

# Mein Shop

Nr. 5  
2023

Oktober & November

Lekkerland.de

## ECHT CLEVER!

Mit clever Kauf hat Lekkerland seinen Eigenmarken einen neuen, übergeordneten Auftritt gegeben. Durch ihn können Konsument:innen diese nun auf Anhieb als attraktive Preisalternative identifizieren. Mehr dazu: ab Seite 8

cleVer  
Kauf



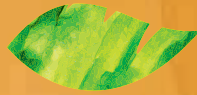
### KLEINE GESCHENKE, GROSSER UMSATZ

Mit den Geschenkartikeln von amv lassen sich rund ums Jahr Top-Umsätze generieren - 50

### SERIE: TREND-RADAR

Was Shopbetreiber:innen über die wachsende Bedeutung von gesundheitsbewusstem Konsum wissen sollten - 52

# FANTASTISCH AUFSCHÄUMBAR



FEED YOUR YOU



ARTIKEL  
INFO ▼

JETZT  
BESTELLEN

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
620545		Alpro Haferdrink Barista	8/1.00 L Pg
620543		Alpro Kokosnussdrink Barista	8/1.00 L Pg
620542		Alpro Mandeldrink Barista	8/1.00 L Pg
620541		Alpro Sojadrink Barista	8/1.00 L Pg

 **Lekkerland**  
the convenience company



Redaktionsschluss 22.09.2023

## 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

REDAKTION  
Elena Rudolph

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

ART-DIREKTION  
Melanie Kollath,  
Eva-Maria Ostendorf

FOTOREDAKTION  
Michelle Jekel,  
Ravenina Prawiradinata

PROJEKTMANAGEMENT  
Benjamin Taudien

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**s gibt viele Gründe, weshalb es sich für Sie lohnt, Ihren Kund:innen unsere Eigenmarken anzubieten. Einer der wichtigsten ist der, dass Sie mit den hochwertigen, aber günstigen Produkten Ihr Preis-Image verbessern können. Damit Ihre Kund:innen die Eigenmarken künftig noch schneller als attraktive Preisalternative identifizieren, haben wir ihnen mit clever Kauf einen neuen, übergeordneten Auftritt gegeben. In der Titelgeschichte ab Seite 8 lesen Sie alles Wissenswerte zu clever Kauf.

### Es wird frisch

Übrigens: Zu den beliebtesten Eigenmarken gehört Go Fresh, unsere Marke für verpackte und verzehrfertige Frischeprodukte. Warum die Nachfrage nach Artikeln wie Wraps, Salaten und Sandwichs kontinuierlich steigt und wie Ihr

Shop davon profitieren kann, das erfahren Sie auf den Seiten 16 und 17.

Mehr Frische bringt in den kommenden Wochen sicher auch das Wetter. Ab Seite 24 haben wir für Sie Energiespartipps zusammengestellt, die Ihnen mit wenig Aufwand helfen, den Energieverbrauch Ihres Shops im Herbst und Winter zu senken.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Herzlichst,  
Ihr

**LUKAS ZIEGLER**  
verantwortet als Director  
Buying & Category  
Management Eigenmarken  
das Eigenmarken-Portfolio  
von Lekkerland.



### Mein Shop - jetzt 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 veröffentlichten wir auch regelmäßig auf unserem Facebook-Kanal.  
[facebook.com/LekkerlandDeutschland](https://facebook.com/LekkerlandDeutschland)



# ZEIT FÜR DEINE PAUSE!

LL-Art.-Nr. 636940

LL-Art.-Nr. 621143

LL-Art.-Nr. 096688

LL-Art.-Nr. 629070

LL-Art.-Nr. 622278

LL-Art.-Nr. 629361

LL-Art.-Nr. 189024

LL-Art.-Nr. 623352

**BLACK & WHITE**

**DER PERFEKTE MIX**

**NEU AB  
SEPTEMBER**



Have a break, have a





## MEIN JOB

- 8 SCHNELL ERKENNBAR**  
Mit clever Kauf hat Lekkerland seinen Eigenmarken einen neuen, übergeordneten Auftritt gegeben
- 12 Unterwegs bestens versorgt**  
Der Convenience-Shop von Wintergerst am Bahnhof Fürstenfeldbruck bietet alles, was das Herz von Pendler:innen begehrt
- 16 Top 5: Frische Convenience**  
Wie Shops von einem gut sortierten Frischesortiment profitieren können
- 18 Winter-Autozubehör**  
Diese Produkte gehören in der kalten Jahreszeit ins Sortiment
- 20 Weihnachtsfeier im Betrieb**  
Tipps für Geschenke, die Eventplanung und Co.
- 22 Topseller**  
Spannende Neuheiten und beliebte Bestseller aus unserem Sortiment
- 24 Energiespartipps**  
So senken Sie den Energieverbrauch Ihres Shops im Herbst und Winter

## MEIN LEBEN

- 30 Die Stimme der Kund:innen**  
Warum es so wichtig ist, das Kundenecho zu hören, zu verstehen - und zu nutzen
- 32 Wach und guter Dinge**  
Tipps aus der Schlaf- und Arbeitsforschung: So gelingt der Start in den Arbeitstag



## MEIN PARTNER

- 36 Einfach und bequem**  
Unsere Mehrweg-Lösung für To-go-Getränke und -Speisen
- 38 SERIE: Erfolgreich mit der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie**  
Teil 2: Richtig aktiv verkaufen
- 40 SERIE: Eigenmarken im Fokus**  
Teil 2: Hochwertige Alternativen zu Markenartikeln
- 41 Neu von Mr. Knabbits**  
Drei leckere Nuss-Mixe 
- 42 Wein-Wissen to go**  
In 10 Schritten zum Weinprofi
- 44 Perfekte Mischung**  
Mit Jack Daniel's & Coca-Cola vereint Brown-Forman zwei Weltmarken in einem
- 46 Werbemittel selbst gestalten**  
Wie Sie mit wenigen Klicks Plakate für Ihren Shop entwerfen können
- 48 e-va ShopIdent**  
Attraktives Extra für jeden Shop
- 50 amv Geschenkartikel-Shop**  
Kleine Geschenke, großer Umsatz!
- 52 SERIE: Trend-Radar**  
Teil 2: Gesundheitsbewusster Konsum
- 54 Tabak**  
Mehrweg-E-Zigaretten



**TAKE  
OFF**



**Sie ist  
wieder da!**

**WE'RE ALL  
CREATURES**

**ARTIKEL  
INFO**

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart	 <b>Lekkerland</b> the convenience company
221218		Take Off Space Cat - Berry Marshmallow	12/0,5 L Ds. DPG	

## ENERGIESPAREN IM HERBST UND WINTER

Allein aus Klimaschutzgründen ist es wichtig, dass wir mit Energie sparsam und verantwortungsvoll umgehen. Aber auch mit Blick ins eigene Portemonnaie macht das Energiesparen Sinn. Ab Seite 24 gibt es sieben Tipps, die Ihnen mit wenig Aufwand helfen, den Energieverbrauch Ihres Shops zu senken.

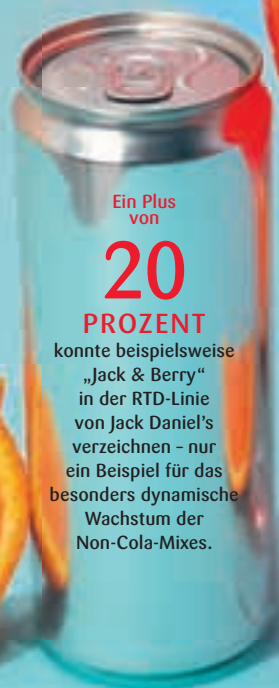


SPIRITUOSEN-MIXES  
AUF HÖHENFLUG

## Ready-to-drinks legen weiter zu

2022 ging der Absatz alkoholischer Getränke im Handel insgesamt zurück – mit Ausnahme einer einzigen Kategorie: Die Ready-to-drinks auf Spirituosenbasis legten weiterhin deutlich zu. Hier kommen einige spannende Zahlen und Fakten zum Thema.\*

Um fast  
**15**  
PROZENT  
legte die Kategorie laut Nielsen-Erhebungen (für LEH, Drogeriemärkte, C&C, Tankstellen und Top-GAMs) gegenüber dem Vorjahr zu.



Ein Plus  
von  
**20**  
PROZENT  
konnte beispielsweise „Jack & Berry“ in der RTD-Linie von Jack Daniel's verzeichnen – nur ein Beispiel für das besonders dynamische Wachstum der Non-Cola-Mixes.

Gleich

**3**

NEUE

NON-COLA-MIXES

wird Bacardi nach dem großen Erfolg von „Bombay Sapphire & Tonic“ 2023 launchen: den „Bombay Pressé Citrus Collins“, eine „Bacardi Piña Colada“ und den „Bacardi Limon & Lemonade“.

Bereits

**4**

RTD-NEUHEITEN

brachte Pernod Ricard Deutschland 2023 auf den Markt: „Absolut Berry Fizz“ und „Absolut Pineapple Fizz“ sowie „Lillet Berry“ und „Lillet Tonic“.









①

**GUTE PREISE**  
Konsument:innen lieben es, von Preisaktionen profitieren zu können.

1 DPG Santa Emilia Wasser ohne Kohlensäure, 24 x 0,5 l Fl. (Art.-Nr. 608120) • 2 DPG Santa Emilia Wasser mit Kohlensäure, 24 x 0,5 l Fl. (Art.-Nr. 608121)

②



„Mit unseren Eigenmarken können Shopbetreiber:innen Ihr Preis-Image verbessern.“

DAVID FROITZHEIM,  
Marketing Manager Eigenmarken,  
Lekkerland SE

**H**ätten Sie's gewusst? Von Lekkerland gibt es insgesamt 33 Eigenmarken mit mehr als 350 Artikeln. Das ist gut für Ihre Kund:innen, denn unsere Eigenmarkenprodukte bieten die gleiche Qualität wie Markenartikel, sind aber deutlich preiswerter. Aber auch Sie selbst profitieren in vielerlei Hinsicht davon, unsere Eigenmarken ins Sortiment zu nehmen (siehe Seite 11).

### Gut fürs Preis-Image

„Einer der wichtigsten Vorteile, den unsere Eigenmarken Shopbetreiber:innen bieten, ist der, dass sie mit ihnen ihr Preis-Image verbessern können“, erklärt David Froitzheim, der sich als Marketing Manager Eigenmarken um die Vermarktung der Lekkerland Eigenmarken kümmert. Ihr Shop wird somit nicht als „teuer“ empfunden. In Zeiten, in denen Konsument:innen an der Tankstelle ganz gezielt nach Preis-



③

④

**GUTES ANGEBOT**  
Auf den Werbemitteln ist klar ersichtlich, wie viel gespart werden kann.

3 FRZ Le Patron, trocken, rosé, 6 x 0,25 l Fl. (Art.-Nr. 618694) • 4 FRZ Le Patron, trocken, rot, 6 x 0,25 l Fl. (Art.-Nr. 618695) • 5 FRZ Le Patron, weiß, trocken, 6 x 0,25 l Fl. (Art.-Nr. 618474)



⑤

**ÜBERSICHTLICH**  
Sind Regale mit den aufmerksamkeitsstarken Werbemitteln von clever Kauf versehen, erkennen Kund:innen auf den ersten Blick, dass sie hier clever sparen können.

# cleVer Kauf

alternativen suchen und Tankstellenshops häufig als teuer eingeschätzt werden, ein wertvolles Plus!

Wichtig zu wissen ist zudem: Eigenmarken sind für viele Konsument:innen eine echte Alternative. Im Rahmen einer aktuellen Studie\* gaben drei Viertel der Befragten an, sie würden auch die Eigenmarke kaufen, wenn das Markenprodukt nicht vorhanden ist. Nur jede:r Fünfte bevorzugt klar das Markenprodukt. Für knapp die Hälfte der Shopper:innen sind Marken- und Eigenmarken dagegen gleichwertig. Bei Eigenmarken greifen Shopper:innen also durchaus gern zu. Umso wichtiger ist es, dass Ihre Kund:innen erkennen, wo sie mit Eigenmarken bei Ihnen clever sparen.

## Neuer, übergeordneter Auftritt

Aus diesem Grund hat Lekkerland seinen Eigenmarken einen neuen, übergeordneten Auftritt gegeben. Ein Auftritt, durch den Konsument:innen die Lekkerland Eigenmarken auf Anhieb als attraktive Preisalternative identifizieren können. Und der eine ganz klare

Botschaft sendet: Hier kann man clever sparen! Ob Santa Emilia Wasser, Le Patron Wein, TAKE OFF Energydrinks oder die beliebten Durstlöscher: Alle Lekkerland Eigenmarken können ab sofort unter dem neuen clever Kauf-Logo angeboten werden und Käufer:innen so gezielt zum Zugreifen animieren.

## Ansprechendes Design, hohe Wiedererkennbarkeit

Da das rot-blau-weiße clever Kauf-Design einen hohen Wiedererkennungswert hat, ermöglicht es Shopbetreiber:innen wie Kund:innen eine schnelle Navigation innerhalb der Eigenmarken-Welt von Lekkerland.

„Damit Shopbetreiber:innen gezielt auf die preisgünstigen Alternativen hinweisen können, stellt Lekkerland Kundinnen und Kunden zudem eine Vielzahl von clever Kauf-Werbemitteln zur Verfügung“, sagt David Froitzheim. Die clever Kauf-Preisschilder- und -schienen, Aktionskauf-Wobbler und Gondeltaschen machen Ihren Kundinnen und Kunden schon beim ersten Blick ins Regal klar, bei welchen Produkten

Quelle: \* Lekkerland Preisstudie „Eigenmarken an Tankstellen“, 2023; Fotos: Lekkerland, Shutterstock

### BREITES EIGENMARKEN-SORTIMENT

## Unterschiedliche Eigenmarken für unterschiedliche Zwecke

Preisgünstige Eigenmarken bieten die gleiche Qualität wie ein Markenartikel, sind aber deutlich preiswerter **A**. Eigenmarken mit Zusatznutzen sind günstiger als Markenartikel und überzeugen durch weitere Vorteile wie etwa nachhaltige Verpackungen **B**. Exklusive Eigenmarken setzen Ihr Sortiment von dem des Wettbewerbs ab und sind exklusiv bei Lekkerland erhältlich **C**.



