaugummi Rote Früchte | 20 x 28,2 g |
| 637511 | | Vitavate Kaugummi Grüner Apfel | 20 x 28,2 g |
| 637513 | | Vitavate Kaugummi Cola Sauer | 20 x 28,2 g |
| 637508 | | Vitavate Kaugummi Gemischt Thekendisplay (nur als Vorbestellartikel) | 80 x 28,2 g |



1. Freizeit aktiv gestalten:

Planen Sie bewusst Zeit für Hobbys und Aktivitäten ein, die Ihnen Freude bereiten. Sei es regelmäßiger Sport, Lesen, Musikhören oder Treffen mit Freund:innen.



2. Bewegung in den Alltag integrieren:

Nutzen Sie jede Gelegenheit, um sich zu bewegen. Steigen Sie Treppen, anstatt den Aufzug zu nehmen, fahren Sie mit dem Fahrrad zur Arbeit anstatt mit dem Auto.



3. Pausen einlegen:

Gönnen Sie sich regelmäßige Pausen während des Arbeitstages, um neue Energie zu tanken. Gehen Sie mittags, sooft es geht, kurz an der frischen Luft spazieren.



4. Ausreichend schlafen:

Schaffen Sie sich eine entspannende Schlafumgebung und halten Sie einen festen Schlafrhythmus ein.



5. Natur genießen:

Verbringen Sie Zeit in der Natur, sei es im Park, im Wald oder am Wasser. Das hat eine beruhigende Wirkung auf Körper und Geist.

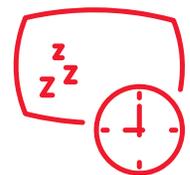


7. Achtsamkeit üben:

Integrieren Sie kleine Self-Care-Rituale in Ihren Alltag - zum Beispiel eine entspannende Tasse Tee, eine kurze Meditation oder ein warmes Bad. Das hilft, um Stress abzubauen.

DIE KUNST DES AUSGLEICHS 7 TIPPS FÜR EINE AUSGEWOGENE LEBENSWEISE

Eine ausgeglichene Work-Life-Balance ist ein entscheidender Aspekt für das **WOHLBEFINDEN** - sowohl im Berufs- als auch im Privatleben. Unsere sieben Tipps helfen Ihnen, Arbeit, Familie und Freizeit besser miteinander in Einklang zu bringen.



6. Digitale Auszeiten nehmen:

Legen Sie täglich einige Stunden fest, in denen Sie bewusst auf das Handy sowie Instagram, Facebook, TikTok und Co. verzichten.

MR.BROWN COFFEE DRINK



Ihr Erfolg beginnt mit dem richtigen Kaffee!

Vanilla Flavour



4260286510297

Caramel Flavour



4260286510358

Cappuccino



4260286510327

Coffee Drink



4260286510266



@MRBROWNGERMANY

🍷 zapft wird! Weißwurst Leberkäse

Der Klassiker für's Oktoberfest



gentechnikfrei



glutenfrei



laktosefrei



ohne
Geschmacksverstärker



ohne
künstliche Farbstoffe



ohne
Verdickungsmittel

LEKKERLAND NEWCOMER

Ready to drink Bubble Tea, Bio Frucht-Nuss-Riegel und vieles mehr: Ab Seite 40 präsentieren wir Ihnen unsere Newcomer zum Trinken oder Snacken - Neuheiten für Ihre Regale, über die sich Ihre Kund:innen garantiert freuen werden.



FRESH + TASTY

Auszeichnung für den neuen Auftritt

Gerade vorgestellt, schon ausgezeichnet: Der neue Markenauftritt des Lekkerland Foodservice-Konzepts Fresh + Tasty ist von der Fachzeitschrift „Convenience Shop“ mit dem Show Star ausgezeichnet worden. Den Award vergibt die Zeitschrift für Messeneuheiten - in diesem Fall von der UNITI expo, der europäischen Leitmesse der Tankstellen- und Carwash-Branche, die im Mai in Stuttgart stattgefunden hat. Das weiterentwickelte, aufmerksamkeitsstarke Design für Innen- und Außenbereiche lässt sich flexibel in verschiedene Tankstellenshops integrieren und sorgt für hohe Wiedererkennung. Das optimierte Sortiment umfasst moderne Rezepte und Klassiker. Auf Wunsch bietet Lekkerland den Teilnehmer:innen des Fresh + Tasty-Konzepts umfassende Services an - wie ganzheitliches Marketing und die kostenlose Teilnahme an unserer digitalen Akademie mit einem umfassenden Schulungsprogramm.

Fresh + Tasty ist an rund 370 Tankstellen in Deutschland zu finden. Mehr zu dem neuen Auftritt erfahren Sie bei den Lekkerland Messen im Herbst - und in der Mein Shop 5/24, die im Oktober erscheint.

STANDARDS SCHAFFEN

SO LÄUFT ES WIE GESCHMIERT

Wer im Shop für festgelegte Arbeitsabläufe und eindeutige Zuständigkeiten sorgt, sichert die Qualität, steigert die Produktivität und OPTIMIERT ÜBER DIE STANDARDISIERUNG DAS GESCHÄFT. Am Ende sind alle Beteiligten zufriedener.



Der Arbeitsablauf, bevor morgens die erste Kundschaft den Shop betritt, ist immer derselbe: Ein Mitarbeiter aktiviert die Kaffeemaschine, ein anderer belegt derweil Brötchen für die Frischetheke, und eine Mitarbeiterin macht die Kasse startklar. Dann öffnen die Türen. „Festgelegte Arbeitsabläufe und einheitliche Standards optimieren den gesamten Shopbetrieb“, sagt Denis Raphael, Key Account Manager Foodservice National bei Lekkerland. Egal ob Tankstelle oder Kiosk, unabhängiger Shop oder Standort einer Kette – Standardisierung hilft unabhängig von der Unternehmensform und -größe dabei, das Geschäft zu optimieren.

Wie in jedem Unternehmen gibt es auch in Shops, Tankstellen & Co. mit mehr als einer oder einem Mitarbeitenden unterschiedliche Zuständigkeiten sowie Tätigkeiten, die jeden Tag in identischer Form anfallen – vom Einräumen des Lagers über den Service an der Frischetheke und das Bedienen der Kasse bis zur abendlichen Reinigung. Damit all das jeden Tag ohne Fehler erledigt wird und die unterschiedlichen Arbeiten reibungslos ineinandergreifen, sollten Shopbetreiber:innen bis ins Detail festlegen, wer was wann und wie zu erledigen hat – und das am besten schriftlich.

