

# Mein Shop

MEIN JOB • MEIN LEBEN • MEIN PARTNER

**22 CATEGORY CHECK**  
Das sind die Topseller  
im Bereich Wein

**30 TIEF DURCHATMEN!**  
Atemübungen zum Entspannen,  
Beruhigen und Munterwerden

**40 VORTEIL LEKKERLAND**  
Unser Sortiment hilft Ihnen,  
erfolgreich zu sein

## UNSER REZEPT FÜR IHREN FOODSERVICE-ERFOLG

**EXTRA**  
Ratgeber  
Mitarbeiterführung:  
fünf Eigenschaften,  
die einen guten Chef  
ausmachen

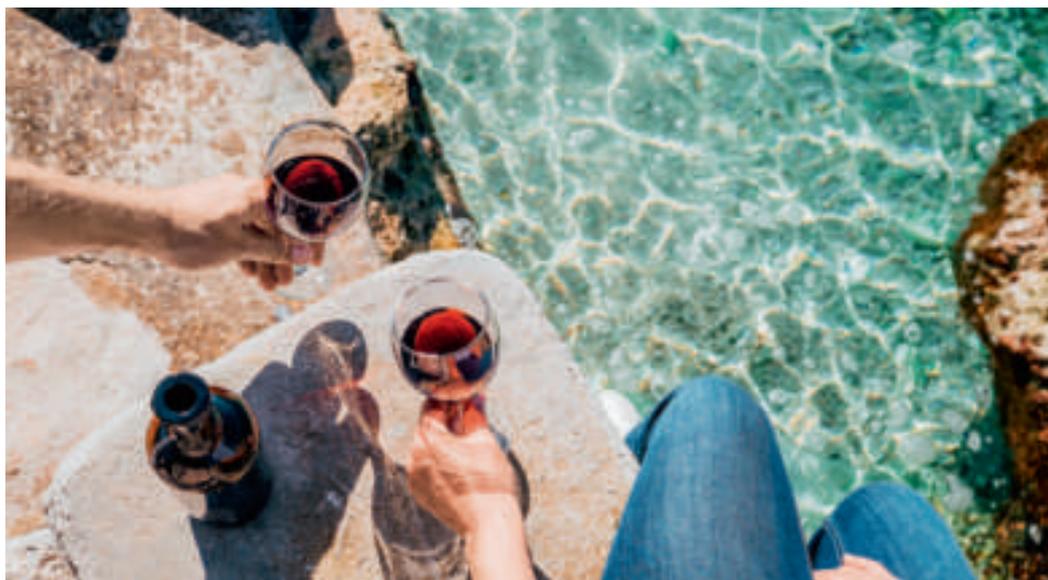
WIE SIE MIT DEN RICHTIGEN  
ZUTATEN VON DER WACHSENDEN  
NACHFRAGE NACH SNACKS  
UND GETRÄNKEN ZUM  
MITNEHMEN PROFITIEREN

# Mit voller Truhe eiskalt in den Herbst.



Art.-Nr.	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
012782	SNICKERS Ice Cream Eisriegel	24/72,5 ml Rg.
143004	SNICKERS White Eisriegel	24/60,5 ml Rg.
859516	SNICKERS Caramel Eisriegel	24/72,5 ml Rg.
012799	MARS Ice Cream Eisriegel	24/74 ml Rg.
811887	BOUNTY® Ice Cream Eisriegel	24/66,1 ml Rg.

Art.-Nr.	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
829196	TWIX® Ice Cream Eisriegel	24/59,5 ml Rg.
012840	SNICKERS Stieleis	20/91 ml St.
271770	M&M's Chocolate Stieleis	25/84 ml St.
271838	M&M's Peanut Stieleis	25/82 ml St.



## LIEBE LESERINNEN UND LESER!

**D**er Markt für Snacks und Getränke zum Mitnehmen wächst stetig: Foodservice boomt. Damit auch Sie die wachsende Nachfrage nach unterwegsversorgung an Ihrem Standort optimal bedienen können, gilt es, genau zu analysieren, mit welchen Produkten und Angeboten Sie bei Ihren Kunden punkten können. Dabei sowie beim stufenweisen Ausbau Ihres Foodservice-Angebots berät Lekkerland Sie gern. Wie genau unser Rezept für erfolgreichen Foodservice aussieht, lesen Sie ab Seite 8.