- 1 Take Off Energy Drink Classic, 24 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 224504) • 2 M'Candy bunte dragierte Erdnüsse, 15 x 150 g Bt. (Art.-Nr. 622252) •
- 3 M'Cooky Gloria Gebäckmischung, 10 x 300 g Bt. (Art.-Nr. 610513) • 4 Coffee Bean Company Cappuccino 1,5 %, 10 x 250 ml (Art.-Nr. 610510) •
- 5 DPG Go Fresh Smoothie Erdbeere, 6 x 250 ml Fl. (Art.-Nr. 608359) • 6 Go Fresh Wrap Gelbe Linsen & Falafel, 1 x 190 g St. (Art.-Nr. 607552) •
- 7 Take Off Space Cat Berry Marshmallow, 12 x 0,5 l Ds. (Art.-Nr. 221218) • 8 QuickVit Durstlöscher Regenbogen, 12 x 0,5 l Pg. (Art.-Nr. 631425)

es sich um preisgünstige Eigenmarken handelt. Der Clou: Das v im Wort clever wirkt optisch wie ein Pfeil- bzw. Preis-nach-unten-Symbol. Das unterstreicht den Sparvorteil und hilft zugleich, die Eigenmarken von Lekkerland am POS noch deutlicher vom restlichen Shopsortiment abzuheben. Besonders gut funktioniert das, wenn die Eigenmarken einen ganzen Gondelkopf belegen und dieser entsprechend mit den Werbemitteln bestückt ist.

Auch im Webshop Lekkerland24 und auf anderen Lekkerland Plattformen wird clever Kauf Shopbetreiber:innen künftig die Orientierung in Sachen Eigenmarken erleichtern.



Sie haben Interesse an den clever Kauf-Werbemitteln? Dann wenden Sie sich bitte an Ihre:n übliche:n Ansprechpartner:in!



Weitere Infos zu clever Kauf und zu unserem Eigenmarken-Sortiment finden Sie auf: [lekkerland.de/sortiment/lekkerland-eigenmarken](https://lekkerland.de/sortiment/lekkerland-eigenmarken). Per Scan des QR-Codes gelangen Sie direkt dorthin.

#### 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 PREIS-IMAGE**  
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 VON WETTBEWERBER:INNEN**  
Unsere Eigenmarken sind exklusiv für Lekkerland Kundinnen und Kunden erhältlich.





# ALLES, WAS DAS HERZ BEGEHRT

Im Convenience-Shop von Wintergerst am Bahnhof Fürstenfeldbruck finden Kundinnen und Kunden auch in Eile IHRE LIEBSTEN SNACKS UND GETRÄNKE – dem sehr breiten Angebot sei Dank.



**ALLES DA**  
Ob auf der Durchreise oder bei einer kurzen Pause: Im Shop finden alle das Gewünschte.

**B**eim Umsteigen am Bahnhof von Fürstenfeldbruck muss es meist schnell gehen. Täglich wechseln in dem kleinen Städtchen 25 Kilometer westlich von München zahlreiche Pendlerinnen und Pendler von S-Bahnen und Regionalbahnen auf Busse – und umgekehrt.

Jede und jeder von ihnen kommt dabei am einladenden ServiceStore DB im Durchgang zwischen dem Bahnsteig und dem Busterminal vorbei. Und viele nutzen dann die Gelegenheit, um sich etwas zu essen oder zu trinken für unterwegs zu besorgen, morgens zum Beispiel zum Frühstück, tagsüber als kleinen Snack zwischendurch oder abends als Stärkung nach der Arbeit.

„Pendelnde steigen aus, sind kurz bei uns und schnell wieder weg – und in der Zeit sollen sie bei uns alles finden, was ihr Herz begehrt“, sagt Samuel Wintergerst, einer von zwei Geschäftsführern der Wintergerst & Höhn GmbH & Co KG aus Augsburg, die den ServiceStore betreibt. Mit ihm ist bereits die

dritte Generation im Unternehmen, das sein Großvater vor mehr als 70 Jahren als klassischen Tante-Emma-Kiosk gegründet hat. Heute leitet er die Firma zusammen mit seinem Vater Rainer Wintergerst.

## Einiges investiert

Der Shop am Bahnhof von Fürstenfeldbruck ist die jüngste Niederlassung der Wintergerst-Kette, zu der insgesamt 16 Bahnhofsshops und Tabakwaren-Fachgeschäfte im Großraum Augsburg gehören. Nach einem Betreiberwechsel war der Laden ein halbes Jahr lang geschlossen und wurde dann Anfang Juni komplett neu renoviert wieder eröffnet.

In den Umbau haben die Wintergersts einiges investiert und dabei abgesehen vom Fußboden alles neu machen lassen. Schließlich solle der Shop sofort ansprechend wirken, sagt Samuel Wintergerst. Er hebt die gute Zusammenarbeit mit der Ladenbau Balzer GmbH aus dem nahen Gersthofen hervor.

„Für uns gilt der alte Satz: Der Kunde ist König“, sagt Samuel Wintergerst. Um diesen



# DIE MONDELEZ IMPULSEINHEITEN FÜR IHRE KASSENZONE

## WIR RIEGELN DAS!

**NEU**

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Gewicht
530432		Milka Tender Alpenmilch	21 x 37,0 g
150661		Milka Tender Nuss	21 x 37,0 g
581002		Milka Choco Oreo	36 x 37,0 g
580418		Milka Choco Erdbeer	36 x 36,5 g
580665		Milka Nussini	35 x 31,5 g
713997		Cadbury Wunderbar Erdnuss-Karamell	24 x 49,0 g
622887		Cadbury Picnic	24 x 48,4 g
389013		Oreo	20 x 66,0 g
846137		Toblerone	24 x 35,0 g
452879		I Love Milka	12 x 44,0 g
452913		Milka Kleines Dankeschön	12 x 44,0 g
452920		Milka Alles Gute	12 x 44,0 g

Neugierig geworden? Kontaktiere uns gerne unter [mdlz.professional@mdlz.com](mailto:mdlz.professional@mdlz.com)



**Mondelēz**  
International  
PROFESSIONAL

## Mein Job



„Für uns gilt der alte Satz:  
Der Kunde ist König.“

**SAMUEL WINTERGERST**

Geschäftsführer,  
Wintergerst & Höhn GmbH & Co KG

Anspruch zu erfüllen, seien zufriedene Mitarbeitende enorm wichtig, die einen freundlichen und guten Service bieten. Dazu komme eine breite Auswahl an Convenience-Produkten – damit die eilige Kundschaft schnell an ihre liebsten Snacks und Getränke kommt, um dann gut gestärkt weiterreisen zu können.

Neben einem Bahnhofsbuchhandlungs-Angebot sowie einem „Shop in Shop“ der Kette Samurai Vaping, die ebenfalls zu Wintergerst gehört, ist darum fast das gesamte Sortiment von Lekkerland durch jeweils ein oder mehrere Produkte vertreten. So finden Pendelnde an der Frischetheke Sandwichs, süße Teilchen, warmen Leberkäse, Bockwürstchen, Pizza aus dem Schamottsteinofen oder frisch gebrühten Kaffee mit Bohnen der Lekkerland Marke Coffee Bean Company. Das Angebot wird unter anderem durch gekühlte Getränke, Tabakwaren, verpackte und unverpackte Süßwaren, Impuls-Eis und sogar Tiefkühlkost ergänzt.

### „Gemeinsam viel erreicht“

„Mit unserer Sortimentsvielfalt entwickeln sich die Wintergerst-Shops permanent



weiter“, sagt der zuständige Lekkerland Ansprechpartner Maximilian Schmid. Sein Gegenüber Samuel Wintergerst sei immer offen für Vorschläge und probiere gern Neues. Die beiden tauschen sich regelmäßig aus. Ungefähr alle vier Wochen treffen sie sich, um über neue Produkte und Angebote zu beratschlagen.



*Professional*

FÜR UMSÄTZE MIT DEM  
GEWISSEN EXTRA

- Einfach und sauber dosieren
- Im Handumdrehen dekorieren
- Jede Kaffeespezialität aufwerten



**Schwartau Topping**  
087641 Karamell, 250 ml



### KURZE STÄRKUNG

Neben belegten Brötchen gehören frisch gebrühter Kaffee sowie Getränke und Süßwaren zum Angebot.

„Wir haben gemeinsam schon viel entwickelt und erreicht“, bestätigt Samuel Wintergerst. Er lobt die geradlinige Kommunikation mit Maximilian Schmid und die kreative Unterstützung. Die Zusammenarbeit mit Lekkerland gehe weit über eine herkömmliche Betreuung durch einen Großhändler hinaus. „Ein Anbieter wie wir braucht eine solche Unterstützung“, sagt Samuel Wintergerst.

Für die Zukunft fasst er eine weitere Expansion ins Auge, mit neuen Shops und einem Angebot, das immer besser wird. Er weiß, worauf es dabei ankommt: „Die richtige Kombination aus einer gut gelegenen Location, freundlichen Mitarbeitenden, einer ansprechenden Einrichtung und dem passenden Sortiment – das macht einen wirklich erfolgreichen Shop aus.“

### GUTES TEAM

Shopbetreiber Samuel Wintergerst (links) und sein Lekkerland Ansprechpartner Maximilian Schmid arbeiten eng zusammen.



Fotos: Pia Simon



Sie haben Fragen zum breiten Angebot an Snacks und Backwaren von Lekkerland? Dann wenden Sie sich an Ihre:n gewohnte:n Ansprechpartner:in.

Weich zur Haut.  
Sanft zur Natur.

Tempo®



Tempo Taschentücher  
Original  
6x10 Tücher  
LL. Art. Nr. 138050



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



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

# DIE TOP 5: FRISCHE CONVENIENCE

Die Nachfrage der Konsument:innen nach VERPACKTEN UND VERZEHRFERTIGEN FRISCHE-PRODUKTEN wie Smoothies und Wraps wächst kontinuierlich. Hier die Top 5 des Lekkerland Sortiments.

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1 x 185 g St.	1 x 190 g St.	8 x 250 ml Fl.	1 x 285 g	10 x 250 ml
Art.-Nr. 632030	Art.-Nr. 607453	Art.-Nr. 623448	Art.-Nr. 607139	Art.-Nr. 610510

## INTERVIEW

# „WACHSENDE BEDEUTUNG“

Daniel Lufen und Anne-Kathrin Haubert von Lekkerland erklären, wie Sie als Shopbetreiber:in den Trend zu Frische Convenience für sich nutzen können. Anne-Kathrin Haubert leitet den Bereich Category Management Analytics (mehr dazu rechts), Daniel Lufen verantwortet Frische Convenience.



**GUTER NACHBAR**  
 Es lohnt sich, beliebte Produkte wie den Kinder Maxi King in der Nähe der Frische-Convenience-Produkte zu platzieren.

Ferrero Kinder Maxi King, 30 x 35 g St. (Art.-Nr. 071565)

Frau Haubert, Herr Lufen, das Frische-Sortiment mit Salaten, Wraps oder Smoothies wird bei Konsument:innen zunehmend beliebter – und dementsprechend wichtiger für Shopbetreiber:innen. Was steckt hinter dem Trend?

ANNE-KATHRIN HAUBERT: Tankstellen und Convenience-Shops haben bei Konsument:innen eine wachsende Bedeutung in Bezug auf die Versorgung unterwegs – und das nicht mehr nur für Snacks zwischendurch, sondern auch für die wichtigsten Mahlzeiten Frühstück, Mittagessen und Abendessen. Trends bei Ernährungsgewohnheiten erreichen

nach und nach auch den Unterwegskonsum. Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten wünschen sich auch unterwegs Alternativen für eine bewusste Ernährung. Das sollten Shops berücksichtigen.

DANIEL LUFEN: Für Shopbetreiber:innen lohnt sich das, denn mit dem Frische-Sortiment können sie sich in einem wettbewerbsintensiven Umfeld profilieren, um bei Kund:innen als ernst zu nehmende Alternative zu Bäckereien und Co. wahrgenommen zu werden.

Wann sollten Shopbetreiber:innen also über ein Frische-Sortiment nachdenken?

ANNE-KATHRIN HAUBERT: Wenn es sich für sie eignet. Der Trend zu Frische-Produkten gilt nicht für jeden Standort gleichermaßen. Das hängt von bestimmten Faktoren wie etwa Lage und Zusammensetzung der Kundschaft ab. Wir bei Lekkerland beschäftigen uns sehr



intensiv mit diesem Thema, um Shopbetreiber:innen bestmöglich zu beraten.

**Wenn dieses Potenzial vorhanden ist: Welche Produkte aus dem Bereich Frische Convenience, der verpackte und verzehrfertige Frische-Produkte zusammenfasst, sollten Shopbetreiber:innen auf jeden Fall in der Kühltheke ausliegen haben?**

ANNE-KATHRIN HAUBERT: Bei Frische Convenience handelt es sich um ein anspruchsvolles Sortiment, das der Kunde meist erst noch kennenlernen muss ...

DANIEL LUFEN: ... deshalb ist es wichtig, erst mal mit einem ausgewählten Basissortiment zu starten, das die wichtigsten Verzehranlässe im Tagesverlauf abdeckt, wie zum Beispiel ein Müsli zum Frühstück, Wraps und Sandwiches für mittags oder abends und unsere Smoothies als Erfrischung zwischendurch.

**Worauf sollten Shopbetreiber:innen besonders achten, wenn sie solche Produkte in ihrer Frischetheke platzieren und präsentieren?**

ANNE-KATHRIN HAUBERT: Im Convenience-Bereich entscheiden Sekunden über Kauf oder Nichtkauf. Im Schnitt fällt der Kunde seine Kaufentscheidung in 70 Sekunden!

DANIEL LUFEN: Umso wichtiger ist es, dass die Produkte im Idealfall in einem Regal der Fastlane platziert sind, wo sie zusätzliche Impulskäufe generieren und für den Shop neue Kund:innen gewinnen können. Mit einer passenden Verbundplatzierung, bei der die Frische-Convenience-Produkte klar geordnet nebeneinander angeboten werden, wird der



„Konsumentinnen und Konsumenten wünschen sich Alternativen für eine bewusste Ernährung.“

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

## KATEGORIE Frische Convenience =

alle Produkte, die frisch, gekühlt, kurzfristig haltbar, in kleinen Gebindegrößen, verpackt, für den Sofortverzehr angeboten werden. Die Nachfrage nach Frische Convenience Produkten stieg in 2023 im Vergleich zum Vorjahr bislang deutlich um 21 Prozent.



„Mit dem Frische-Sortiment können sich Shops profilieren.“

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

Kundschaft die einfache Orientierung am Kühlregal ermöglicht. So schöpft man das Potenzial von Mehrfachzugriffen besser aus.