Effizient arbeiten

Oft aber sind die Abläufe zu wenig oder gar nicht aufeinander abgestimmt, und Zuständigkeiten sind unklar. Dann erledigen wechselnde Schichten die anstehenden Aufgaben mitunter immer auf jeweils andere Weise – und das zu unterschiedlichen Zeitpunkten oder im schlimmsten Fall gar nicht. Zur Ladenöffnung ist dann etwa die Kaffeemaschine nicht startklar. Oder die frisch belegten Brötchen sehen jeden Tag anders aus. Die Folge: enttäuschte Kundschaft, entgangene Umsätze. „Ohne klare Strukturen und festgelegte Prozesse lässt sich nicht effizient arbeiten“, sagt Lekkerland Foodservice-Experte Denis Raphael.

Wenn aber das Team genau erklärt bekommen hat, wer was zu tun hat und im Zweifelsfall Zuständigkeiten, Rezepturen oder die Reihenfolge der zu erledigenden Aufgaben schwarz auf weiß auf Checklisten nachlesen kann, läuft das Geschäft quasi von allein. Jeder Schritt, jede Handreichung scheinen sich logisch und natürlich an die vorhergehenden zu fügen. „Sobald allen Beteiligten klar ist, was wie getan wird, muss nicht jeden Tag wieder das Rad neu erfunden werden“, sagt Denis Raphael.

Klare Verantwortlichkeiten

„Möglichkeiten zur Standardisierung gibt es in jedem Shop – von Schichtplänen über Handbücher, in denen Arbeitsprozesse vorgegeben werden, bis zu Reinigungslisten“, sagt Susanne Witzmann von der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie. Nützliche Hinweise zu Standardisierungen



„Möglichkeiten zur Standardisierung gibt es in jedem Shop.“

SUSANNE WITZMANN
Lekkerland Convenience
Foodservice Akademie

für Shopmitarbeitende vermittelt etwa das „Aufbautraining für Nachwuchskräfte“ der Foodservice Akademie (siehe Kasten).

So beginnt Standardisierung damit, dass Verantwortlichkeiten klar verteilt werden: Wer nimmt neue Ware an und räumt sie weg? Wer bereitet frische Ware zu? Wer reinigt zwischendurch und am Abend den Shop? Das muss eindeutig festgelegt sein. Ein weiterer Ansatz ist es, bestimmte Richtwerte schriftlich festzuhalten: Zu welcher Uhrzeit starte ich mit dem Backen und in welchen Mengen, welche Temperatur muss angelieferte Ware haben, wie und was reinige ich mit welchen Reinigungsmitteln? Und wie soll eigentlich das Schnitzelbrötchen belegt werden?

Nutzen liegt auf der Hand

Der geschäftliche Nutzen von Standardisierungen und klaren Zuständigkeiten liegt auf der Hand: Reibungslose Abläufe im Shop sparen Zeit und Geld. Schließlich verhindern sie Fehler und steigern die Produktivität. Mit festgelegten Arbeitsabläufen lassen sich außerdem neue Mitarbeitende leichter und schneller einweisen. Und das bestehende Personal wird entlastet, weil die eindeutigen Anweisungen Zeit, Energie und Nerven sparen und zudem Konfliktpotenzial aus der Welt schaffen. Damit kann sich das Team stärker auf das konzentrieren, was wirklich zählt: die Kundschaft.

In einem Shop mit festgelegten Abläufen werden Kund:innen schneller bedient, es bleibt mehr Zeit für Service und Kundengespräche. Dazu kommt: Konsument:innen können sich auf gleichbleibende Qualität der Ware verlassen. Besonders bei frischen Snacks ist das essenziell. „So sind am Ende dank der Standards alle Beteiligten zufriedener“, sagt Lekkerland Expertin Susanne Witzmann.



In der kommenden Ausgabe von Mein Shop erfahren Sie, wie Sie über Kennziffern Ihr Geschäft im Blick behalten und Ihren Ertrag steigern.

Fotos: Shutterstock, Lekkerland



Sie und Ihre Mitarbeitenden wollen lernen, wie Sie Abläufe und die Zusammenarbeit standardisieren können?

Dann ist der Workshop „Aufbautraining für Nachwuchskräfte – systematisch durchstarten für schnelle Ergebnisse“ an der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie genau das Richtige für Sie.

Bei Interesse wenden Sie sich an Ihre:n vertriebliche:n Ansprechpartner:in bei Lekkerland. Mit dem untenstehenden QR-Code gelangen Sie direkt zu Informationen über den Workshop.



„Festgelegte Arbeitsabläufe und einheitliche Standards optimieren den gesamten Shopbetrieb.“

DENIS RAPHAEL
Key Account Manager
Foodservice National,
Lekkerland SE

CORONA-BIER

FRISCHE MOMENTE IN DER NATUR GENIESSEN

Ein Gefühl von Entspannung mitten im Alltag:
Mit DEM ERFRISCHENDEN UND LEICHTEN CORONA laden Sie Ihre Kund:innen ein, Routinen zu durchbrechen und die Freuden des Lebens zu genießen.

Corona ist an aller Munde. Und das im wahrsten Sinne des Wortes: In mehr als 180 Ländern weltweit ist das aus Mexiko stammende internationale Lagerbier zu Hause. Rund um den Globus gehört es zu den führenden importierten Premiumbieren. So auch in Deutschland, wo im Convenience-Kanal die Verbraucherinnen und Verbraucher gern Corona genießen. Kein

Wunder, dass die Lifestyle-Premiummarke des Herstellers AB InBev dieses Jahr im „Brand Finance 2024 Global 500 Ranking“ zur wertvollsten und am schnellsten wachsenden Biermarke der Welt gekürt wurde. „Die globale Marke Corona hat einen hohen Wiedererkennungswert und steht für Lifestyle und Lebensgefühl“, sagt Alena Horch, Corona Senior Brand Managerin.

Erstmals gebraut wurde Corona vor fast 100 Jahren in Mexiko-Stadt. Es sollte ein Bier entstehen, das der spanischen Krone gerecht wird, inspiriert von mexikanischer Sonne, schneeweißen Stränden und der unendlichen Weite des Meeres. Dies zeigt sich auch auf dem Flaschenetikett. Dessen weiße Hälfte steht für den Himmel, die blaue Hälfte für das Meer. Der gelbe Kreis



„Corona hat einen hohen Wiedererkennungswert und steht für Lifestyle und Lebensgefühl.“

ALENA HORCH
Corona Senior
Brand Managerin,
AB InBev



IN MEHR ALS
180

**LÄNDERN
WELTWEIT**
wird Corona
getrunken - es ist
die am schnellsten
wachsende
Biermarke der Welt.

Quelle:
Brand Finance 2024
Global 500 Ranking





GRÜN UND NATÜRLICH

In Berlin war Corona jüngst auf „The Green“ zu erleben, Deutschlands nachhaltigster Riesenvorstellungsort aus recyceltem, klimaneutralem Material und begrünt mit 12.000 Pflanzen.