### COOLE HINGUCKER

Gekühlte Getränke zählen in der unterwegsversorgung zu den wichtigsten Umsatzbringern. Wir liefern Ihnen nicht nur die passenden Produkte. Auf Wunsch stellen wir auch Kühlschränke und Planogramme zur Verfügung. Mit „cool&fresh“ und „cool&smart“ bieten wir Ihnen sowohl ein Konzept mit den Topsellern aus den Bereichen alkoholfreie und

alkoholhaltige Getränke an als auch eine Zusammenstellung trendiger Premiumprodukte. Lesen Sie mehr dazu ab Seite 38.

Wer wüsste es besser als Sie: Um die Herausforderungen des Shopalltags erfolgreich meistern zu können, ist körperliche Fitness gefragt. Ab Seite 30 verraten wir Ihnen spezielle Atemübungen, die Ihnen helfen, abzuschalten, zu entschleunigen und neue Kraft zu tanken.

**Ich wünsche Ihnen einen erfolgreichen Spätsommer und viel Spaß beim Lesen!**

Herzlichst,  
Ihr

**RIKUS KOLSTER,**  
Geschäftsführer  
Lekkerland Deutschland  
GmbH & Co. KG



### WEBSHOP

Viele Produkte aus dem Heft können Sie online im Webshop bestellen, rund um die Uhr. Geben Sie die Artikelnummer auf [Lekkerland24.de](http://Lekkerland24.de) ein - und los!



### EXTRA

An einigen Stellen finden Sie Links zu Online-Inhalten: Stöbern Sie auf der Seite [e-va.com](http://e-va.com) nach neuesten Gutscheinkarten. Über den Link [Lekkerland24.de](http://Lekkerland24.de) erfahren Sie, wie Sie Ihren Shop optimieren, welche Rabattaktionen gerade laufen und ob es Neuheiten im Sortiment gibt.



### VERKAUFSARGUMENTE

Was macht ein Produkt einzigartig für Sie und für Ihre Kunden? Damit Sie wissen, welchen Mehrwert unsere Artikel für Ihr Geschäft und Ihre Kunden haben, finden Sie dieses rote Sternchen neben einem Produkt. So auf den Seiten 14 und 15 sowie 49.

## Impressum

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

**E-MAIL**  
[meinshop@lekkerland.de](mailto:meinshop@lekkerland.de)

**INTERNET**  
[Lekkerland.de](http://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](mailto:meinshop@c3.co)

**REDAKTION**  
Elena Rudolph

**MITARBEIT**  
Antonia Michael

**ART-DIREKTION**  
Eva-Maria Ostendorf

**GRAFIK**  
Chiara Kleinke

**FOTOREDAKTION**  
Annegret Strauß

**PROJEKTMANAGEMENT**  
Mareike Brenneisen,  
Nicole Stecher

**LEKTORAT**  
Helmut Hillger (fr)

**LITHO**  
PIXACTLY media GmbH, Hamburg

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

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

# Innovative Sorten - Innovativer Verschluss!



**Rotkäppchen Fruchtsecco in der praktischen 0,2 l Kleinflasche mit „easy Opening“ Verschluss.**

Lassen auch Sie sich begeistern! Wein, Prickeln und Fruchtsaft verschmelzen zu genussvollen Geschmackskombinationen. Egal ob Großflasche oder Kleinflasche, spontan für unterwegs oder zuhause mit Freunden, Rotkäppchen Fruchtsecco schmeckt pur, auf Eis oder mit frischen Früchten.

Artikel:	Verpackungseinheit:	Lekkerland Art.Nr.:
Schwarze Johannisbeere	12 x 0,2 l.	809249
Granatapfel	12 x 0,2 l.	156027
Mango	12 x 0,2 l.	156301
Erdbeere	12 x 0,2 l.	155111