**Welchen Geheimtipp haben Sie noch für Shopbetreiber:innen, die Frische Convenience nutzen möchten, um ihren Absatz und Umsatz zu steigern?**

DANIEL LUFEN: Wir empfehlen, in direkter Reichweite gemeinsam mit dem Frische-Sortiment aufmerksamkeitsstarke Produkte wie zum Beispiel den Ferrero Kinder Maxi King im Kühlregal zu platzieren. Warum? Weil dieses Produkt ein absoluter Champion im Tankstellenshop ist! Viele Konsumentinnen und Konsumenten greifen hier zu. Solche Produkte können darum die Frequenz am Regal zusätzlich erhöhen.

ANNE-KATHRIN HAUBERT: In unseren Marktanalysen hat sich gezeigt, dass solche gekühlten Milchsnaacks vor allem während der Sommermonate bei den Konsument:innen eine echte Alternative zum Riegel darstellen. Aktuell sind sie aber noch kaum in der Breite überall vertreten. Dabei verkauft sich insbesondere der Kinder Maxi King pro Woche mitunter auf dem Niveau der Top-Riegel in der Kassenzone. Es lohnt sich also doppelt, solche Produkte anzubieten – weil sie sich gut verkaufen und weil sie auch noch den Absatz von Frische Convenience ankurbeln.

### CM ANALYTICS

## Bestens im Bilde

Die Abteilung Category Management (CM) Analytics nimmt bei Lekkerland unter die Lupe, was den Unterwegskonsum antreibt.

Wer genau weiß, wie sich Märkte und Kategorien entwickeln, der kann seinen Kund:innen auch die passenden Produkte anbieten. Dieser einfache Grundsatz gilt nicht nur für Shops, sondern auch für Lekkerland als Großhändler. Die Abteilung CM Analytics analysiert dazu die Entwicklungen im Convenience-Kanal und leitet auf Grundlage der Performance von Produktkategorien und Artikeln datenbasierte Empfehlungen ab. Damit unterstützt sie ein leistungsstarkes Category Management bei Lekkerland.

Das Herzstück der Arbeit von CM Analytics ist die Kategorie-Basis-Analyse. Dabei wird jede Produktkategorie jährlich aus Verbraucherperspektive analysiert und bewertet. In einem fachbereichsübergreifenden Team werden aus den gewonnenen Erkenntnissen Maßnahmen abgeleitet, um die Produktkategorie noch weiter voranzubringen. Trends werden über die Kategorie-Basis-Analyse frühzeitig erkannt, bewertet und in passende Produkte, Flächenverteilungen oder Eigenmarken-Produkte übersetzt. „Wir arbeiten permanent daran, immer noch besser zu verstehen, was sich Verbraucher:innen für den Unterwegskonsum wünschen“, sagt Anne-Kathrin Haubert, Leiterin CM Analytics. „Damit sind unsere Sortimente auf die Unterwegsbedürfnisse der Verbraucher:innen ausgerichtet und immer am Puls der Zeit.“

# WINTER-AUTOZUBEHÖR SICHER UNTERWEGS BEI MINUSGRADEN

In der kalten Jahreszeit suchen Ihre Kundinnen und Kunden im Shop nach EISKRAZERN UND CO.

**A**utofahrer:innen haben es im Winter nicht leicht: Dunkelheit und Nebel, Schnee und Eis machen kurze wie längere Fahrten zu echten Herausforderungen. Ohne Eiskratzer und Auto-Schneebeesen, Scheibenenteiser und Scheibenwaschanlagen-Frostschutzmittel geht oft kaum was. Gut sichtbar im Shop platziert, verkauft sich Winter-Autozubehör jetzt fast wie von selbst. Das birgt gute Umsatzchancen.

Neben Anti-Frost-Mitteln und Scheibenenteisern sind jetzt übrigens auch gute Leuchtmittel gefragt, denn in der dunklen Jahreszeit ist gute Sichtbarkeit mindestens genauso wichtig wie gute Sicht. Darüber hinaus sollten Sie im Winter Starthilfekabel im Angebot haben - falls die Batterien der Autos Ihrer Kund:innen aufgrund der Witterungsverhältnisse streiken.

Bei Fragen zum Winter-Autozubehör wenden Sie sich gern an Ihre:n gewohnte:n Lekkerland Ansprechpartner:in.



**PRAKTISCHE HELFER**  
Schneebeesen und Eiskratzer dürfen im Winter in keinem Auto fehlen.

- 1 APA Auto-Schneebeesen Winter-Star, 20 St. (Art.-Nr. 238539) •
- 2 APA Eiskratzer Trapez, 25 St. (Art.-Nr. 238515) •
- 3 ADAC Eiskratzer, 18 St. (Art.-Nr. 636570)

**STARTHILFE**  
Falls die Batterie mal streikt, sind Starthilfekabel unerlässlich.

- 4 Starthilfekabel für Ottomotoren bis 2.500 cm<sup>3</sup>, 1 St. (Art.-Nr. 620737)

Foto: Shutterstock

DEINE KUND\*INNEN  
WERDEN ES LIEBEN!

**WEIDER®**

Sieht aus wie ein Schokoriegel,  
schmeckt wie ein Schokoriegel,

**HAT ABER WENIGER ZUCKER  
UND VIEEEELE PROTEINE.**



**WEIDER:**  
Joe's Soft Bar  
**Brownie Cappuccino** (vegan)

Inhalt: 12x50g | Art.-Nr. 623439  
Barcode: 4044782916452



**WEIDER:**  
Joe's Soft Bar  
**Cookie-Dough Peanut**

Inhalt: 12x50g | Art.-Nr. 623440  
Barcode: 4044782916230



**WEIDER:**  
Joe's Core Bar  
**Hazelnut-Nougat**

Inhalt: 12x45g | Art.-Nr. 623438  
Barcode: 4044782916018



**WEIDER:**  
Joe's Core Bar  
**White-Chocolate-Coconut**

Inhalt: 12x45g | Art.-Nr. 623441  
Barcode: 4044782916117

**KLARE SICHT**  
Scheibenteiser und  
Scheibenwaschanlagen-  
Frostschutzmittel garantieren  
klare Sicht bei Schnee und Eis.

- 5 Sonax Scheibenteiser,  
6 x 500 ml Fl. (Art.-Nr. 640237) •
- 6 Sonax AntiFrost & KlarSicht  
gebrauchsfertig Ice Fresh,  
4 x 5 l Ka. (Art.-Nr. 397891) •
- 7 Sonax AntiFrost & KlarSicht  
gebrauchsfertig Ice Fresh,  
4 x 3 l Bt. (Art.-Nr. 964734)



**GUTES LICHT IST IM  
WINTER DAS A UND O**  
Auf die Leuchtmittel  
von Osram ist Verlass.

- 8 Osram H4 Standard 12V  
60755W Scheinwerferlampe,  
10 St. (Art.-Nr. 087925) •
- 9 Osram H7 Ultra Life 55W 12V,  
10 St. (Art.-Nr. 674133)



**Juicy Drop - Für die perfekte Mischung  
aus Süß und Sauer**



**Juicy Drop Gummies**

Fruchtgummi mit Candy Sirup  
Inhalt: 12 Stück  
LL. Art. Nr.: 461878



**Juicy Drop Pop**

Lolly mit Candy Sirup  
Inhalt: 12 Stück  
LL. Art. Nr.: 386330



Eine Million  
Impressionen  
jeden Monat!

Bestellen Sie jetzt zur digitalen Kampagne!



1

### Termin und Ort finden

Schlagen Sie Ihren Mitarbeitenden zwei bis drei mögliche Termine zur Auswahl vor. Und überlegen Sie sich, welcher Ort geeignet wäre: Er sollte ausreichend Platz bieten und weihnachtliche Stimmung aufkommen lassen.

2

### Essen und Trinken

Essen, Softdrinks und etwas Alkoholisches zum Anstoßen gehören zu einer gelungenen Weihnachtsfeier. Denken Sie auch an etwas für Vegetarier:innen und Veganer:innen, wenn notwendig.

3

### Räume dekorieren

Lametta und Kerzen – schmücken Sie den Ort für die Feierlichkeit, damit er schön weihnachtlich wirkt! Schon ein paar Lichterketten und Tannenzweige können Räume in ein Winterparadies verwandeln. Und vielleicht überraschen Sie Ihr Team auch mit einem kleinen Geschenk für jede und jeden?

## WEIHNACHTSFEIER PLANEN

# OH, IHR FRÖHLICHEN!

Bei einer Weihnachtsfeier können Ihre Mitarbeitenden und Sie das Jahr gemeinsam besinnlich ausklingen lassen. Diese fünf Tipps sorgen dafür, dass die Feier zu einem kleinen HIGHLIGHT FÜR DAS GANZE TEAM wird.

4

### Kurze Ansprache halten

Über ein paar Worte von der Chefin oder dem Chef freuen sich alle. Lassen Sie – bitte nur kurz – das ablaufende Jahr Revue passieren und danken Sie Ihrem Team für die gute Zusammenarbeit. Am besten halten Sie Ihre Ansprache gleich zu Beginn der Feier, wenn die Anwesenden noch aufmerksam sind.

5

### Spiele und Musik

Wichteln, ein Quiz oder Karaoke – mit weihnachtlichen Spielen sorgen Sie für gute Stimmung im Team. Vielleicht planen Sie auch ein Motto für Ihre Weihnachtsfeier? Achten Sie in jedem Fall darauf, dass das Programm auch ausreichend Zeit für lockeres Beisammensein vorsieht. So kommen alle mal miteinander ins Gespräch. Und natürlich gehört zu einer gelungenen Party auch Musik. Viel Spaß und frohes Fest!



# DAS BLEIBENDE SOMMERHOCH FÜR IHREN UMSATZ.

DIE SUMMER EDITION 2023 JETZT DAUERHAFT IM SORTIMENT.



HIER,  
UM ZU  
BLEIBEN.



**Red Bull**

BELEBT GEIST UND KÖRPER®

**RED BULL SEA BLUE EDITION JUNE BERRY, 250 ML, TRAY (24 X 250 ML)**

LEKKERLAND-ARTIKELNUMMER  
632362

EAN-CODE EINZELDOSE  
9045 3885

EAN-CODE TRAY  
9002 4902 6785 8



## AUS UNSEREM SORTIMENT

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

### Knusprige Waffel, doppelter Schokospaß

Gegensätze die sich anziehen:  
KitKat Chunky Black & White.  
Bieten Sie Ihren Shoppern mit  
KitKat Chunky Black & White  
einen kontrastreichen Riegel,  
der mit weißer und dunkler  
Schokolade sowohl optisch als  
auch geschmacklich überzeugt.

Eine **Abwechslung**, die besonders  
bei Ihren jungen Shoppern  
die Neugierde weckt!

KITKAT Chunky Black & White,  
24 x 41,5 g Rg. (Art.-Nr. 623352)

### NEU: Ricola Himbeere Melisse - fruchtig-frische Geschmacksexplosion

Seit Juni können Bonbonliebhaber die  
fruchtig-frische Bonbonkreation in den  
Regalen entdecken und sich auf ein außer-  
gewöhnliches Geschmackserlebnis freuen.  
Die neue Sorte „Himbeere Melisse“ vereint  
die fruchtige Süße reifer Himbeeren mit der  
aromatischen Frische von Melisse.

Wie alle Ricola Bonbons enthält auch die  
neue Sorte die original wohltuenden und  
natürlichen 13 Schweizer Alpenkräuter.

Ricola Himbeere Melisse ohne Zu-  
cker, 18 x 75 g Bt. (Art.-Nr. 623311)



# EISKALTER GENUSS.



Starbucks® Chilled Coffee – jetzt bestellen.

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

**Caffè Latte**  
Artikel-Nr.: 437136

**Cappuccino**  
Artikel-Nr.: 603788



## Knuspriger Waffel-Crunch – Zero Sugar Added

Die Mehrheit der Konsument:innen achtet beim Einkaufen auf den Zuckergehalt der Produkte\*, will aber nicht aufs Naschen verzichten.

Für diese Bedürfnisse bietet das Food-Tech NEOH mit „Hazelnut Crunch“ den optimalen Snack – knusprige Waffeln, gefüllt mit einer cremigen Haselnusschicht und knackigen Nussstücken. Basis ist eine eigens entwickelte Zuckerersatz-Formel, die wie ihre Zuckerpendants schmeckt und dabei den Blutzucker kaum ansteigen lässt.

Neoh Hazelnut Crunch, 24 x 21 g Pg. (Art.-Nr. 623175)

## Ready to Drink Eiskaffee-Sortiment von NESCAFÉ® mit neuer Variante und neuem Look im Kühlregal

Das Ready to Drink Sortiment von NESCAFÉ® ist ab sofort in neuer, auffälliger Aufmachung erhältlich. Es löst den Namen Xpress® ab, stellt Nestlé's führende Kaffeemarke NESCAFÉ® ins Zentrum und macht die Coffeedrinks zum Hingucker im Regal.

Mit NESCAFÉ® Typ Latte Caramel steht auch eine neue lecker-milchige Variante zur Auswahl. Der enthaltene Kaffee stammt aus 100% verantwortungsvoller Beschaffung aus dem Nachhaltigkeitsprogramm Nescafé-Plan, das seit über zehn Jahren verfolgt wird.

- 1 DPG Nescafé RTD Espresso Macchiato, 12 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 613952) •
- 2 DPG Nescafé RTD Latte, 12 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 613950) •
- 3 DPG Nescafé RTD Latte Caramel, 12 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 631782) •
- 4 DPG Nescafé RTD Cappuccino, 12 x 0,25 l Ds. (Art.-Nr. 613951)



# Mit WAGNER auf der Überholspur. Weiter Vollgas geben – mit besten Zutaten!



Art.-Nr.: 096082



Art.-Nr.: 830342



Art.-Nr.: 617133

ORIGINAL WAGNER steht für echte Handwerkskunst und höchste Qualität – das ist **ECHT WAGNER**. Und das wissen Pizza-Fans zu schätzen. Der Beweis: **Eine Käuferreichweite von starken 43 %<sup>1</sup>**. Profitieren Sie davon!

<sup>1</sup> Quelle: GfK Consumer Panel FMCG, Bruttostichprobe 30.000 Haushalte, MAT Juni 2023, Warengruppe TK-Pizza (n= 20.145), TK-Pizza Wagner. Das Panel ist repräsentativ für alle Haushalte in Deutschland mit haushaltsführenden Personen ab 16 Jahren, erfasst kontinuierlich und elektronisch die Einkäufe für den privaten Konsum und weist diese gewichtet und hochgerechnet aus.