3

JE NACHDEM

Corona gibt es in Mehrwegflaschen und Dosen – mit Alkohol und ohne.

- 1 MW Corona Extra im Karton, 24 x 0,355 l Fl. (Art.-Nr. 012124) •
- 2 DPG Corona Extra, 24 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 230971) •
- 3 Corona Cero ohne Alkohol – mehr Informationen zum Bezug bei Ihren Lekkerland Ansprechpartner:innen

dazwischen symbolisiert die Sonne, die sich auf dem Wasser spiegelt. Auf der Horizontlinie sitzen zwei Greife und wachen über die spanische Krone.

Nur natürliche Zutaten

Bis heute wird Corona zu 100 Prozent aus natürlichen Zutaten gebraut. Dies gilt sowohl für das beliebte Lagerbier Corona Extra als auch für die alkoholfreie Variante Corona Cero, die seit 2022 angeboten wird.

Über die hochwertige Lifestyle-Alternative mit 0,0 Prozent Alkohol und nur 60 Kalorien pro Flasche erreicht Corona eine stetig wachsende Zielgruppe, die sich bewusst ernährt. Cero ist 100 Prozent Natürlichkeit, vereint mit 100 Prozent erfrischendem Geschmack. Das Produkt ist bei Lekkerland aktuell im Rahmen von Aktionen beziehungsweise bei Abnahme einer Mindestmenge erhältlich – bei Interesse wenden Sie sich bitte an Ihre:n Ansprechpartner:in.

Kleine und große Momente feiern

„Ob mit oder ohne Alkohol: Je nach Lust und Lebenslage steht Corona für Ihre Kundinnen und Kunden jederzeit bereit“, sagt Senior Brand Managerin Alena Horch. Um die Schönheit des Lebens zu entdecken, mit allen Sinnen zu erleben und gemeinsam ein erfrischendes Bier wie eben Corona zu genießen. Mit dem leichten Lagerbier mit seinem fruchtigen und dezent süßen Aroma können Konsument:innen aus festgefahrenen Routinen ausbrechen und einfach die kleinen und großen Momente des Lebens feiern.

AUF DER DURCHREISE

ZWISCHENDURCH



IM NEUEN FORMAT



MIT DEM RICHTIGEN FORMAT UND PREIS ZUM ERFOLG!

| Artikel | Art.-Nr. | Barcode | Hersteller-UVP |
|---------------------------|----------|---------|----------------|
| BiFi Ranger 20x60g | 638661 | | 2,00€ |
| BiFi Currywurst 20x60g | 638541 | | 2,00€ |



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/sortiment/newcomer-produktneuheiten Haben Sie außerdem Fragen zum NEWCOMER-Programm? Dann wenden Sie sich an Ihre:n gewohnte:n Lekkerland Ansprechpartner:in.

NEWCOMER

NEUES FÜR IHRE REGALE

Ob zum Trinken oder Snacken:
Über diese und weitere NEUHEITEN
freuen sich Ihre Kund:innen.



RAW BITE
Bio-Frucht-Nuss-Riegel

100 Prozent bio, vegan und glutenfrei und ohne zugesetzten Zucker:

Die RAW BITE Frucht-Nuss-Riegel sind ideal für unterwegs oder als Snack zwischendurch – und perfekt für alle, die einen bewussten und aktiven Lebensstil pflegen.

1 Raw Bite Cacao glutenfrei Bio, 12 x 50 g Rg. (Art.-Nr. 638560) • 2 Raw Bite Cashew glutenfrei Bio, 12 x 50 g Rg. (Art.-Nr. 638561) • 3 Raw Bite Peanut glutenfrei Bio, 12 x 50 g Rg. (Art.-Nr. 638559)

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

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



KORNFETTI
Himbeer-Limetten-Likör

Die Welt ein bisschen bunter und leckerer machen – das wollen Nico Kremer und Julian Wurtz, die Macher von Kornfetti. Ihr Himbeer-Limetten-Likör „Himmi“ wird auf Basis von Kornfetti-Korn aus 100 Prozent natürlichen Zutaten hergestellt. Nach dem Motto: „Keine Farbstoffe, keine Geschmacksverstärker, kein Schickimicki!“

4 Kornfetti „Himmi“ 15% vol. Himbeer-Limette-Likör, 16 x 0,02 l Fl. (Art.-Nr. 638495) • 5 Kornfetti „Himmi“ 15% vol. Himbeer-Limette-Likör, 6 x 0,7 l Fl. (Art.-Nr. 638647)



6

BUBBLE KIXX

Ready to drink Bubble Tea

Bubble Tea, der auf Basis von grünem oder schwarzem Tee hergestellt wird und mit Bubbles oder „Boba-Perlen“ in verschiedensten Geschmacksrichtungen daherkommt, ist ein in Deutschland vor allem bei Jugendlichen und jüngeren Erwachsenen beliebtes Trendgetränk. Die veganen Bubble Teas von Bubble Kixx enthalten mindestens 30 Prozent weniger Zucker als handelsübliche Produkte. Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal ist, dass das Getränk inklusive Bubbles in Europa produziert wird und nicht in Asien. Weil Bubble Kixx zudem auch ungekühlt ready to drink ist, ist er im Convenience-Bereich besonders impulsstark im Kassensbereich.

DPG Bubble Kixx Tea
3-fach sortiert, 12 x 400 ml Be.
(Art.-Nr. 641600)

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 Shopbetreiber:in besonders praktisch: Die Banana Breads sind sowohl gekühlt als auch ungekühlt mehrere Wochen haltbar.

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



7

cleVer
Kauf

URLAUB IM TRINKPÄCKCHEN!

SÜDSEEFEEELING TO GO –
PERFEKT FÜR DEN URLAUB AUF BALKONIEN!



ARTIKEL
INFO ▼

| Art.-Nr. | Barcode | Artikelbezeichnung | Inhalt/Packart |
|----------|---|---|----------------|
| 632862 |  | QuickVit Durstlöscher Maracuja-Vanille NEU | 12/0,5 L Pg. |

 **Lekkerland**
the convenience company

FLEISCHWARENFABRIK DIETER HEIN

GUTES AUS DEM TEUTOBURGER WALD

Aufschnitt, Buletten, Schnitzel – von der Fleischwarenfabrik Dieter Hein kommen SNACK-KLASSIKER EBENSO WIE INTERNATIONALE SPEZIALITÄTEN. Das inhabergeführte Unternehmen produziert dabei vieles regional.



MODERN
In der Hein-Zentrale
im niedersächsischen
Hasbergen werden
täglich 50 Tonnen feinste
Fleischprodukte hergestellt.