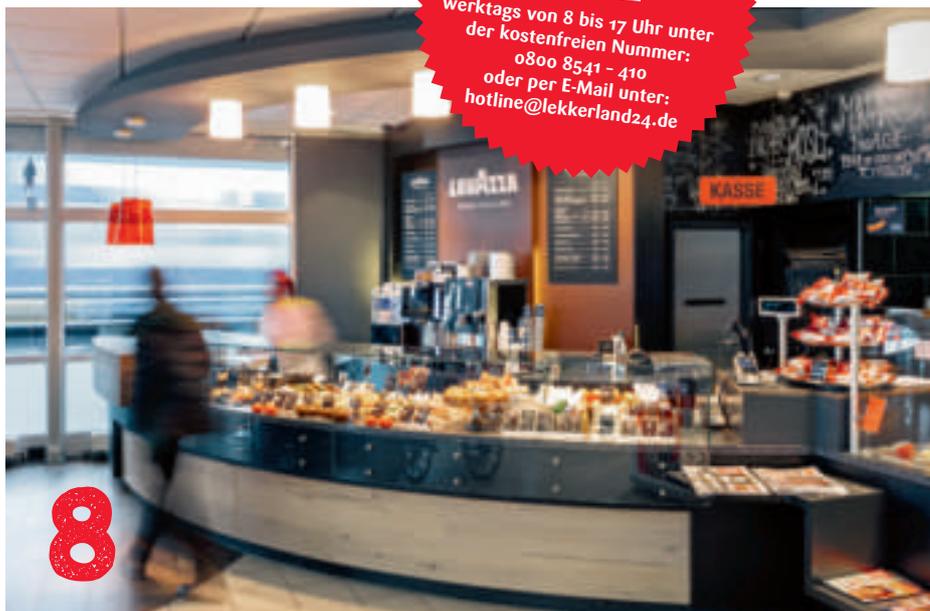
ROTKÄPPCHEN-MUMM

[www.rotkaeppchen-mumm.de](http://www.rotkaeppchen-mumm.de)

# INHALT 04.2019

**LEKKERLAND24  
HOTLINE**

werktags von 8 bis 17 Uhr unter  
der kostenfreien Nummer:  
0800 8541 - 410  
oder per E-Mail unter:  
hotline@lekkerland24.de



8



45

## MEIN JOB

### 8 TITELTHEMA

Mit unserem Rezept für erfolgreichen Foodservice profitieren auch Sie vom Boom bei Snacks und Getränken zum Mitnehmen

### 14 TOPSELLER

Nussige Snacks, Frischekicks für unterwegs und weitere interessante Produktneuheiten

### 16 HERBST-HAUSMESSEN

Warum sich der Besuch einer der Lekkerland Messen für Sie gleich in fünffacher Hinsicht lohnt

### 19 SHOP-PORTRÄT

Im „CAPpuccino“ und im „NimmEssMit“ in Castrop-Rauxel wird Inklusion gelebt

### 22 SERIE: CATEGORY CHECK

Wein: Diese edlen Tropfen sollten Sie unbedingt im Sortiment haben!

### 24 MITARBEITERFÜHRUNG

Fünf Eigenschaften, die einen guten Chef ausmachen



## MEIN LEBEN

### 28 KÜHLEN KOPF BEWAHREN

Richtiges Verhalten während und nach einem Überfall - das sollten Sie wissen

### 30 TIEF DURCHATMEN!

Welche Atemübungen dabei helfen, Stress abzubauen, sich zu beruhigen oder wieder munter zu werden

### 32 IMPULSKÄUFE FÖRDERN

Wie Sie potenzielle Impuls Käufer mit Kaufanreizen versorgen - und Ihren Umsatz steigern können

## MEIN PARTNER

### 36 FRISCHE TO GO!

Unsere Foodservice-Eigenmarke GO FRESH stillt das Konsumentenbedürfnis nach frischen Mahlzeiten für unterwegs

### 38 COOLE KONZEPTE

Unsere neuen Lösungen für gekühlte Getränke

### 40 SERIE: VORTEIL LEKKERLAND

Wie Lekkerland Sie dabei unterstützt, Ihr Sortiment optimal weiterzuentwickeln

### 42 LIEFERANTENPORTRÄT

Dank der Flensburger Brauerei gehört das „Plopp“ beim Biergenuss zum guten Ton

### 45 GUTER KAFFEE

Gefragter Wachmacher: Auf dem Weg zur Arbeit besuchen viele seiner Kunden den Shop von Umut Bulam

### 47 RATGEBER

Sechs Tipps für ein erfolgreiches Kaffeegeschäft

### 48 TABAK

Warum Sie möglichst viele unterschiedliche Hülsen, Blättchen und Co. im Sortiment haben sollten

### 50 GEWINNSPIEL

Lay's verlost 1 x 2 Tickets für ein UEFA Champions League Gruppenspiel

#### Gewinner des Rätsels aus der Mein Shop 03/2019:

In der Mein Shop 03/2019 haben wir Sie gefragt: Wie viele Männer Schnitten passen in den Schnitt-O-Mat? Die Lösung lautet: 16. Je ein Mann Sommer set haben gewonnen: Andre Buthe, Monika Mohr, Christiane Baumann. Den Mann Schnitt-O-Maten haben gewonnen: Frank Jüttner, Rüdiger Hein, Dorothea Lehmann, Susanne Rother, Team Getränke Anton Fuchs und Jutta Wittmann.