## ENERGIESPAREN:

# SO KOMMT IHR SHOP GUT DURCH HERBST UND WINTER

Um unser Klima zu schützen ist es wichtig, dass wir alle mit Energie sparsam und verantwortungsvoll umgehen. Aber auch mit Blick ins eigene Portemonnaie macht das ENERGIESPAREN Sinn. Hier kommen sieben Tipps, die Ihnen mit wenig Aufwand helfen, den Energieverbrauch Ihres Shops zu senken.

1

### Energiefresser ersetzen

Der erste kritische Blick sollte Ihren Leuchtmitteln gelten. Denn womöglich steckt in Ihrer aktuellen Shopbeleuchtung großes Sparpotenzial. Wer beispielsweise noch immer Halogenlampen nutzt, sollte diese gegen LED-Leuchtmittel tauschen. Diese verbrauchen 85 bis 90 Prozent weniger Energie als herkömmliche Glühbirnen - und haben eine viel längere Lebensdauer. Der Austausch lohnt sich also in jedem Fall.



2

### Richtig lüften

Wenn die Fenster des Shops im Herbst oder Winter unnötig lange offen stehen, arbeitet die Heizung konstant gegen die von draußen hereinströmende Kaltluft an. Das verbraucht Unmengen von Energie. Besser als das sogenannte Kipplüften ist daher mehrmals am Tag ein kurzes Stoß- und Querlüften: Fünf Minuten komplett geöffnete Fenster sorgen für Frischluft, ohne dass der Shop auskühlt.

3

### Stand-by-Modus nutzen

Zugegeben: Der Stand-by-Modus von elektronischen Geräten ist praktisch - aber auch teuer. Ob in Ihrem Büro, wo Drucker & Co. immer auf Abruf bereitstehen, oder im Bistro, wo die Kaffeemaschine im Stand-by auf den nächsten Morgen wartet: Wer stattdessen konsequent alle Geräte ausstellt, wenn sie nicht benutzt werden, kann viel Strom sparen!







# Rotkäppchen WeinZeit!

Liebl  
Weiß  
606598

Liebl  
Rosé  
636598

Liebl  
Rot  
636597



# 4

## Kühlschränke und Eistruhen überprüfen

Bei Kühlschränken und Eistruhen gilt: Auch das energieeffizienteste, modernste Gerät verbraucht Unmengen an Strom, wenn die Tür nicht richtig schließt. Überprüfen Sie regelmäßig, ob alle Dichtungen intakt sind und das Gerät eben auf dem Boden steht. Tauen Sie Kühlschränke und Eistruhen außerdem unbedingt regelmäßig ab, denn bereits eine Eisschicht von einem Zentimeter erhöht den Verbrauch eines Gefriergerätes um zehn bis 15 Prozent!

### AN ALLES GEDACHT?

## Ihre Checkliste zum Energiesparen

Energiesparen ist gar nicht so schwer – und besteht aus vielen kleinen Maßnahmen. Setzen Sie schon alle in Ihrem Shop um? Gehen Sie doch einfach mal die folgende Checkliste für Ihr Geschäft durch, damit Sie bei der nächsten Nebenkostenabrechnung keine böse Überraschung erwartet:

#### SHOP:

- ✓ Nutzen Sie schon verbrauchsarme LED-Leuchtmittel im Shop?
- ✓ Lüften Sie richtig und vermeiden Sie gekippte Fenster?
- ✓ Schließen Ihre Fenster und Türen wirklich dicht, sodass Luftzug verhindert wird?

#### HEIZUNG:

- ✓ Reguliert die Heizungsanlage nachts die Temperatur herunter? Oder stellen Sie abends die Heizkörper auf eine niedrigere Temperatur ein?
- ✓ Sind Ihre Heizkörper vor der Heizperiode entlüftet worden?
- ✓ Haben Sie die Zieltemperatur für den Tag schon um ein Grad gesenkt?

#### GERÄTE:

- ✓ Schalten Sie Ihre Geräte bei Nichtbenutzung vollständig aus?
- ✓ Schließen alle Kühlgeräte vollständig und werden Kühlschränke und Eistruhen regelmäßig abgetaut?



Fotos: Shutterstock

Art. Nr.: 636979

Vegetarischer  
**MÜHLEN SNACK**  
Typ Salami

Art. Nr.: 636981

Vegetarischer  
**MÜHLEN SNACK**  
Typ Salami im Teigmantel

Jetzt  
ordern!

# ZUM LECKER VEGASNACKEN

rügenwalder.de



# 5

## Heizung runterregeln

Manchmal machen schon kleinste Veränderungen einen großen Unterschied. Tatsächlich spart, wer die Innentemperatur um nur ein Grad C herunterstellt, allein dadurch bis zu sechs Prozent Energie ein! Sorge davor, dass Ihre Mitarbeitenden sowie Kundinnen und Kunden dann frieren, brauchen Sie sich nicht zu machen – sie werden einen Temperaturunterschied von einem Grad gar nicht bemerken.

# 6

## Heizungen nachts ausschalten

Selbstverständlich sollte Ihr Shop während der Öffnungszeiten angenehm temperiert sein. Wenn Sie nicht 24/7 geöffnet haben, ist es ratsam, die Temperatur der Heizung über Nacht herunterzustellen. Viele Heizungsanlagen machen das nachts automatisch. Ist das bei Ihrer Heizungsanlage nicht der Fall, sollten Sie abends einmal die Runde durch den Shop machen und die Temperatur an den Heizkörpern herunterregeln.

# 7

## Heizkörper entlüften

Wenn es in den Heizkörpern deutlich hörbar gluckert, besteht Handlungsbedarf. Dann nämlich befindet sich Luft in den Heizkörpern, und die Heizung kann nicht effizient arbeiten, sie verbraucht also Energie, ohne die größtmögliche Wärmeleistung zu erbringen. Das können Sie vermeiden, indem Sie die Heizkörper entlüften. Das kann man mit geeignetem Werkzeug selbst tun, oder Sie bitten Ihre Vermieterin oder Ihren Vermieter darum, Ihnen einen Fachmann oder eine Fachfrau zu schicken.

# VOLL ENJOYEN. NICHTS BEREUEN. MIT ZERO SUGAR ADDED.



**DURST  
NACH  
NEUEM!**

**JETZT  
BESTELLEN**



**NESCAFÉ®**  
TYP CAPPUCCINO



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

**NESCAFÉ®**  
TYP LATTE



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

**NESCAFÉ®**  
TYP ESPRESSO  
MACCHIATO



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

**NESCAFÉ®**  
TYP LATTE CARAMEL  
**NEU**



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

**RTD Coffee ist mit 19% der Wachstumstreiber der Kaffeekategorie.<sup>1</sup>**

**Recyclbar, bepfandet und mit Kaffee, der zu 100% verantwortungsvoll beschafft ist.<sup>2</sup>**

**Perfekt abgestimmte, milchig-cremige Süße, gepaart mit weichem Kaffeegeschmack on-the-go – ein Portfolio, das bereits seit Jahren Topseller in der Tankstelle ist.**

**Neu im Sortiment: LATTE CARAMEL**

1) Quelle: IRI, RTD Coffee <= 500ml, LEH + DM + Tankstelle, CAGR Umsatz 2020-2022.  
2) mehr Infos: [nescafe.de/make-your-world](https://www.nescafe.de/make-your-world)

# NESCAFÉ



## SHOPERFOLG DANK KUNDENFEEDBACK

Kundenfeedback anzunehmen und umzusetzen zählt zu den wichtigsten Instrumenten der Shopoptimierung. Ab Seite 30 lesen Sie, warum es unerlässlich ist, das Kundenecho zu hören, zu verstehen – und zu nutzen.

BITTE LÄCHELN!

## Wo in Europa die meisten Blitzer stehen

Ob Temposünde oder Rotlichtverstoß: Wer in In- oder Ausland geblitzt wird, muss mit teils hohen Geldbußen rechnen. Hier lesen Sie, wo in Europa besonders viele Blitzer stehen – und was Geblitzten dann droht.

### 4.677

**STATIONÄRE BLITZGERÄTE**

sind in Deutschland installiert. Platz 4 im Ranking der europäischen Staaten mit den meisten Blitzern.\*

Mehr als  
**18.000**

**BLITZER**,  
und damit die meisten in Europa, befinden sich in Russland.\*

**PLATZ 2**

mit 10.776 Blitzern belegt Italien – vor Großbritannien auf Platz 3 mit rund 7.274 Radarfallen.\*

### 944

**EURO STRAFE**

müssen Autofahrer:innen zahlen, wenn sie in Norwegen innerorts mit 21 km/h über der zugelassenen Geschwindigkeit erwischt werden – mehr als das Neunfache des in Deutschland fälligen Bußgeldes von 100 Euro.\*\*

### 560 EURO

werden dafür in der Schweiz fällig. In Schweden sind es 345 Euro, in Dänemark 405 Euro, in Estland 400 Euro und in Portugal 360 Euro.\*\*

## DIE STIMME DER KUND:INNEN

# WARUM FEEDBACK DEM SHOP GUTTUT

Lekkerland Coach Axel Weber erklärt, warum es für den SHOPERFOLG so wichtig ist, das Kundenecho zu hören, zu verstehen – und zu nutzen.

**K**undenfeedback zählt zu den wichtigsten Instrumenten der Shopoptimierung. Wer Kritik und Anregungen seiner Kundinnen und Kunden ernst nimmt und aufgreift, kann dadurch Umsatz und Gewinne steigern. Um das Echo der Käufer:innen optimal nutzen zu können, muss man allerdings die verschiedenen Funktionen von Kundenfeedback kennen. Lekkerland Coach Axel Weber zeigt vier wichtige Nutzen von Kundenbotschaften auf:

### Das Warnsystem

Wenn Kund:innen auf Fehler und Mängel in Prozessen, im Warensortiment oder auch im Servicebereich aufmerksam machen, ist das nicht negativ, sondern für die Shopoptimierung nützlich. Axel Weber erklärt: „Manches kann eine Shopleitung nicht selber feststellen. Kundenfeedback wie etwa zu mangelhaftem Service kann helfen, mögliche Probleme systematisch und frühzeitig abzustellen.“

### Der Leistungsindikator

Kundenfeedback kann zudem Hinweise darauf geben, welche Faktoren relevant für Absatzmengen sind. „Fragen Kund:innen zum Beispiel verstärkt nach einer 1,25-Liter-Colaflasche statt der 0,75-Liter-Version, kann das Aufschlüsse darüber geben, dass umsatzstärkere Produktgrößen gefragt sein könnten“, sagt Axel Weber und rät dazu, solche Wünsche zu notieren und spätestens bei einer Häufung zu reagieren.

### Das Kennenlern-Prinzip

Wer fragt, kriegt Antwort. Gespräche mit Kund:innen geben Auskunft darüber, wer die Käufer:innen sind und warum sie in den Shop kommen. „Man könnte beispielsweise heraus-

finden, dass jemand kommt, weil kein Einzelhandel in der Nähe ist. Nehmen wir an, es werden Brötchen gekauft. Kommt das öfter vor, könnte man einen Sonntagsbrötchendienst erwägen“, erklärt Axel Weber die kreativen Möglichkeiten der Geschäftsausdehnung für alle, die ihre Kund:innen besser kennen.

### Die Kundenbindung

Über Kundenumfragen mit einer Handvoll einfacher strukturierter Fragen wie etwa „Finden Sie bei uns im Shop alles, was Sie brauchen?“ und „Falls nein, was vermissen Sie?“ können Zufriedenheit und die Kundenbindung an einen Shop überprüft werden. „Es geht darum, herauszufinden, wie zufrieden Kund:innen mit dem Shop sind und welche Wünsche unbefriedigt sind“, sagt Axel Weber. Umfragen signalisieren zudem Interesse am Kundenwohlgehen.

Ein gutes System, anhand dessen man das Kundenglück noch genauer überprüfen kann,

ist das Kano-Modell (siehe Kasten rechts), denn es liefert auch Aufschlüsse zu unerfüllten Erwartungen und den damit verbundenen Möglichkeiten, Angebot und Qualität eines Shops zu verbessern.

Axel Webers Fazit zu den im Kano-Modell beschriebenen Merkmalen eines Shops: „Zufriedenheit entsteht nicht automatisch. Man muss die Motivatoren der Kund:innen treffen. Das gelingt am besten mit Kreativität bei den Begeisterungsmerkmalen und Aufmerksamkeit bei den Rückweisungsmerkmalen, denn die sind über Kundenkritik erfass- und abstellbar.“

Webers wichtigster Tipp zum Schluss: „Besonders freuen sollten Shopbetreiber:innen sich über negative Kritik, denn nur die



Foto: Shutterstock



## Für FRESHEN Umsatz



50/12er Dose  
LL Art.-Nr. 623123



50/12er Dose  
LL Art.-Nr. 623134



50/12er Dose  
LL Art.-Nr. 623122



50/12er Dose  
LL Art.-Nr. 623120



30/10er Packung  
LL Art.-Nr. 636938



30/10er Packung  
LL Art.-Nr. 623144



30/10er Packung  
LL Art.-Nr. 623143



30/10er Packung  
LL Art.-Nr. 623142

wenigsten äußern sie direkt im Shop.“ Die meisten tun das eher im Bekanntenkreis oder am Arbeitsplatz – schlecht für den Shop! Webers Überzeugung: „Es ist ein bisschen wie im Restaurant, wo idealerweise kurz nach dem Servieren einmal gefragt wird, ob alles recht ist. Kommt die Frage erst nach dem Essen, ist es meist zu spät.“



Weitere Artikel mit Tipps zum richtigen Umgang mit Mitarbeitenden und Kundinnen und Kunden finden Sie in unserem Online-Magazin auf [lekkerland.de/magazin](http://lekkerland.de/magazin).