Alleits beliebt, praktisch zu verzehren und immer lecker – das Schnitzelbrötchen ist ein absoluter Klassiker der unterwegsversorgung. Für die Kund:innen von Lekkerland sind die Chancen groß, dass das Schnitzel, das sie zwischen Brötchenhälften legen, aus dem niedersächsischen Städtchen Hasbergen stammt. Denn hier, direkt vor den Toren Osnabrücks, sitzt die Fleischwarenfabrik Dieter Hein. Sie liefert von Aufschnitt bis zu Vorgebratenem ein breites Spektrum an Produkten – darunter auch die beliebten Schnitzelbrötchen, die schließlich in Frischetheken landauf, landab auf hungrige Kundschaft warten.

Fleischspezialitäten von Hein sind eine feste Größe im Lekkerland Katalog. Gemeinsam entwickeln die beiden Unternehmen regelmäßig neue herzhafteste Fleischsnacks für Shops, Kioske, Tankstellen & Co. „Uns verbindet eine langjährige, enge Partnerschaft“, sagt Michael Goeke vom Hein-Vertriebsteam und Key Account Manager für Lekkerland.

„Das Beste vom Besten“

„Das Beste vom Besten“, so lautet der Slogan von Hein. Und das zu Recht. „Wir sind einer der wenigen Vollsortimenter in Europa, der in eigener Herstellung Wurstwaren-Artikel für alle Bereiche produziert und vertreibt“, erklärt Michael Goeke.

Im Lekkerland Sortiment finden sich moderne Convenience-Delikatessen aus Hackfleisch, Schweinefleisch oder Geflügel, die kalt oder warm verzehrt werden können. Dazu gehören Snack-Klassiker wie Bockwurst oder gebratene Frikadellen, aber auch Spezialitäten wie das Rip-Hacksteak „American Style“.

Auch unterschiedliche Arten von Aufschnitt, Salami und Schinken für den Bistrobereich liefert Hein, etwa geräucherten Frühstücksschinken oder gebackenen Kochschinken. Um

GUT KALKULIERT
Für eine verlässliche Kalkulation garantiert Hein bei Aufschnitt ein gleichmäßiges Gewicht und die immer gleiche Anzahl an Scheiben.

- 1 Hein Spianata Salami, geschnitten, 1 x 300 g Pg. (Art.-Nr. 021243) •
- 2 Hein geräucherter Frühstücksschinken, geschnitten, 1 x 500 g Pg. (Art.-Nr. 163817) •
- 3 Hein Original italienische Salami Milano, geschnitten, 1 x 288 g Pg. (Art.-Nr. 631145) •
- 4 Hein gebackener Hinterschinken, geschnitten, 1 x 300 g Pg. (Art.-Nr. 698357)



„Hein und Lekkerland verbindet eine langjährige, enge Partnerschaft.“

MICHAEL GOEKE
Mitglied des Vertriebsteams
Fleischwarenfabrik Dieter Hein

NATIONAL UND INTERNATIONAL
Hein liefert moderne Convenience-Delikatessen, die kalt oder warm verzehrt werden können.

- 5 Hein American Rip-Hacksteak, 1 x 1200 g Pg. (Art.-Nr. 120272) •
- 6 Hein Ofengebackene Geflügelfrikadelle, 1 x 1400 g Pg. (Art.-Nr. 120816) •
- 7 Hein Ofengebackene Frikadelle, 1 x 1000 g Pg. (Art.-Nr. 631394) •
- 8 Hein Gebratenes Schweineschnitzel, 1 x 1000 g Pg. (Art.-Nr. 120823)



die Kalkulation von Shops zu erleichtern, garantiert Hein bei seinen Produkten ein gleichmäßiges Scheibengewicht und die immer gleiche Scheibenanzahl im Frischepack.

Kurze Wege

Die Fleischwarenfabrik Dieter Hein wurde ursprünglich in den 1930er-Jahren im sächsischen Görlitz gegründet. Seit rund 60 Jahren produziert das nach wie vor inhabergeführte Familienunternehmen vor allem in Hasbergen, direkt am Teutoburger Wald. Rund 300 Mitarbeitende stellen hier täglich 50 Tonnen feinste Fleischspezialitäten her. Die Region ist landwirtschaftlich geprägt, viele Erzeuger sitzen in direkter Nachbarschaft. Hein arbeitet daher regional, mit kurzen Wegen.

Es gibt allerdings einige bemerkenswerte Ausnahmen im Sortiment. So werden die italienischen Salmis „Milano“ und „Spianata Romana“ von einem italienischen Partnerunternehmen hergestellt. Es liefert lange Wurst-Rohlinge, die Hein lediglich aufschneidet. Damit hat die Shopkundschaft die Wahl zwischen deutschen Snack-Klassikern wie dem Schweineschnitzel und echt italienischen Spezialitäten im Brötchen.



5



6



7



8



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



CLEVER VERMARKTET

Unsere beliebten Eigenmarken ergänzen Ihr Sortiment perfekt. Wir unterstützen Sie dabei, die Produkte bei Ihren Kundinnen und Kunden sichtbar zu machen.

Alkoholfreie Getränke, Bier, Wein und Spirituosen, Back- und Süßwaren sowie frische Snacks: Lekkerland bietet Ihnen mit 33 Eigenmarken mit mehr als 350 Artikeln in unterschiedlichen Kategorien ein umfassendes Eigenmarkensortiment an. Bei Endverbraucher:innen sind die Produkte sehr beliebt, denn sie sind günstiger als vergleichbare Markenartikel – dabei aber von hoher Qualität.

Damit Sie vom Angebot der Umsatz-Booster bestmöglich profitieren können, unterstützen wir Sie durch verschiedene Maßnahmen dabei, die Eigenmarken bei Ihren Kund:innen sichtbar zu machen. Zu den Vermarktungsaktivitäten zählen beispielsweise aufmerksamkeitsstarke POS-Materialien, die Ihnen die Möglichkeit geben, Eigenmarken in Ihrem Shop gut sichtbar zu positionieren.

GUTE ANGEBOTE
Die „clever Kauf“-Werbemittel sorgen für Aufmerksamkeit am POS.



Clever sparen leicht gemacht!

Mit der Einführung von „clever Kauf“ hat Lekkerland seinen Eigenmarken zudem einen neuen, übergeordneten Auftritt gegeben. Seither sollten die Lekkerland Eigenmarken unter dem blau-weiß-roten „clever Kauf“-Logo angeboten werden, um Kunden die Orientierung im Shop zu erleichtern. Mit den speziellen „clever Kauf“-Preisschildern und -schiene, Aktionskauf-Wobblern und Gondeltaschen können Ihre Kund:innen die Produkte auf Anheb als attraktive Preisalternativen identifizieren. Sie sehen sofort, wo sie clever sparen können und werden so gezielt zum Zugreifen animiert.