Das Thema der nächsten Ausgabe:  
DIE KUNST DER WERBUNG – was Kund:innen wirklich anspricht

### GUT ZU WISSEN:

## In fünf Schritten zum Kundenglück

Nach dem Kano-Modell besitzen Kundenanforderungen fünf verschiedene Merkmale:

- 1 BASISMERKMALE**  
Die sogenannten Basismerkmale eines Shops – etwa eine freundliche Bedienung – werden von den Kund:innen als selbstverständlich erachtet.
- 2 LEISTUNGSMERKMALE**  
Als Leistungsmerkmale gelten Dienstleistungsmerkmale, die von Kund:innen erwartet werden und direkt Unzufriedenheit vorbeugen. Etwa eine attraktive Preisgestaltung oder ein breit gefächertes Sortiment.
- 3 BEGEISTERUNGSMERKMALE**  
Begeisterungsmerkmale werden von Kund:innen nicht erwartet, aber sehr geschätzt. Darunter fällt zum Beispiel das Angebot bekannter Lieblingsprodukte von Stammkund:innen.
- 4 UNERHEBLICHE MERKMALE**  
Die unerheblichen Merkmale haben keinen Einfluss auf die Zufriedenheit von Kund:innen. Sie liefern keinen Mehrwert und sind wie ein Mülleimer einfach da.
- 5 RÜCKWEISUNGSMERKMALE**  
Solche Kriterien sind erheblich, weil sie direkt zu Unzufriedenheit bei Kund:innen führen. Häufig abgelaufene Waren, beschädigte Produkte oder unfreundliches Personal können dazu führen, dass sich Kund:innen vom Shop abwenden.

# FIT AUS DEN FEDERN: BEREIT FÜR DEN TAG

1

## Energie durch Bewegung

Auch regelmäßige körperliche Betätigung kann das Energieniveau steigern. Denn Sport fördert die Durchblutung und die Bildung neuer Hirnzellen. So kann das Gehirn besser arbeiten. Tipp: klein anfangen! Zehn Minuten Morgengymnastik mit Anregung durch eine App oder ein Youtube-Video sind ein guter Auftakt.



Wer morgens oft früh aufstehen muss, der kennt die Herausforderungen: Mag nicht, will nicht, kann nicht. Hier kommen fünf ANREGUNGEN FÜR EINEN BESSEREN START IN DEN TAG.



2

## Energie durch Schlaf

Eine erholsame Nachtruhe tut gut. Laut der US-amerikanischen Nationalen Schlafstiftung (NSF) sollten es für Erwachsene mindestens sieben Stunden Schlaf sein. So können sich Kopf und Körper am besten erholen, sind morgens wieder fit und halten Belastungen im Job besser stand.

3

## Energie durch Ernährung

Das ideale Frühstück besteht aus Flüssigkeit, Gemüse oder Obst und Vollkorn. Letzteres hilft, den Blutzuckerspiegel konstant zu halten und den Körper über längere Dauer mit Energie zu versorgen.

4

## Energie durch Musik

Sie sind Morgenmuffel und reden am Tagesbeginn nicht gerne viel? Dann hören Sie sich doch in Stimmung: Bei Spotify, Youtube und weiteren Anbietern gibt es spezielle Morgenmusik-Mixe für jeden Geschmack, mit denen man chillig, klassisch oder auch dynamisch in den Tag startet. Wichtig: Hören Sie morgens Musik, die Sie in eine gute Stimmung versetzt.

5

## Energie durch Freude

Eine lange Arbeitswoche voraus? Wie wäre es mit Vorfreude auf ein besonderes Ereignis, die Sie beschwingter aus dem Bett federn lässt? Endlich mal wieder einen Kinobesuch planen, ein Essen mit guten Freunden verabreden oder einfach ein kleines Verschönerungsprojekt in den eigenen vier Wänden angehen? Sogar das Aufstehen fällt leichter, wenn Vorfreude im Spiel ist, denn: Sie wirkt wie ein Stresspuffer.








# QUALITÄT IST ANSPRUCH, MARKE LEIDENSCHAFT.

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

## ARTIKEL INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt / Packart
051163		Mozzarella Stange 45%	1/300g Bt
674171		Gouda 48% 20g Scheiben	1/1kg Pg
394074		Régal des Moines	1/250g St




# Der **BeGIN** einer neuen **Erfolgsstory!**



**Blue Soul – für die  
perfekte blaue Stunde.**

ARTIKEL  
INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
622063		Blue Soul Gin 40% vol. <b>NEU</b>	6/0,7 L Fl.

 **Lekkerland**  
the convenience company



## KLEINE GESCHENKE, GROSSER UMSATZ!

Mit den Geschenkartikeln von amv lassen sich rund ums Jahr Topumsätze generieren. Ab Seite 50 lesen Sie, mit welchen Mitbringseln im Sortiment Sie Ihre Kundinnen und Kunden begeistern können.

### TK-BOOM IM AUSSER-HAUS-MARKT:

## Der Absatz von Backwaren, Pizza und Co. wächst

Die Nachfrage nach tiefgekühlten Fertiggerichten, Snacks und Pizzen ist insgesamt so hoch wie nie. Zu verdanken ist das dem wachsenden Absatz von TK-Produkten im Außer-Haus-Markt.

Hier kommen ein paar interessante Zahlen:

Bei  
**38,9**  
PROZENT

der im Außer-Haus-Markt abgesetzten Tiefkühlprodukte handelt es sich um Backwaren. Es folgen mit 12,1 Prozent Fleisch-, Wild- und Geflügelprodukte und mit 11,6 Prozent Snacks wie Hamburger.\*

**14,9**  
PROZENT

mehr TK-Produkte als 2021 wurden 2022 im Außer-Haus-Markt abgesetzt. Insgesamt waren es rund 1,93 Millionen Tonnen.\*

**8,33**  
MILLIARDEN EURO  
wurden 2022 im Außer-Haus-Markt mit TK-Ware umgesetzt.\*

**47,7**  
KILO

TK-Gerichte aßen die Menschen in Deutschland pro Kopf im vergangenen Jahr - mehr als je zuvor!

# MEHRWEG GANZ EINFACH ZURÜCKGEBEN!

Einfach zu managen für Shops, attraktiv für die Kundschaft: Mit „Einfach Mehrweg“ bietet Lekkerland eine SICHERE UND BEQUEME MEHRWEG-LÖSUNG an.

**D**ie Becher im Regal direkt neben der Kaffeemaschine fallen sofort ins Auge. In drei Größen stehen sie hinter dem Tresen im Break Autohof Hamburg-Nordheide übereinander gestapelt. Der topmoderne Autohof in der Lüneburger Heide hat erst im Juni 2023 seine Pforten geöffnet – und bietet seiner Kundschaft seitdem Kaffee auch in Mehrwegbechern aus Lekkerlands Full-Service-Lösung unter der Marke „Einfach Mehrweg“ an.

„Wir haben den Anspruch, der modernste Autohof in Europa zu sein – und da gehört Mehrweg natürlich dazu“, sagt Andreas Hecker, Leiter des Autohofs Hamburg-Nordheide. Das Mehrweg-Angebot werde von der Kundschaft – Trucker, Geschäftsreisende, Familien sowie Ortsansässige – gut angenommen. Hecker lobt vor allem, dass er selbst keinen Aufwand mit der Reinigung hat und sich darauf verlassen kann, dass die Becher stets in hygienisch einwandfreiem Zustand geliefert werden. „Wir und unsere Kund:innen haben immer ein gutes Gefühl“, sagt er.

## Speziell abgestimmt

Seit Anfang 2023 müssen Shops in Deutschland ihrer Kundschaft laut Gesetz To-go-Getränke und -Snacks auch in Mehrwegverpackungen anbieten. Lekkerland ist dafür eine Partnerschaft mit dem Anbieter Sykell eingegangen, der „Einfach Mehrweg“ betreibt. Logistik und Säuberung übernimmt REMONDIS für Lekkerland. Die Mehrweg-Lösung ist für Shops einfach zu nutzen – und zugleich attraktiv für Konsument:innen. Sie steht allen Lekkerland Kund:innen zur Verfügung. „Durch die Anlehnung der



„Unsere Lösung ist speziell auf die Bedürfnisse unser Kund:innen abgestimmt.“

**SVENJA GUBISCH**  
Managerin Marketing Foodservice,  
Lekkerland SE

Logistik an den gelernten DPG-Prozess sowie durch die hygienische Spülung der Behälter ist die Lösung speziell auf die Bedürfnisse unsere Kund:innen abgestimmt“, sagt Svenja Gubisch, als Managerin Marketing Foodservice und Teil des Projektteams bei Lekkerland auch für

„Einfach Mehrweg“ verantwortlich. „Convenience steht somit auch hier im Vordergrund – einfach, kundenfreundlich, nachhaltig.“

## Verlässliche Rückgabe

Die Lösung funktioniert denkbar einfach (siehe Grafik). Zur Nutzung ist keine App oder Registrierung erforderlich. Shopbetreiber:innen bestellen bei Lekkerland Mehrweggebinde sowie Pfandsäcke auf den üblichen Bestellwegen – und das ganz ohne Monatspauschale oder Vertrag. Kund:innen zahlen nur das, was sie auch bestellen (Pay-per-use). Im Angebot sind Becher in den Größen 200 ml, 300 ml und 400 ml für 1 Euro Pfand sowie Mehrwegbehälter für To-go-Snacks für 2,50 Euro Pfand. Dazu kommen Mehrwegdeckel, die Konsument:innen kaufen und für ihren Kaffee wiederverwenden können. Alle Bestandteile sind in Deutschland produziert und lebensmittelecht.

Benutzte Becher und Behälter können im Shop sowie in REWE-Märkten am Pfandautomaten abgegeben werden. Damit funktioniert die Rückgabe so verlässlich wie die von



**KUNDENFREUNDLICH**  
Für die Mehrwegbecher in drei verschiedenen Größen zahlen Ihre Kund:innen lediglich 1 Euro Pfand. Bei Bedarf sind auch Mehrwegschalen erhältlich. Für diese zahlen Ihre Kund:innen nur 2,50 Euro Pfand.



„Wir haben den Anspruch, der modernste Autohof in Europa zu sein – und da gehört Mehrweg natürlich dazu.“

**ANDREAS HECKER**  
Betriebsleiter,

Break Autohof Hamburg-Nordheide



Weitere Informationen zur Mehrweg-Lösung von Lekkerland finden Sie auf [lekkerland.de/mehrweg](http://lekkerland.de/mehrweg). Per Scan des nebenstehenden QR-Codes gelangen Sie direkt dorthin.

Pfandflaschen. Und weil künftig weitere Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen als Partner dazukommen werden, wird die Lösung mit mehr Rücknahmestellen auch noch immer leichter zu nutzen – und damit ansprechender.

Neue Becher und Schalen erhalten Shops maschinell gespült zurück, garantiert hygienisch mit Qualitätssicherung und dank der zentralen Spüllogistik ohne eigenen Aufwand. So können Shops und Tankstellen sicher alle gesetzlichen Anforderungen erfüllen.

### Kostenlose Werbemittel

Alle Shops mit Mehrwegalternativen haben eine Hinweispflicht und müssen prominent auf ihre Mehrwegangebote hinweisen. Für Neukunden bietet Lekkerland daher ein kostenloses Werbemittel-Starterpaket, zu dem auf Wunsch Türaufkleber, Plakate oder Becherhalterungen für den Thekenbereich gehören. „So unterstützen wir die Kund:innen dabei, das Verpackungsgesetz korrekt umzusetzen – und zusätzlich einen Beitrag zu Umwelt- und Klimaschutz zu leisten“, sagt Svenja Gubisch von Lekkerland.

### Die wichtigsten Vorteile auf einen Blick:

- ✓ Logistik angelehnt an den gelernten DPG-Prozess
- ✓ Hygienesichere Spülung der Behälter durch externe Spüllogistik – wir übernehmen das für Sie
- ✓ Keine App/Registrierung erforderlich – einfach Behälter bestellen und loslegen
- ✓ Kostenloses Werbemittelpaket für Neukund:innen – zur Erfüllung Ihrer Hinweispflicht am POS
- ✓ Rückgabe bei allen Systempartnern bundesweit möglich, unter anderem auch über Leergut-Automaten in REWE-Märkten



### RÜCKNAHME UND REINIGUNG

### Wir machen das schon

Wer Mehrwegbecher in Umlauf bringt, ist nach den geltenden Hygiene-Richtlinien für deren Sauberkeit verantwortlich. Mit unserer externen Spüllogistik unterstützen wir Shopbetreiber:innen dabei, indem wir unkompliziert die Rücknahme und Reinigung der Becher übernehmen – und im Gegenzug stets hygienisch sauberes Geschirr zur Verfügung stellen.

## BEQUEMER KREISLAUF

# So funktioniert das Mehrweg-System von Lekkerland



ZÄHLEN, SORTIEREN, PFANDABWICKLUNG & REINIGUNG



ABHOLUNG UND LAGERUNG DER MEHRWEGBECHER



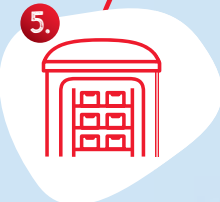
LIEFERUNG DER MEHRWEGBECHER



VERKAUF VON GETRÄNKEN IN MEHRWEGBECHERN



RÜCKNAHME DER MEHRWEGBECHER



NEUSTART KREISLAUF



Ausgezeichnet: „Einfach Mehrweg“ ist mit dem „Blauen Engel“, dem Umweltzeichen der Bundesregierung, und dem „ECR Sustainability Award“ von GS1 Germany gewürdigt worden.



## ZUSATZVERKÄUFE

# HOHE KUNST DER RICHTIGEN FRAGEN

Mit passenden Vorschlägen an die Kundschaft können Sie Ihren Umsatz steigern. Wie Sie RICHTIG AKTIV VERKAUFEN, zeigt Ihnen ein Workshop an der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie.



**D**ie Frage „Wie wäre es mit einem Croissant zum Kaffee?“ an die Kundin oder den Kunden gehört mittlerweile für immer mehr Mitarbeitende in Shops und Tankstellen zum Standard. Und das zu Recht. Mit den richtigen Fragen und Angeboten zum passenden Moment lässt sich Ihre Kundschaft nämlich für zusätzliche Käufe begeistern.

Der Grund: Nur selten kommt jemand mit einer Einkaufsliste in Tankstellen, Kioske und andere Convenience-Shops. Rund die Hälfte aller Kaufentscheidungen fällt spontan im Laden – angeregt auch durch freundliche und kommunikative Verkäufer:innen mit den richtigen Fragen oder Vorschlägen.



„Manche Käufe schreien geradezu nach einer Ergänzung – dem sogenannten Cross-Selling.“

**AXEL WEBER**  
Trainer und Coach im Personalbereich,  
Lekkerland SE

„So simpel sich das auch anhört, die Umsetzung ist eine hohe Kunst“, sagt Susanne Witzmann von der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie. Im November bietet die Fortbildungseinrichtung dazu den passenden Workshop „Service und Kommunikation – Umsätze steigern durch aktives Verkaufen und Zusatzverkäufe“ an (siehe Kasten).

### Kundschaft nicht überfordern

So sollten Sie Ihre Kundschaft nicht mit vielen Vorschlägen überfordern oder mit einem langwierigen Frage-Antwort-Spiel aufhalten. Gelungenes aktives Verkaufen beginnt vielmehr mit dem optimalen Zeitpunkt für eine Frage oder einen Vorschlag. Dieser ist vor dem Scannen bereits gewählter Produkte. Denn wenn Sie damit begonnen haben, signalisieren Sie der Kundin oder dem Kunden, dass der Kauf nun abgeschlossen ist und es jetzt ans Bezahlen geht.

„Beim Angebot eines Zusatzprodukts sollten offene Fragen gestellt werden, um Konsument:innen in der Entscheidung nicht einzuzwingen“, erläutert Lekkerland Experte Axel Weber, der regelmäßig Mitarbeitende von Tankstellen- und Convenience-Shops coacht. Also nicht: „Darf es noch etwas dazu sein?“, sondern: „Was darf ich Ihnen noch zu trinken anbieten?“

### Konkrete Vorschläge

Noch besser sind konkrete Vorschläge. „Manche Käufe schreien geradezu nach einer Ergänzung – dem sogenannten Cross-Selling“, sagt Axel Weber. Etwa: ein passendes Getränk zum Snack oder ein Feuerzeug zur Packung Zigaretten. Dabei sollte die Tageszeit berücksichtigt werden. Das heißt: Kaufen Kundinnen



„Mit aktivem Verkaufen kann man den eigenen Umsatz im Shop beträchtlich steigern.“

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

und Kunden am Morgen ein belegtes Brötchen, ist es sinnvoll, einen Kaffee dazu anzubieten. Findet der Kauf aber am Abend statt, passt das Angebot eines Feierabend-Biers besser.

„Zum erfolgreichen aktiven Verkaufen an der Kasse gehören gute Kommunikation und etwas Fingerspitzengefühl“, fasst Susanne Witzmann von der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie zusammen. „Damit kann man den eigenen Umsatz im Shop beträchtlich steigern.“



### Seminar Service und Kommunikation

Kundschaft ansprechen, überzeugen und zu weiteren Käufen anregen: Wie das geht, erfahren Sie am 14. November 2023 beim eintägigen Seminar „Service und Kommunikation – Umsätze steigern durch aktives Verkaufen und Zusatzverkäufe“ in der Lekkerland Convenience Foodservice Akademie.

Für die Anmeldung und bei Fragen zur Akademie wenden Sie sich per Mail an:  
kontakt.akademie@lekkerland.de



In der kommenden Ausgabe von Mein Shop erfahren Sie, wie Sie mit Hygiene Ihre Kundschaft überzeugen und dabei die gesetzlichen Vorgaben einhalten.

# STARKE POS-UNTERSTÜTZUNG MIT TOLLEN PREISEN

SCANNEN, UM  
ZU GEWINNEN



# Asian Blast

Art-Nr. 618714 6

THE ORIGINAL  
FLAVOUR EXPLOSION

Art-Nr. 453165 8



NISSIN

**CUP  
NOODLES**  
カップヌードル

Zeitraum 01.10.23 - 31.03.24, Mindestalter für die Teilnahme 18 Jahre, Wohnsitz in der EU oder Schweiz (ausgenommen Mitarbeiter von Nissin Foods GmbH oder deren Angehörige). Näheres zu den Teilnahmebedingungen unter [www.nissincupnoodleswin.com](http://www.nissincupnoodleswin.com).



# PERFEKT FÜR JEDEN SHOP

Unsere BELIEBTEN EIGENMARKEN ergänzen jedes Sortiment mit hochwertigen Alternativen zu Markenartikeln.

1

2

3



## GUTE WEINE ZU GUTEN PREISEN

Ob der elegante Spätburgunder, der fruchtige Dornfelder oder der leichte Portugieser Rosé - sie alle bieten ein ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis.

- 1 Pfalz, Hohenstauffer Dornfelder, QbA, lieblich, rot, 6 x 1,0 l Fl. (Art.-Nr. 710663)
- 2 Pfalz, Hohenstauffer Spätburgunder, QbA, trocken, rot, 6 x 1,0 l Fl. (Art.-Nr. 192427)
- 3 Pfalz, Hohenstauffer Portugieser Rosé, QbA, mild, rosé, 6 x 1,0 l Fl. (Art.-Nr. 345031)

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





#### BLUMIGE NOTEN

Der Müller-Thurgau ist der perfekte Begleiter zu Meeresfrüchten und Geflügel.

4 Pfalz, Hohenstauffer Müller-Thurgau, QbA, mild, weiß, 6 x 1,0 l Fl. (Art.-Nr. 328843)

**P**reissensible Kundinnen und Kunden gibt es überall. An der Tankstelle ebenso wie im Kiosk um die Ecke oder in Getränkemarkten. Daher lohnt es sich für jeden Shop, neben Markenartikeln auch günstige Alternativen im Sortiment zu haben. So wie die hochwertigen Eigenmarken von Lekkerland. Das gilt auch für alkoholhaltige Getränke: Egal ob Bier, Spirituosen oder Wein – weil unsere Hausmarken qualitativ ebenbürtig mit vergleichbaren Markenprodukten sind, greifen Konsument:innen bei ihnen gerne zu. Das ist auch für Sie von Vorteil: Denn Sie profitieren dank einer attraktiven Handelsspanne von guten Erträgen, die Sie mit unseren Eigenmarken erzielen können.

### Deutscher Qualitätswein

Besonders beliebt bei Shopper:innen sind die deutschen Qualitätsweine unserer Eigenmarke Hohenstauffer. Erhältlich sind fünf Weißweine, zwei Rotweine und ein Rosé. Allesamt von hervorragender Güte – zu einem guten Preis!



#### GROSSE VIELFALT

Die Pfalz zeichnet sich durch ein mildes Klima aus, das ideale Bedingungen für den Weinbau bietet.

5 Pfalz, Hohenstauffer Silvaner, QbA, halbtrocken, weiß, 6 x 1,0 l Fl. (Art.-Nr. 344543) • 6 Pfalz, Hohenstauffer Pfälzer Landwein, halbtrocken, weiß, 6 x 1,0 l Fl. (Art.-Nr. 092068) • 7 Pfalz, Hohenstauffer Kerner, QbA, weiß, 6 x 1,0 l Fl. (Art.-Nr. 329622) • 8 Pfalz, Hohenstauffer Riesling, QbA, trocken, weiß, 6 x 1,0 l Fl. (Art.-Nr. 329444)

## NEU BEI MR. KNABBITS: NUSS-MIX IN DREI SORTEN

In handlichen 25-Gramm-Packs –  
PERFEKT FÜR UNTERWEGS.

**N**üsse sind wahre Kraftpakete: Sie machen lange satt und geben uns im Nu neue Power. Genau richtig also, wenn wir schnell Energie tanken wollen. Von der Lekkerland Eigenmarke Mr. Knabbits gibt es jetzt gleich drei neue Nuss-Mixe in handlichen 25-Gramm-Packungen – ideal als kleiner Snack unterwegs. Ob würzig mit Chili und Limette, geräuchert mit Salz oder süß mit Honig, für jeden Geschmack ist etwas dabei.

Weil die Nuss-Mixe aufgrund ihrer niedrigen Grammatur relativ günstig angeboten werden können, werden Ihre Kundinnen und Kunden ganz sicher nur zu gern zugreifen!

IN KÜRZE  
ERHÄLTlich



#### KNACKIG

Die neuen Nuss-Mixe von Mr. Knabbits sind in drei leckeren Geschmacksrichtungen erhältlich.

- 1 Mr. Knabbits Würziger Nuss-Mix Chili & Limette, 12 x 25 g Pg. (Art.-Nr. 637264) •
- 2 Mr. Knabbits Salziger Nuss-Mix geräuchert, 12 x 25 g Pg. (Art.-Nr. 637265) •
- 3 Mr. Knabbits Süßer Nuss-Mix mit Honig, 12 x 25 g Pg. (Art.-Nr. 637266)

# WEIN-WISSEN TO GO IN 10 SCHRITTEN ZUM KENNER

Wein zählt zu den beliebtesten Genussmitteln der Welt. Unser MINI-WEIN-GUIDE hilft Ihnen, sich in der attraktiven Vielfalt von Herkunftsländern, Reben, Qualitäten und Sorten zurechtzufinden – und Kundenfragen künftig souverän zu beantworten.

## 1 Es lebe die Rebe

Nur Getränke, die von Früchten der Weinrebe stammen, dürfen die Handelsbezeichnung „Wein“ tragen. Weine aus anderen Früchten müssen den Namen der vergorenen Frucht im Titel tragen wie beispielsweise der Apfelwein.\*

## 2

### Weltweite Vielfalt

Es gibt rund um die Welt mehr als 10.000 verschiedene Rebsorten, aber nur rund 50 spielen eine größere Rolle. Folgende fünf bilden die Spitzengruppe: Chardonnay und Riesling (Weißwein), Blauer Spätburgunder/Pinot Noir, Cabernet Sauvignon und Nebbiolo (Rotwein).\*

## 3 Wein, wie er allen gefällt

Wein lässt sich in fünf Hauptkategorien einteilen: Rotwein, Weißwein, Roséwein, Schaumwein (Champagner, Crémant, Sekt) und Dessertwein wie beispielsweise Portwein.

## 4 Wein vs. Schaumwein

Für den prickelnden Unterschied zwischen Wein (Rot, Weiß, Rosé) und Schaumwein sorgt ein zweiter Gärungsprozess oder aber der Zusatz von Kohlensäure.

## 5 Die Qualitätssiegel

In keinem Land wird die Weinqualität so stark differenziert wie bei uns. Die deutschen Prädikate sind auf dem Etikett zu lesen – hier in aufsteigender Reihenfolge: Kabinett, Spätlese, Auslese, Beerenauslese, Eiswein, Trockenbeerenauslese.

## 6

### 13 zum Verlieben

In Deutschland gibt es 13 Weinanbaugebiete. Das größte ist Rheinhessen mit 26.500 Hektar. Das kleinste die Hessische Bergstraße mit 450 Hektar.\*



1 Pfalz, Wegner Grauburgunder, QbA, trocken, weiß, 6 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 110918) • 2 Pfalz, Wegner Rosé, QbA, halbtrocken, rosé, 6 x 0,75 l Fl. (Art.-Nr. 113906) • 3 Pfalz, Wegner Dornfelder, QbA, trocken, rot, 6 x 0,25 l Fl. (Art.-Nr. 555024)



## 7 Federweißer, Sauser & Co.

Wein, der noch während des Gärungsprozesses getrunken wird, sogenannter Federweißer, Federroter, Rauscher, Sauser oder Sturm, wird immer beliebter.

## 8 Die Geschmacksgrade für Rot-, Rosé- und Weißweine

Trockene Weine enthalten maximal 4 g/l Restzucker, während halbtrockene Weine bis zu 12 g/l Restzucker beinhalten. Liebliche Weine übersteigen diese Werte und enthalten bis zu 45 g/l Restzucker.

## 9 Die Top-Weinländer

Die Europäer sind Spitze: Den meisten Wein produzierte 2022 Italien (49,8 Mio. Hektoliter) vor Frankreich (45,6 Mio. Hektoliter) und Spanien (35,5 Mio. Hektoliter). Deutschland lag mit 8,9 Mio. Hektolitern auf Platz neun.\*\*



### BESTSELLER

Wegner-Qualitätsweine und die französischen Landweine von Le Patron zählen zu den absoluten Topsellern bei Lekkerland.

4 FRZ Le Patron weiß, trocken, 6 x 1 l Fl. (Art.-Nr. 617927) •  
5 FRZ Le Patron rot, trocken, 6 x 1 l Fl. (Art.-Nr. 618038)

## 10 In Maßen gesund

Rotwein werden – in Maßen konsumiert – gesundheitsfördernde Wirkungen attestiert: Sein hoher Gerbstoffgehalt soll u. a. helfen, Arterienverkalkung zu verhindern und Infarkten und Schlaganfällen vorzubeugen.



Alles, was Sie für den erfolgreichen Verkauf von Wein in Ihrem Shop wissen müssen, erfahren Sie in unserem Online-Ratgeber: [Lekkerland.de/magazin/getraenke/wein-in-tankstelle-co-verkaufen-vielfalt-ist-gefragt/](https://Lekkerland.de/magazin/getraenke/wein-in-tankstelle-co-verkaufen-vielfalt-ist-gefragt/).



# GEBACKEN FÜR KNUSPRIGEN UMSATZ!

SNACKS FÜR UNBESCHWERTEN GENUSS

- Knusprig gebacken und nicht frittiert
- Ohne künstliche Aromen
- In 2 beliebten Sorten



Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
614607		Cracker Crisps Sour Cream	14/110 g Btl.
614609		Cracker Crisps Sweet Thai Chili	14/110 g Btl.

JACK DANIEL'S & COCA-COLA

# ZWEI WELTMARKEN IN EINEM

Beim neuen Ready-to-drink JACK DANIEL'S & COCA-COLA trifft erstmals das unverkennbare Aroma von Jack Daniel's Tennessee Whiskey auf den einzigartigen Geschmack von Coca-Cola.



**TRADITION**  
Schon seit 1866 wird Jack Daniel's Tennessee Whiskey im Süden der USA destilliert.

**T**radition, Geschmack und verantwortungsvoller Genuss: Jack Daniel's und Coca-Cola haben viel gemeinsam. Nicht nur finden sich die Wurzeln beider Getränke in den Südstaaten der USA. Beide gehören auch zu den bekanntesten Marken der Welt. In ihren jeweiligen Kategorien Spirituosen und Softdrinks belegen sie laut Interbrand-Studie 2022 jeweils Platz eins auf der Top-100-Liste der wertvollsten globalen Marken.

Und nun haben sich diese beiden Topmarken zusammengetan: Bei Jack Daniel's & Coca-Cola trifft jetzt erstmals das unverkennbare und angenehm milde Aroma von Jack Daniel's Tennessee Whiskey auf den einzig-

artigen Geschmack von Coca-Cola. Diese unschlagbare Mischung wird nun fertig gemixt im bekannten 330-ml-Dosenformat angeboten. Als Variante ist sie auch mit Coca-Cola Zero erhältlich. „Hinter dem neuen Jack Daniel's & Coca-Cola steckt der perfekte Match zweier ikonischer Marken, die beide Marktführer in ihrer jeweiligen Kategorie sind“, sagt Gabriele Wrede, Head of Jack Daniel's Germany beim Hersteller Brown-Forman Deutschland.