 Sie möchten die „clever Kauf“-Werbemittel bestellen? Dann wenden Sie sich an Ihre:n bekannte:n Lekkerland Ansprechpartner:in.

cleVer Kauf

FÜNF GUTE GRÜNDE:

Darum sollten Sie Ihren Kundinnen und Kunden Eigenmarken anbieten!

- ✓ **SIE BIETEN ATTRAKTIVE PREISE**
Unsere hochwertigen, aber günstigen Eigenmarken überzeugen preissensible Kundinnen und Kunden.
- ✓ **SIE VERBESSERN IHR PREISIMAGE**
Ihr Shop wird nicht mehr als „teuer“ empfunden.
- ✓ **SIE RUNDEN IHR SORTIMENT AB**
Eigenmarken vervollständigen Ihr Sortiment im mittleren und unteren Preissegment.
- ✓ **SIE PROFITIEREN VON HOHEN MARGEN**
Dank attraktiver Handelsspannen generieren Sie gute Erträge.
- ✓ **SIE DIFFERENZIEREN SICH VOM WETTBEWERB**
Unsere Eigenmarken sind exklusiv für Lekkerland Kundinnen und Kunden erhältlich.



Airwaves



DER MENTHOL-KICK FÜR FRISCHE MOMENTE.



12/50er Dose
LL Art.-Nr. 622225



12/50er Dose
LL Art.-Nr. 613153



12/50er Dose
LL Art.-Nr. 613152



30/12er Packung
LL Art.-Nr. 085658



30/12er Packung
LL Art.-Nr. 085778



30/12er Packung
LL Art.-Nr. 085603



30/12er Packung
LL Art.-Nr. 623184



30/12er Packung
LL Art.-Nr. 085247

MARS WRIGLEY

UNSERE HERBSTMESSEN DIE FOOD- SERVICE-WELT VOR ORT ERLEBEN

Im Foodservice-Bereich bei den Lekkerland Messen im Herbst können Standbesucher:innen DAS GESAMTE FOODSERVICE-ANGEBOT ENTDECKEN UND PROBIEREN. Hier lassen sich Foodservice-Konzepte erleben und in Trendwelten mit angeschlossenem Sitzbereich genießen.

Gönn dir, was gut ist.“ Mit diesem Slogan sind Messebesucher:innen eingeladen, bei den Lekkerland Messen im Herbst die attraktiven Konzepte und Sortimentswelten aus dem Bereich Foodservice sowie Kaffee und Frische Convenience zu erleben und genießen. Der einladende Slogan gehört zum komplett neuen Markenauftritt des 360-Grad-Foodservice-Konzepts Fresh + Tasty, das Besucher:innen am Messestand kennenlernen können. Mit frisch zubereitetem Kaffee von einem Barista sowie einer neuen Pick-up-Kaffeemaschine lassen sich außerdem attraktive Kaffee-konzepte ausprobieren. Auch Frischeartikel wie Bowls oder Sandwiches aus der SB-Kühlung zeigen, wie attraktiv frische To-go-Produkte im Shop sind. Daneben demonstriert Lekkerland an seinem Messestand auch die digitalen Lernangebote seiner Convenience Foodservice Akademie.

Produkte im Fokus

Auf den Messen stehen vor allem das Erleben der Produkte, Rezepturen und Lösungen im Fokus. Gemeinsam mit zwölf Top-Lieferanten

präsentiert Lekkerland dafür Trendartikel in verschiedenen Produktwelten – wie zum Beispiel Hot Snacking oder Mediterrane Snacks. Dabei können Messebesucher:innen in einem gemütlichen Sitzbereich verweilen und viele dieser Produkte direkt vor Ort probieren. „Wir zeigen, wie Lekkerland mit seinen starken Partnern dafür sorgt, dass Shops vom wachsenden Geschäft mit Foodservice profitieren“, sagt Svenja Gubisch, die als Projekt- und Marketing-Managerin bei Lekkerland im Bereich Foodservice für die Messeplanung zuständig ist.



PROBIEREN SIE!

Der neue Markenauftritt von Fresh + Tasty lässt sich am Messestand erleben (oben). Eine SB-Kühlung demonstriert, wie attraktiv Frische-to-go-Artikel sein können – und auch die innovative Cross-Selling-Lösung für das SB-Kaffee-Angebot kann direkt ausprobiert werden (unten).



„Mit seinen starken Partnern sorgt Lekkerland dafür, dass Shops vom wachsenden Geschäft mit Foodservice profitieren.“

SVENJA GUBISCH
Projekt- und Marketing-
Managerin Foodservice,
Lekkerland SE

Das erwartet Sie bei den Messen:

- ✓ Neuer Markenauftritt von Fresh + Tasty
- ✓ Attraktive Kaffee-konzepte und SB-Lösungen
- ✓ Platzierungslösungen für frische To-go-Artikel
- ✓ Produktwelten mit Topsellern unserer Partner
- ✓ Probieren und erleben vor Ort

Lekkerland Messen

Convenience – clever gedacht.



**NICHT
VERPASSEN!
VORBEIKOMMEN
UND RICHTIG
PROFITIEREN!**

Im Herbst erleben Sie auf unseren **drei Live-Messen** spannende Präsentationen und Diskussionen zu den aktuellen Entwicklungen im Bereich unserer Shop-Konzepte.

Entdecken Sie **innovative Lösungen im Foodservice-Segment**. Lassen Sie sich von neuen Kaffeevariationen und Hot Convenience Snacks begeistern und seien Sie gespannt auf **weitere Produktneuheiten**, die wir für Sie auf der Messe bereit halten.

Die Lekkerland Messen bieten Ihnen eine einzigartige Gelegenheit sich **mit unseren Experten auszutauschen** und in entspannter Atmosphäre **Ihre Messebestellung im direkten Kontakt** mit den Industriepartnern zu tätigen.

Besuchen Sie uns, um neue Ideen für Ihren Shop zu entdecken und erleben Sie **Convenience – clever gedacht.**



Lekkerland Messen Termine 2024

Herbst:

DORTMUND

27. & 28. September

ULM

11. & 12. Oktober

HANNOVER

25. & 26. Oktober

QR-Code
scannen!



Machen Sie sich ein Bild!
Unser neuer Messe-Film
ist jetzt online für Sie verfügbar!



Das e-va-Terminal Top/X inklusive Top/AD:

- ✓ Benutzerfreundlich – dank Touch-Interface für intuitive und schnelle Bedienung.
- ✓ Sicher – durch direkte Kassenanbindung und Betrugsschulung für Mitarbeitende.
- ✓ Zukunftsfähig – über regelmäßige Produkt-Updates und stetige Weiterentwicklung der Serviceangebote



HOCHMODERN
Mit den electronic-value-Terminals können Shops einfach und sicher das landesweit umfangreichste Prepaid-Sortiment anbieten.