## Aufstieg zu Weltmarken

Die Geburtsstunden von Jack Daniel's und Coca-Cola liegen beide mehr als 100 Jahre zurück. 1866 stellte Jasper Newton „Jack“ Daniel in Lynchburg im US-Bundesstaat



**GESCHMACK**  
 Expertinnen und Experten sorgen für das angenehm milde Aroma von Jack Daniel's Tennessee Whiskey.



**UNVERKENNBAR**  
 Das Design der Dosen von Jack Daniel's & Coca-Cola präsentiert beide Marken.

- 1 DPG Jack Daniel's & Coca-Cola 10% vol., 24 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 636954)
- 2 DPG Jack Daniel's & Coca-Cola Zero 10% vol., 12 x 0,33 l Ds. (Art.-Nr. 636972)

Tennessee erstmals seinen selbst gebrannten Whiskey vor, den er zunächst in seiner Nachbarschaft verkaufte. Nur 20 Jahre später, 1886, entwickelte der Apotheker John Pemberton in Atlanta im Bundesstaat Georgia die Formel für Coca-Cola, die er zu Beginn als Sodamixgetränk in seiner Apotheke anbot.

Bald darauf trat Coca-Cola ihren Siegeszug zum beliebtesten Softdrink weltweit an. Spätestens seit den 1950er-Jahren steht sie vielerorts für Freiheit und Aufbruch. Währenddessen entwickelte sich Jack Daniel's zu einem der meistgefragten und bekanntesten Whiskeys rund um den Globus. Ob in Cocktails, klassischen Longdrinks oder pur getrunken – den echten Jack Daniel's Tennessee Whiskey genießen Menschen überall auf der Welt.

Der US-amerikanische Hersteller Brown-Forman, zu dem Jack Daniel's heute gehört, vertritt seit mehr als 150 Jahren solche hochwertigen Marken aus der Genusswelt. Hierzu zählen neben Jack Daniel's als weiterer US-Whiskey Woodford Reserve, aber auch Tequilas wie el Jimador und Herradura, der Rum Botucal oder Gin Mare und Fords Gin. Weltweit kümmern sich rund 5.600 Mitarbeiter:innen um die Marken, die in mehr als 170 Ländern vertrieben werden.

### Mix Nummer eins

Ob in Cocktails oder klassischen Longdrinks – schon seit Jahrzehnten verleiht der Tennessee Whiskey von Jack Daniel's unterschiedlichen Drinks aus aller Welt seine unverkennbare Note. Eine besonders beliebte Variante ist der Mix aus Jack Daniel's und Cola – oder auch

„Jack & Cola“, wie er gern genannt wird. „Als Longdrink ist der Mix die Nummer eins unter den Barklassikern“, sagt Gabriele Wrede von Brown-Forman. Nach Angaben des Herstellers ist Jack Daniel's & Cola als Longdrink das weltweit in Bars meistbestellte Mixgetränk.

Nachdem Jacky & Cola als Ready-to-drink lange mit anderer Cola erhältlich war, gibt es das Getränk nun erstmals mit der Marke Coca-Cola. Zusammen sind die zwei legendären US-amerikanischen Marken unwiderstehlich. Und als Jack Daniel's & Coca-Cola auch unverkennbar: Auf den neuen Getränkedosen werden Shopkundinnen und -kunden die beiden bekannten Marken sofort auffallen. Schließlich bilden die Dosen die Merkmale von beiden ab – das schwarze Design von Jack Daniel's Old No. 7 und das rote Coca-Cola-Logo in klassischer Spencer-Schrift.

Dieser Doppelpack aus zwei starken, bekannten Marken macht sich am besten in der Sichtzone der Getränkeabkühlung oder wegen seines Impuls-Charakters am Anfang des Spirituosensregals beziehungsweise als Zweitplatzierung für Impulskäufe. Damit Shopkundinnen und -kunden nach dem Kauf direkt genießen können, sollte Jack Daniel's & Coca-Cola am besten stets gut gekühlt verfügbar sein. Damit ist der Ready-to-drink die perfekte Mischung für zu Hause oder unterwegs – entweder auf Eis oder direkt aus der Dose.



**PERFEKTE MISCHUNG**  
 Gut gekühlt lässt sich Jack Daniel's & Coca-Cola zu Hause oder unterwegs genießen.

## MARKETING-PORTAL

# WERBEMITTEL SELBST GESTALTEN

Nur ein paar Klicks - und schon verfügen Sie über Ihre **EIGENEN PLAKATE UND DIGITALEN WERBEBANNER** für den Shop. Wie das geht? Ganz einfach, mit dem neuen Marketing-Portal von Lekkerland!

**D**er brandneue Energydrink steht gekühlt im Regal? Ihr Angebot an leckeren Kaffeespezialitäten ist startklar? Das Sortiment mit praktischem Autozubehör wartet auf Käuferschaft? Dann müssen jetzt nur noch die Verbraucher:innen darauf aufmerksam werden!

Das neue Marketing-Portal ist in das bekannte Lekkerland Kundenportal integriert und unterstützt Sie dabei, Ihre Kundschaft auf attraktive Produkte oder Angebote in Ihrem Shop hinzuweisen. Über das Portal können Sie professionell aussehende Werbemittel wie etwa Plakate oder digitale Banner für Ihren Shop erstellen - ganz einfach, ohne Extrakosten und in Eigenregie mit wenigen Klicks.

„Wir möchten den Geschäftserfolg unserer Kund:innen bestmöglich unterstützen“, erklärt

Stefan Heß, der als Head of Trade Marketing Shared Services bei Lekkerland auch für das neue Angebot zuständig ist. „Mit dem für alle unsere Kund:innen kostenlosen Marketing-Portal haben wir ein attraktives Werkzeug geschaffen, das ihnen die Möglichkeit gibt, ihr Shopsortiment modern und ansprechend zu bewerben.“

Auf dem Marketing-Portal können Sie Plakate oder Flyer in unterschiedlichen Größen

für bestimmte Produktgruppen wie Kaffee oder Autozubehör oder auch generell für Neuheiten im Sortiment gestalten. Auch Vorlagen für Öffnungszeiten oder Stellenanzeigen enthält das Portal. Daneben gibt es Allroundplakate, die Sie etwa in Thekenaufstellern, Straßenreitern oder im Schaufenster verwenden können, sowie saisonale Werbemittel und individuelle Themenplakate für Ihren Shop. Aber nicht nur das: Neben Werbemitteln auf Papier können



### DO-IT-YOURSELF

Wählen Sie einfach eine Vorlage aus, betexten Sie diese selber - und kurz danach können Sie ihre selbstgestalteten Plakate bereits im Shop aufhängen.



Sie auch ganz leicht digitale Plakate und Flyer für Social-Media-Kanäle wie Facebook oder Instagram erstellen. Auch Digital Signage als Bewegtbild-Animationen für die Screens im Shop gehören zum Angebot.

### Einfach und komfortabel

Das Erstellen ist denkbar einfach und komfortabel. Wählen Sie einen Anlass und ein Format aus und entscheiden Sie sich bei Plakaten noch zwischen Hoch- oder Querformat. Dann entscheiden Sie sich für einen passenden Hintergrund. Danach wählen Sie das entsprechende Produktbild aus. Dafür ist das Marketing-Portal mit einer umfassenden Bilddatenbank von Lekkerland verknüpft, die für nahezu jedes Produkt im Sortiment Bilder enthält.

Danach texten Sie eine knackige Überschrift oder einen Slogan sowie bei Bedarf einen kurzen Werbetext. Tragen Sie den Preis ein und fügen Sie auf Wunsch noch ein eigenes Logo ein. Und schon kombiniert die Anwendung alle Elemente zu einem fertigen Poster oder Werbebanner.



„Das Marketing-Portal ist ein attraktives Werkzeug, um das Shopsortiment ansprechend zu bewerben.“

**STEFAN HEß**  
Head of Trade Marketing Shared Services,  
Lekkerland SE

Es gibt auch fertige Motivvorlagen, zum Beispiel ein Hintergrundbild für „Gekühlte Getränke“ mit einer kühlen Bierflasche samt Kondenswasser. Oder aber ein Bild von knusprigen Croissants mit der Aufschrift „Täglich frische Backwaren! – Hier bei uns im Shop!“.

### Ausdruck oder digital

Die gestalteten Dokumente können Sie 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. Und dann heißt es nur noch: aufhängen beziehungsweise verteilen – und schon können Sie sichergehen, dass die Kundschaft Ihre attraktiven Angebote auch wirklich wahrnimmt.



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

**NEU!**

# Aoste

## SNACK DEN UNTERSCHIED



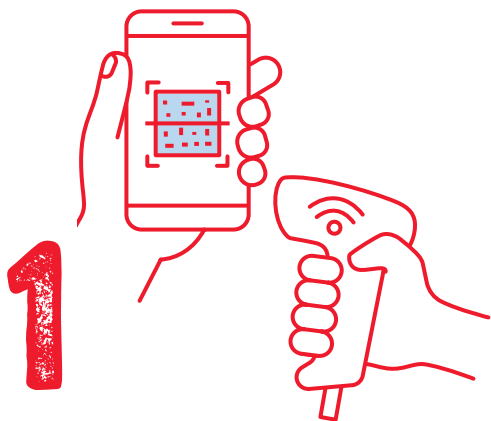
Stickado Brot Classique  
LL Art.-Nr. 640509  
12/45 g Stück

Stickado Brot Pikanto  
(nur als Vorbestellartikel verfügbar)  
LL Art.-Nr. 640508  
12/45 g Stück

# SHOPIDENT SCHNELL IDENTIFIZIERT!

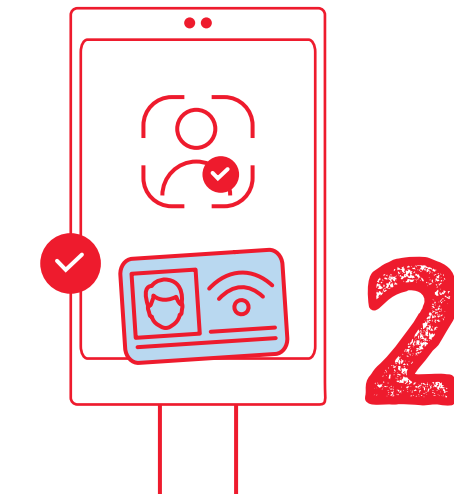
Mit ShopIdent können sich Kundinnen und Kunden bei Ihnen im Shop identifizieren. Über den Service sprechen Sie neue Kundschaft an - und GENERIEREN GANZ NEBENBEI ZUSATZEINNAHMEN.

Ein attraktives Extra für jeden Shop.



**B**islang war es für Ihre Kundinnen und Kunden zeitraubend und umständlich, wenn sie eine Prepaid-SIM-Karte aktivieren, ein Konto eröffnen oder eine Kreditkarte beantragen wollten. Um sich dafür eindeutig zu identifizieren, mussten sie in einer Postfiliale ihren Personalausweis vorlegen oder am eigenen Rechner einen Videochat führen oder ein Foto verschicken. Und dann teils tagelang auf das Ergebnis warten.

Mit ShopIdent können Sie Ihrer Kundschaft jetzt ein viel einfacheres Verfahren anbieten. Bei der Lösung, die Lekkerland und



der Payment Provider epay zusammen mit dem Anbieter IDnow entwickelt haben, identifiziert einfach eine Kassiererin oder ein Kassierer die Kundschaft vor Ort im Shop. Das geht in wenigen Minuten und lässt sich auch abends oder am Wochenende durchführen - zum Beispiel direkt nachdem jemand eine SIM-Karte gekauft hat. Schon nach einer 15-minütigen Onlineschulung sind Ihre Mitarbeitenden fit dafür.

## Ergebnis in Echtzeit

ShopIdent funktioniert ausschließlich mit den

Illustrationen: Shutterstock

JETZT NEU

# Fruchtig-frisch für beerenstarke Umsätze!



LL Art.-Nr.  
623311

LL Art.-Nr.  
623310





Kassenterminals TOP/AD für die Kundenseite und TOP/X für die Kassiererin oder den Kassierer. Ihre Kundschaft kommt mit einem QR-Code auf dem Handy in den Shop, den Sie oder Ihre Mitarbeitenden scannen. Auf dem Terminal erscheinen daraufhin die persönlichen Daten, die mit dem vorgelegten Personalausweis abgeglichen werden. Danach liest das Kundenterminal noch die Daten des Personalausweises aus - und fertig ist die Identifizierung. Das Ergebnis gibt es in Echtzeit. Ihre Kundinnen und Kunden können sich nebenbei noch einen Snack gönnen oder tanken.

Shops bieten damit einen zusätzlichen Service an, der auch für neue Kundinnen und Kunden interessant sein kann. Aber nicht nur das: Für jede erfolgreich abgeschlossene Onlineschulung erhält der oder die Mitarbeitende einen **Wunschgutschein über zehn Euro**. Darüber hinaus verdienen Sie **zwei Euro pro Identifikation als Zusatzeinnahme**. „Shop-Ident ist damit ein attraktives Extra für jeden Shop“, sagt Veith Huxohl, bei Lekkerland als Head of Product Management & Marketing e-va auch verantwortlich für ShopIdent.



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 zu Shop-Ident wenden Sie sich an Ihre:n gewohnte:n Ansprechpartner:in.

3



## In drei Schritten mit ShopIdent Geld verdienen:

- ✓ Scannen Sie den QR-Code, den Ihre Kundschaft vorlegt.
- ✓ Ihre Kundinnen und Kunden lassen den Personalausweis am Terminal lesen.
- ✓ Mit jeder Identifizierung verdienen Sie zwei Euro.



**Prinzen Rolle. Die Rolle deines Lebens.**



**JETZT  
NEU!**

**FÜR DIE EWIGKEIT**  
Weil die künstlichen Rosenköpfe von Rosenherz und Rosenbär für immer „blühen“, sind diese Liebesbeweise was für die Ewigkeit.

- 1 Rosenherz Rot DIG 15 cm, 1 St. (Art.-Nr. 618871) •
- 2 Rosenbär Rot DIG 25 cm new, 1 St. (Art.-Nr. 618872)



**DAUERHAFT  
KONSERVIERT**  
Für die Smeraldino-Rosen werden echte Rosen dauerhaft konserviert – so behalten sie ihre lebendige Natürlichkeit für sehr lange Zeit.

- 3 Smeraldino-Rose 30 cm rot, 3 x 1 St. (Art.-Nr. 620059)

**MIT ROSENDUFT**  
Auch die Duftkerze im Glas in Herzform ist ein liebevolles Geschenk für einen ganz besonderen Menschen.

- 4 Duftkerze im Glas, 1 St. (Art.-Nr. 618547)

# KLEINE GESCHENKE, GROSSER UMSATZ!

Mit den GESCHENKARTIKELN von amv lassen sich rund ums Jahr Top-Umsätze generieren.



**MIT ROTEM HERZ**  
Ob mit oder ohne Schriftzug auf dem Herzen – die süßen Plüschbären muss man einfach lieb haben!

- 5 Bär mit Herz weiß 28 cm, 1 St. (Art.-Nr. 621665)
- 6 Bär mit Herz braun 18 cm, 2 x 1 St. (Art.-Nr. 625038)

**Ü**ber ein Mitbringsel freut sich jeder – sei es als Dankeschön für einen Gefallen oder einfach als kleine Aufmerksamkeit zwischendurch. Von der 100-prozentigen Lekkerland Tochter amv gibt es allerhand Schönes, Nützliches und Trendiges für Ihre Shopkund:innen. Neben Souvenirs und Spielwaren gehört dazu beispielsweise auch Elektronikzubehör. Richtig romantisch wird es mit den Produkten der „just love“-Kollektion. Dazu zählen unter anderem Mini-Liebesbeweise in Herzform, kuschelige Teddys, rote Rosen und Duftkerzen im Glas.



**AUS SAMTWEICHEM  
PLÜSCH**  
Das kuschelige Plüschherz sagt zu jedem Anlass: „Ich liebe Dich“.

- 7 Plüschherz 18 cm, 6 x 1 St. (Art.-Nr. 625324)



## Funkos: neu und nur bei amv!

Egal, ob Ihre Kundschaft Pokémons liebt oder ob unter ihnen Marvel- oder Mickey-Mouse-Fans weilen – mit Funko Pop!-Figuren im Sortiment können Sie bei Serien-, Film- und Gaming-Fans punkten. Funkos bestehen aus Vinyl und sind im Durchschnitt 10 cm hoch. Das Besondere an ihnen ist der überdimensionale Kopf. Jetzt ist die weltweit meistverkaufte Sammelfigur endlich auch im Tankhandel erhältlich – exklusiv über amv.



**FÜR SAMMLER UND SCHENKER**  
Die Zielgruppe für Funko Pop!-Figuren ist extrem breit: Jung und Alt, Frauen und Männer – alle lieben sie gleichermaßen.

1 FunkoPOP Mystery Mini Harry Potter Display 12 Stück, 12 x 1 St. (Art.-Nr. 631748) • 2 FunkoPOP Keychain Mickey Mouse, 1 St. (Art.-Nr. 618685) • 3 FunkoPOP Keychain Iron Man, 1 St. (Art.-Nr. 631749) • 4 FunkoPOP Star Wars Child, 3 x 1 St. (Art.-Nr. 620063) • 5 FunkoPOP No Way Home Spider-Man, 3 x 1 St. (Art.-Nr. 625177) • 6 FunkoPOP Pokemon S1 Pikachu, 3 x 1 St. (Art.-Nr. 617597)



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



# AKKU LEER?

## ZWISCHENDURCH



Artikel	Art.-Nr.	Barcode	Hersteller-UVp
BiFi Original XXL 30x40g	649996		EUR 1,80
BiFi Roll XXL 24x75g	152863		EUR 2,50
BiFi Carazza XXL 16x75g	510958		EUR 2,50
Jack Link's Beef Bar Original 14x22,5g	638795		EUR 1,80

## TREND-RADAR

# GESUNDHEITS- BEWUSSTER KONSUM

Unterwegs schnell einen Snack – aber bitte frisch, leicht, lecker und nachhaltig: **GESUNDHEITS-BEWUSSTER KONSUM IST STARK IM KOMMEN**, auch unterwegs. In dieser Folge von Trend-Radar erklären wir, was es damit auf sich hat – und wie Ihr Shop von der Entwicklung profitieren kann.



1.

### Um welchen Trend geht es?

Anstelle der drei klassischen Mahlzeiten snacken Verbraucher:innen immer häufiger unterwegs – und wollen dabei nicht auf frische, leckere Nahrungsmittel aus fairer Produktion verzichten. „Zunehmend mehr Konsument:innen möchten so das eigene Wohlbefinden fördern und sich zugleich umweltfreundlich beziehungsweise klimaschonend ernähren“, sagt Merle Baumgarten, die als Head of Category Management Foodservice Kund:innen bei der Zusammenstellung des Bistro-Sortiments berät. Laut einer forsa-Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft hat jeweils rund die Hälfte aller Konsument:innen solche Produkte ausgewählt, weil sie gut für das Klima (54 Prozent) und für die Gesundheit (47 Prozent) seien. Dazu kommt der wachsende Wunsch nach Transparenz bei der Herstellung und Herkunft sowie nach Information über Zutaten, Inhaltsstoffe und Nährwerte. „Immer mehr Verbraucher:innen wünschen sich, dass ihre Snacks so nachhaltig wie möglich in der Rezeptur und der Herstellung sind“, sagt Lekkerland Expertin Merle Baumgarten.



„Immer mehr Verbraucher:innen wünschen sich, dass ihre Snacks so nachhaltig wie möglich sind.“

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

2.

### Was bedeutet das für Shops?

Vor allem rein pflanzliche Produkte und vegane Konzepte erobern den Markt. Damit wird das Angebot für gesundheitsbewusstes Snacking größer: Es gibt mehr Vielfalt an vegetarischen und veganen Produkten – vom veganen Croissant mit Blaubeer-Füllung bis zum fleischlosen Schnitzel. Dazu gehören auch entsprechende Optionen im Foodservice-Bereich. Zugleich steigt die Erwartung der Verbraucher:innen, dass sie in einem modernen Convenience- oder Tankstellen-Shop beziehungsweise in einem Kiosk, der auf der Höhe der Zeit sein möchte, auch entsprechende Angebote vorfinden. „Mit dem Angebot wächst also die Nachfrage – und andersrum“, sagt Lekkerland Foodservice-Expertin Merle Baumgarten.

### 3.

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

Da die Nachfrage steigt, können Shops mit dem richtigen Sortiment an vegetarischen und veganen Angeboten ihren Absatz und Umsatz steigern. „Zudem können sie sich vom Wettbewerb absetzen und die aktuellen Bedürfnisse der Zielgruppe von heute und morgen bedienen“, sagt Lekkerland Expertin Merle Baumgarten. Damit das klappt, rät sie dazu, zunächst vor allem auf gelernte Klassiker zu bauen und Komponenten durch vegane Alternativen zu ersetzen – zum Beispiel, indem das klassische Schnitzelbrötchen auch mit einem veganen Schnitzel angeboten wird. Bekannte Speisen in veganer Form kommen besser an als Speisen mit besonderen, vielleicht unbekanntem Zutaten. So begeistern Sie nicht nur Ihre bereits bestehende Kundschaft, sondern Sie können auch neue ansprechen.

### 4.

#### Welche Herausforderungen gibt es?

„Die Aufgabe liegt vor allem darin, die gesunden und nachhaltigen Alternativen besonders attraktiv und schmackhaft zu gestalten, sodass das Angebot nach wie vor genussvoll ist“, sagt Lekkerland Expertin Merle Baumgarten. Zudem möchte die Kundschaft auf einen Blick erfassen, ob ein Shop etwas für sie im Angebot hat. Vegane, vegetarische und pflanzenbasierte Produkte sollten daher eindeutig durch Aufsteller oder Fähnchen ausgewiesen werden. Auch um sich leichter orientieren zu können, bevorzugen viele Käufer:innen von vegetarischen und veganen Produkten, dass diese getrennt von den herkömmlichen Produktvarianten ausliegen.



Einen Ratgeber zum erfolgreichen Verkauf von vegetarischen und veganen Produkten finden Sie im Online-Magazin von Lekkerland. Per Scan des QR-Codes kommen Sie direkt zum Text.

# 54

**PROZENT**

der Konsument:innen wählen vegetarische und vegane Produkte, weil diese gut für das Klima sind.

### 5.

#### Was finden Shopbetreiber:innen dazu im Sortiment von Lekkerland?

Damit Sie als Shopbetreiber:in den Trend für sich nutzen können, bietet Lekkerland passende Produkte und Rezepturvorschläge. Dafür erweitern wir – neben den bekannten vegetarischen Klassikern mit Gouda, Mozzarella oder Ei – das Snack-Sortiment kontinuierlich um pflanzliche Alternativen: von Aufstrich, Salat oder Belegartikeln wie etwa den Green Rosin-Falafelbällchen bis zu fertigen süßen Snacks wie dem veganen Croissant Blaubeere. Dazu kommen Topseller und Klassiker wie vegane Schnitzel- oder Burger-Alternativen.



# NACHHALTIGER GENUSS MEHRWEG- E-ZIGARETTEN

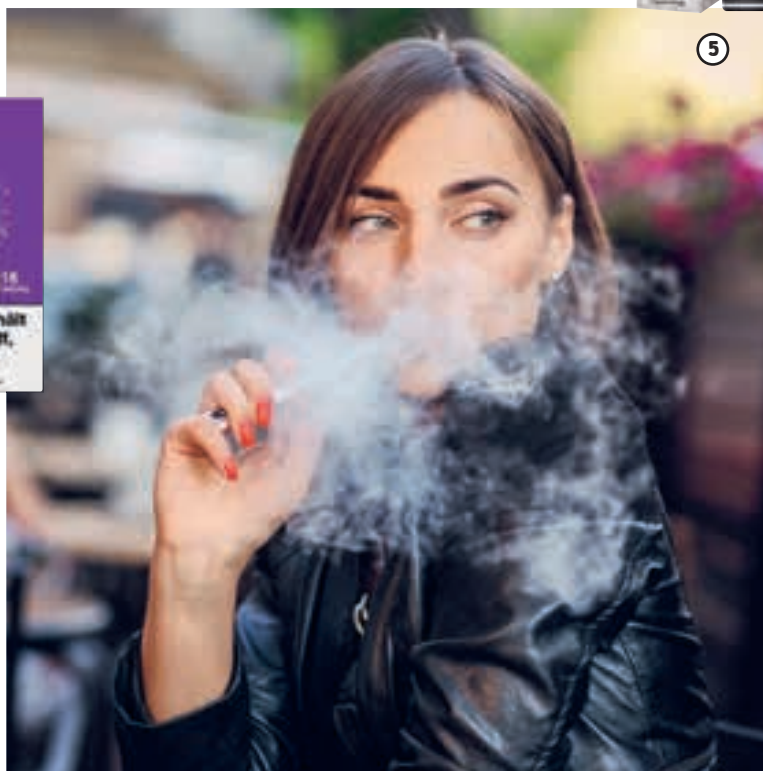
Viele Hersteller von Einweg-E-Zigaretten bieten jetzt auch MEHRWEG-VARIANTEN ihrer Einweg-Marken an.



### GUTE ALTERNATIVEN

Die Mehrweg-Alternative zur „Vuse GO“ von BAT ist der „Vuse ePod“. Von Reemtsma gibt es neben der Einweg-Lösung „blu bar“ das nachhaltigere System „blu 2.0“.

- 1 Vuse GO 700 Grape Ice 20 mg, 1 St. (Art.-Nr. 636246) •
- 2 Vuse PRO Caps Grape Ice 18 mg, 1 x 2er St. (Art.-Nr. 629313) •
- 3 blu bar Strawberry Ice 18 mg, 1 St. (Art.-Nr. 628508) •
- 4 blu 2.0 Liquidpod Strawberry Mint 18 mg, 1 x 2er St. (Art.-Nr. 634626)



### CLEVERE LÖSUNG

Auch von Elf Bar gibt es mit den „ElfaPods“ für das Pod-System „Elf Bar Elfa“ Alternativen zur Einweg-E-Zigarette. Das Pod-System „InnoCigs Eco“ hat einen stärkeren und wiederaufladbaren Akku als die des Einweg-Systems „InnoCigs 500“.

- 5 Elf Bar Elfa Akku 500 mAh schwarz, 1 St. (Art.-Nr. 634994) •
- 6 Elf Bar 600 Einweg-E-Zigarette Blue Razz Lemonade 20 mg, 1 St. (Art.-Nr. 624813) •
- 7 Elf Bar Elfa Pod Blue Razz Lemonade 20 mg, 1 x 2er St. (Art.-Nr. 635001) •
- 8 Die Einweg E-Zigarette InnoCigs 500 wird nicht mehr hergestellt. Alternativ können Kunden das nachhaltige InnoCigs ECO Pod System kaufen •
- 9 InnoCigs Eco Akku 900 mAh, 1 St. (Art.-Nr. 628406) •
- 10 InnoCigs Eco Pod Watermelon 17 mg, 1 x 2er St. (Art.-Nr. 628416)

**E**inweg-E-Zigaretten leisten im Sinne der „Harm Reduction“ einen großen Beitrag: Weil keine hohen Kosten anfallen und man sich nicht langfristig an ein Gerät/System bindet, greifen viele umsteigewilligen Raucher:innen bei ihnen spontan zu. Nicht immer einen leichten Stand haben die Wegwerfprodukte allerdings in Sachen Image.

Das ändert sich nun, denn viele beliebte Einweg-E-Zigaretten wie „Vuse GO“, „Blu bar“, „ElfBar 600“ oder „InnoCigs 500“ werden von ihren Herstellern neuerdings in derselben Aromenvielfalt auch (oder nur noch) als Mehrweg-Varianten mit wiederaufladbaren Akkus und Caps/Pods angeboten. Shopbetreiber:innen, die Kund:innen auf die Mehrweg-Alternativen hinweisen, haben die Chance, sie durch das neue Angebot an ihren Shop zu binden.



Alle hier gezeigten Produkte - sowie viele weitere Tabakwaren - können Sie rund um die Uhr auf [Lekkerland24.de](http://Lekkerland24.de) bestellen.



# Yum Yum<sup>®</sup>

Asian  
Cuisine  
Thailand's Original



The Original...  
with the legendary  
great taste



DIE NR.1 NUDELSUPPE AUS THAILAND



# Rotkäppchen

Der Moment seid ihr!