E-VA-TERMINALS

HERZSTÜCK DES PREPAID-ANGEBOTS

Die ELECTRONIC-VALUE-TERMINALS VON LEKKERLAND sorgen dafür, dass Shops komfortabel Prepaid-Produkte anbieten können. Die smarte Lösung lässt sich nun auch direkt an die Kassensysteme von HUTH anbinden.

Ein mattschwarzes Gerät mit Touchscreen wartet an der Shopkasse auf Kundschaft. Auf Kassenseite können Mitarbeitende des Shops ein Gegenstück mit großem Sieben-Zoll-Multitouch-Display bedienen. Die beiden hochmodernen Geräte sind das electronic-value-Terminal Top/X für Shopbetreiber:innen inklusive Top/AD für Kund:innen.

Die Lösung, die Lekkerland gemeinsam mit dem deutschen Hersteller epay entwickelt hat, bildet das Herzstück des e-va-Angebots von Lekkerland: Mit ihr können Shops einfach und sicher das landesweit umfangreichste Prepaid-Sortiment anbieten, indem sie Gutscheine- oder Geschenkkarten ausgeben und aktivieren. Ein in das Terminal integrierter Drucker

druckt dafür Voucher mit einem Zahlencode, über den Konsument:innen ganz einfach ihr Guthaben abrufen können.

Darüber hinaus lassen sich mit dem integrierten Service IDnow ShopIdent Kund:innen identifizieren und überprüfen, etwa beim Kauf von Prepaid-SIM-Karten oder beim Eröffnen eines Bankkontos. Die aktuelle Version von Top/X und Top/AD kommt mit einer Reihe von zusätzlichen Funktionen. So können Shopbetreiber:innen auf der Kundenbedieneinheit nun auch Werbung ausspielen.

Anbindung an HUTH-Kassen

Seit Neuestem lässt sich das Top/X-Terminal außerdem direkt an Kassensysteme des Herstellers HUTH anbinden. Das ist nicht nur

komfortabel, sondern verhindert auch mögliche Manipulationen, weil alle aktivierten Karten direkt in der Kasse verbucht werden.

Aktuell wird die Anbindung an die Kassensysteme von HUTH bei den entsprechenden Shops ausgerollt. Das Interesse bei den Shopbetreiber:innen sei groß, berichtet Wolfgang Wädt, Head of Sales e-va bei Lekkerland: „Wir werden nach und nach weitere Kassensysteme anbinden.“



Bei Fragen zu den Hardware-Terminals wenden Sie sich an den e-va-Kundenservice – per Telefon: 02234-18 21 420 oder per E-Mail: customerservice@e-va.com. Für allgemeine Fragen zum e-va-Sortiment wenden Sie sich an Ihre:n gewohnte:n Ansprechpartner:in.

BIER AUS DER DOSE

BÜX STATT BUDDEL

Regional ist in! Das gilt auch für Bierspezialitäten. Die in Ihrer Region beliebten Produkte hat Lekkerland in dem für Sie zuständigen Logistikzentrum daher stets vorrätig. Natürlich auch in DOSENGEBINDEN – denn die sind im Unterwegskonsum besonders beliebt.

Hätten Sie's gewusst? Deutschland lässt sich nicht nur in Bundesländer oder geografische Regionen einteilen, sondern auch in sogenannte Bier-Cluster. In jedem dieser Cluster werden von Konsument:innen ganz bestimmte Biersorten favorisiert. Während man in Berlin beispielsweise gern Berliner Pilsner trinkt und in Leipzig Ur-Krostitzer, greifen Kund:innen in Shops im Süden des Landes zu ganz anderen regionalen Bierspezialitäten. In Freiburg etwa ist Fürstenberg Hell ein Verkaufsschlager, in Stuttgart wiederum Stuttgarter Hofbräu Pilsener. Damit Sie als Shopbetreiber:in genau die Bierspezialitäten anbieten können, die Ihre Kund:innen sich wünschen, haben wir die jeweils regional stark nachgefragten Produkte daher in den für Ihre Belieferung zuständigen Lekkerland Logistikzentren stets vorrätig.

Local Heroes aus der Dose

Viele der Local Heroes werden auch in Dosen angeboten. Denn Dosenbiere liegen im Trend, insbesondere im Unterwegskonsum. Sie sind leicht und darum vergleichsweise einfach zu transportieren. Im Gegensatz zu Glasflaschen sind sie etwa bei Musikfestivals oder im Freibad nicht verboten. Aufgrund steigender Absatzzahlen bieten auch deshalb immer mehr regionale und nationale Brauereien ihre Bierspezialitäten in aufmerksamkeitsstark gestalteten Dosen an.



ALLES GESCHMACKSACHE!

Von Nord nach Süd sind die Geschmäcker in puncto Bier recht unterschiedlich. Bei Lekkerland finden Sie die in Ihrer Region angesagten Sorten.

- 1 DPG Holsten Pilsener, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 608339) •
- 2 DPG Berliner Pilsner, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 227263) •
- 3 DPG Gilde Pilsener, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 211954) •
- 4 DPG Stauder Pils, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 633680) • 5 DPG Reissdorf Kölsch, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 223136) • 6 DPG Ur-Krostitzer, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 222035) • 7 DPG Binding Römer Pils, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 215865) • 8 DPG Eichbaum Ureich Pils, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 227509) • 9 DPG Kulmbacher Pils, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 253070) •
- 10 DPG Stuttgarter Hofbräu Pilsener, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 209289) •
- 11 DPG Löwenbräu Original, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 218719) •
- 12 DPG Fürstenberg Hell, 24 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 631665)



HEAT-NOT-BURN TABAKERHITZER SIND GEFRAGT

Heat-not-burn gewinnt im Tabakgeschäft weiter an Bedeutung. Mit PLOOM kommt jetzt nach IQOS und glo die dritte Marke in die Shops.



Heat-not-burn-Geräte erhitzen Tabak, anstatt ihn zu verbrennen, und sollen so eine weniger schädliche Alternative zur herkömmlichen Zigarette darstellen. Immer mehr Menschen wechseln deshalb von der Zigarette zum Tabakerhitzer.

IQOS, glo & Ploom

Marktführer in diesem Bereich ist Philip Morris mit IQOS. Hier kam 2023 mit „IQOS Iluma“ und „IQOS Iluma One“ sowie den passenden Terea-Tabaksticks die nächste Generation auf den Markt. Infolgedessen stieg das Absatz-

GEFRAGT
Tabakerhitzer wie die von IQOS, glo und Ploom erfreuen sich zunehmender Beliebtheit.

- 1 IQOS Iluma One KIT Pebble Grey, 1 St. (Art.-Nr. 634923)
- 2 IQOS Iluma KIT Moss Green, 1. St. (Art.-Nr. 642248)
- 3 glo Hyper Pro Device Kit Lapis Blue, 1 St. (Art.-Nr. 642965)
- 4 glo Hyper X2 Air Device Kit Moonless Black, 1 St. (Art.-Nr. 628765)
- 5 Ploom X Advanced Device Slate Grey, 1 St. (Art.-Nr. 643582)
- 6 IQOS Terea Sienna Tobacco Sticks, 10 x 20er St. (Stab. Art.-Nr. 2554/ Art.-Nr. 643582)
- 7 IQOS Terea Turquoise Tobacco Sticks, 10 x 20er St. (Stab. Art.-Nr. 2544/ Art.-Nr. 629195)
- 8 IQOS Terea Russet Tobacco Sticks, 10 x 20er St. (Stab. Art.-Nr. 2559/ Art.-Nr. 629200)



AROMATISCH

Die neo-Tabaksticks wurden speziell für den glo-Tabakerhitzer entwickelt.

- 9 neo Green, 10 x 20er St. (Stab. Art.-Nr. 2611/ Art.-Nr. 630552) • 10 neo Classic Tobacco, 10 x 20er St. (Stab. Art.-Nr. 8592/Art.-Nr. 642803) • 11 neo Gold Tobacco, 10 x 20er St. (Stab. Art.-Nr. 0356/Art.-Nr. 642798)



NEWCOMER

Der Tabakerhitzer Ploom X Advanced und die dazugehörigen Evo-Tabasticks bieten authentischen Tabakgeschmack.

- 12 EVO Tobacco Sticks Gold, 10 x 20er St. (Stab. Art.-Nr. 7610/Art.-Nr. 643586) • 13 EVO Tobacco Sticks Tan, 10 x 20er St. (Stab. Art.-Nr. 7612/Art.-Nr. 643587) • 14 EVO Tobacco Sticks Teal, 10 x 20er St. (Stab. Art.-Nr. 7621/Art.-Nr. 643590)

volumen bei den Tabaksticks laut Philip Morris zum Vorjahr um 30 Prozent. Auch bei Lekkerland entfallen inzwischen 75 Prozent des IQOS-Absatzes auf Terea und nur noch 25 Prozent auf Heets.

glo, der Tabakerhitzer von British American Tobacco, schaffte es nach dem Verbot von Zusatzaromen in Tabaksticks die bis dato beliebten neo-Tabakstick-Sorten erfolgreich durch die veo-Sticks zu ersetzen - diese enthalten Roobos statt Tabak und Aromakapsel im Filter.

Zu den beliebtesten Sorten zählen „veo Scarlet Click“ und „veo Arctic Click“.

Mit Ploom X Advanced von Japan Tobacco International kommt nun ein neuer Wettbewerber hinzu. Der Tabakerhitzer und die dazugehörigen Evo-Tabaksticks haben das Potenzial, sich schnell am Markt zu etablieren.



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

MIX DIR LECKERE Sommerdrinks



TANQUERAY
LONDON DRY GIN
43,1% VOL.

L-Artikelnr.:
621346





SMIRNOFF
NO. 21
37,5% VOL.

L-Artikelnr.:
648939





JOHNNIE WALKER
RED LABEL
40% VOL.

L-Artikelnr.:
307302





CAPTAIN MORGAN
SPICED GOLD
35% VOL.

L-Artikelnr.:
395620





GORDON'S
LONDON DRY GIN
37,5% VOL.

L-Artikelnr.:
458639





BAILEYS
ORIGINAL IRISH
CREAM
17% VOL.

L-Artikelnr.:
293709



JETZT BESTELLEN!

DIAGEO

BITTE TRINKEN SIE VERANTWORTUNGSVOLL. | DRINKIQ.com

INFLUENCER-PRODUKTE

RIESENACHFRAGE DANK PROMI-HYPE

Energydrinks vom YouTuber oder Vitaminwasser von Streamern -
JÜNGERE KONSUMENT:INNEN LIEBEN INFLUENCER-PRODUKTE.
Mit der richtigen Auswahl im Sortiment winken große Umsatzchancen.



1. Um welchen Trend geht es?

Egal ob Vitaminwasser von Twitch-Streamern oder Schokolade eines TV-Promis: Immer mehr Produkte von Influencer:innen sind bei Konsument:innen gefragt - und spielen dementsprechend auch im Unterwegskonsum eine wachsende Rolle. Die Werbegesichter für Produkte wie Energydrinks, Kaugummis, TK-Pizzen oder Tabakware sind meist aus den sozialen Medien, von Online-Plattformen, als Musiker:innen oder aus dem Fernsehen bekannt. Über ihre Medienkanäle und Streams haben diese Promis meist eine starke eigene Fanbasis, die teils Hunderttausende Kontakte umfasst. Manchmal sind es sogar Millionen Follower:innen. „So entsteht teilweise ein regelrechter Hype um beworbene Produkte, was kurzfristig zu einer enormen Nachfrage führen kann“, sagt Alina Demke, die bei Lekkerland als Category Managerin Food & Beverage Innovation das Newcomer-Programm verantwortet und daher immer auf der Suche nach innovativen Produkten ist.



ERFRISCHEND
Das Vitaminwasser Vitavate in den erfrischenden Geschmacksrichtungen Pfirsich, Himbeere, Zitrone und Wassermelone haben drei Twitch-Streamer und Profifußballer entwickelt.

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

Wenn Influencer:innen für ein Produkt werben oder es gar selber auf den Markt bringen, dann erreichen sie ihre Zielgruppe damit unmittelbar und direkt. Neue Energydrinks oder Snacks, die unter dem Namen von Promis verkauft werden, werden dabei vor allem von Jüngeren, der sogenannten Generation Z, nachgefragt. Und die Kaufkraft dieser Altersgruppe sollten Tankstellen, Kioske und Co. nicht unterschätzen. Vor allem in urbanen Gegenden oder in der Nähe von Schulen tun Shops daher gut daran, auch Influencer-Produkte in ihr Sortiment aufzunehmen. Allerdings sollten sich Shopbetreiber:innen auch bewusst machen, dass einige Trends schnell wieder abflachen und nicht jede Influencer-Marke gekommen ist, um dauerhaft am Markt zu bleiben. „Hier ist vor allem Offenheit für solche Marken gefragt – und die Bereitschaft, schnell auf neue Produkte zu reagieren“, sagt Lekkerland Expertin Alina Demke.



„Shops können sich darauf verlassen, dass wir ein gutes Gespür für Trends haben.“

ALINA DEMKE
Category Managerin
Food & Beverage Innovation
Lekkerland SE

GAMER-GETRÄNK
Göngry von dem YouTuber und Twitch-Livestreamer MontanaBlack ist vor allem in der Gaming-Community beliebt.



ÜBERARBEITET

„Gazoz“ bedeutet „Brause“ – ursprünglich ein traditionelles Getränk aus der Türkei, das Rapper Mero überarbeitet hat.

kaufen, Prepaid-Artikel beispielsweise. Das bedeutet zusammengekommen eine riesige Umsatzchance, die sich Shops nicht entgehen lassen sollten.

4. Welche passenden Trendprodukte hat Lekkerland im Sortiment?

Lekkerland bietet eine Vielzahl an ausgewählten Trendprodukten an. Dafür behalten Expert:innen Social Media genau im Blick – und identifizieren Influencer-Produkte, hinter denen eine starke Community steht und die qualitativ herausragen. Sie werden dann unter anderem in das Newcomer-Programm aufgenommen (siehe Seite 40). Dazu gehört beispielsweise der kalorienfreie Energydrink Göngry von dem Influencer MontanaBlack. Sehr beliebt bei jungen Konsument:innen sind aktuell die Prime-Energydrinks, die von den YouTubern Logan Paul und KSI entwickelt wurden. Oder auch das Vitaminwasser Vitavate von den Twitch-Streamern EliasN97 und SidneyEwaka zusammen mit dem Profifußballer Niklas-Wilson Sommer. Im Angebot sind aber auch Snacks wie etwa Jokolade, die faire Schokolade des TV-Moderators Joko Winterscheidt. „Shops können sich darauf verlassen, dass wir auch weiterhin ein gutes Gespür für Trends haben“, sagt Lekkerland Expertin Alina Demke.

3. Welche Chancen bringt der Trend mit sich?

Teenager und Twens sind markenaffin: Finden sie das gewünschte Produkt ihres Lieblings-Influencers nicht in einem Shop, dann kaufen sie nur selten ein Ersatzprodukt. Lieber schauen sie noch einmal in einem anderen Shop vorbei – und kommen dann vielleicht nicht noch einmal. Doch mit der richtigen Auswahl an jeweils aktuellen Influencer-Produkten im Sortiment können Shops neue, jüngere Zielgruppen anziehen und binden oder die bestehende Kundschaft kontinuierlich mit neuen innovativen Produkten erfreuen. Sie steigern ihre Attraktivität, profilieren sich und heben sich von der Konkurrenz ab. Und wenn Kund:innen einmal die neuesten Produkte ihrer liebsten Influencer:innen im Shop gefunden haben, werden sie regelmäßig wiederkommen und dabei im Idealfall auch noch andere Produkte



Mein Partner

SCHÖN BUNT!

Ob Mini-Zauberwürfel, Glitzer-Gelstifte oder Powerschnur - mit den knallig bunten Spielkameraden kommt unterwegs garantiert keine Langeweile auf!

- 1 Zauberwürfel Mini Display, 36 St. (Art.-Nr. 633496) •
- 2 Gelstifte Glitzer Display, 12 St. (Art.-Nr. 633493) •
- 3 Xtreme Sport Powerschnur Display, 12 St. (Art.-Nr. 633489)



SQUEEZE & RELAX!
An den Monster Alarm Quetsch-Monstern und den Antistressbällen im Space-Look kann man sich zwischendurch mal so richtig abregieren ...

- 6 Space Antistressball Display, 12 St. (Art.-Nr. 636622) •
- 7 Quetsch-Monster Display, 20 St. (Art.-Nr. 633494)

GESCHENKARTIKEL

SPIEL UND SPASS UNTERWEGS

Mit den hochwertigen und trendigen Geschenkartikeln von TRENDHAUS begeistern Sie vor allem Ihre kleinsten Kund:innen.



Die Fahrt ist lang, die Langeweile groß - höchste Zeit für ein bisschen Abwechslung. Mit den im amv-Sortiment erhältlichen hochwertigen Geschenkartikeln von Trendhaus können Sie Ihren Kund:innen genau das bieten. Die originellen Spielwaren sind bunt und attraktiv gestaltet und eignen sich perfekt als kleines Geschenk oder Mitbringsel für Kinder. Immer am Puls der Zeit, bietet der Hersteller ein stetig wachsendes Sortiment an unverwechselbaren Produkten, die spielend glücklich machen und Neugier wecken. Aufmerksamkeitsstarke Displays sorgen für regen Absatz der großartigen Kleinigkeiten.

ECHT COOL!
Die supercoolen High Bouncing-Bälle und die lustigen Wuselwirmchen-Squeeze-Würmer in Neonfarben begeistern Jung und Alt.

- 4 Mini Bouncing Bälle Display, 24 St. (Art.-Nr. 633488) •
- 5 Squeeze-Wurm Display, 20 St. (Art.-Nr. 633495)



Tipps für den Verkauf von Geschenkartikeln an Tankstellen & Co. gibt es in unserem Online-Magazin auf Lekkerland.de/magazin/non-food/geschenkartikel-verkaufen. Mit dem nebenstehenden QR-Code gelangen Sie direkt zum Artikel.



DIE KULTMARKEN ENDLICH HIER

**OHNE
GENTECHNIK**
**100% EU
VERKEHRSFÄHIG**



NEU

Ohne Zucker
Ohne Aspartam

NEU

Snapple

Calypso

TASTE OF THE ISLANDS

Das Comeback der beliebten Iced Tea- und Premium-Softdrinks ohne Kohlensäure. Ohne künstliche Aromastoffe oder Farbstoffe in 3 leckeren Geschmacksrichtungen.

Der Senkrechtstarter der innovativen Trendgetränke mit Suchtgefahr. Extrem leckere Softdrinks ohne Kohlensäure mit dem einzigartig unnachahmlichen Geschmack.

Snapple Lemonade
Art.-Nr. VE 632778
12x 473 ml

Snapple Peach Tea
Art.-Nr. VE 632776
12x 473 ml

Snapple Mango
Art.-Nr. VE 632777
12x 473 ml

Calypso Ocean Blue
Art.-Nr. VE 632775
12x 473 ml

Calypso Triple Melon
Art.-Nr. VE 632774
12x 473 ml

Calypso Kiwi – NEU
Art.-Nr. VE 638773
12x 473 ml

Calypso Island Wave – NEU
Art.-Nr. VE 638774
12x 473 ml



GLOBAL
BRANDS
DISTRIBUTION

Neugierig geworden? Dann nimm mit uns Kontakt auf: contact@g-b-d.eu • www.g-b-d.eu



Für Ihr
To-Go
Business



Jetzt auch
in der
0,5l-Dose.



Zusatzumsatz
zur 0,33l-Dose



Impulskäufe durch
Platzierung im
Kühlregal



Jetzt bestellen!
Artikel-Nummer 622374
Heineken® 50cl Dose