# ENDLICH WIEDER DA!

## JETZT MIT TOLLEN NEUEN SONDERSERIEN!

ILLUMINATION PRÄSENTIERT

# Pets 2

NUR IM KINO



# Enchantimals



**JETZT  
IN JEDEM  
7. EI!**

**Jetzt in  
JEDEM  
7. Ei!**



Leere 1/8 Säule gratis  
LL Art. Nr. 012737



Inhalt: 72 Stck.  
LL Art. Nr. 633505

EAN Einzelstück

KÜ Classic-Ei 1er-Pets 2



4 008400 243801



Inhalt: 36 Stck.  
LL Art. Nr. 040784

EAN Einzelstück

KÜ Rosa-Ei 1er-  
Enchantimals



4 008400 480602

# JETZT ZUSATZUMSÄTZE

DURCH ATTRAKTIVE ZWEITPLATZIERUNG (1/8-SÄULE) GENERIEREN



# MEIN JOB

## SCHON NOTIERT?

Im September und Oktober finden die **Lekkerland Herbst-Hausmessen 2019** statt. Auf Seite 16 erfahren Sie, warum sich der Besuch einer der Veranstaltungen **in Hannover, Ulm, Düsseldorf und Schkeuditz** für Sie gleich in fünffacher Hinsicht lohnt.



## VAMPIRE, HEXEN, GESPENSTER – UND JEDE MENGE SÜSSIGKEITEN

Sind Sie vorbereitet? Bald ist es wieder so weit: Am **31.10.** ist Halloween. Dann dreht sich wieder alles um Kürbisse, Kostümpartys – und ausgefallene Süßwaren. Ob Monsteraugen, Gespenster oder Skelette: Wer die beliebten Saisonartikel im Angebot hat, darf sich auf gute Umsätze freuen. Denn die Deutschen lassen sich die Grusel-Süßigkeiten einiges kosten: **2017** kauften sie rund **1.700 Tonnen** Fruchtgummi-Vampire, Schokoladen-Glupschaugen und Schaumzucker-Gebisse und bezahlten dafür knapp **10 Millionen** Euro. Am besten hat man die Halloween-Süßigkeiten übrigens schon zwei Wochen vor dem Fest in den Regalen. Etwa **50 Prozent** der Grusel-Süßwaren werden traditionell nämlich schon in den beiden Wochen vor Halloween eingekauft.

# 35

Prozent

Großzügig: 35 Prozent der Deutschen kaufen Süßigkeiten für die Kinder, die an Halloween an ihrer Haustür klingeln.



UNSERE

# FOODSERVICE- KOMPETENZ

FÜR IHR ERFOLGREICHES BISTROGESCHÄFT

Die wachsende Nachfrage nach Snacks und Getränken zum Mitnehmen bietet Ihnen enorme **WACHSTUMSCHANCEN**. Um sie optimal zu nutzen, müssen die Zutaten stimmen und der Geschmack Ihrer Kunden getroffen werden.





INTERVIEW

„FRISCH, GUT, SCHNELL“

Seit April verantwortet **PETER GANGHOF** als **Vice President Category Foodservice** den **Foodservice-Bereich von Lekkerland in Deutschland**.

**Was ist aus Ihrer Sicht entscheidend für Erfolg im Bistrogeschäft?**

PETER GANGHOF: Der Kunde muss zu jeder Tageszeit frische, qualitativ gleichbleibende Produkte zu einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis vorfinden. Ebenfalls wünscht er eine schnelle und kompetente Bedienung durch freundliches, geschultes Personal.

**Wie finde ich als Shopbetreiber heraus, was die richtigen Produkte für meinen Shop sind?**

Indem man dem Kunden zuhört und sein Verhalten und Umfeld studiert. Welche Käufertypen besuchen meinen Shop? Zu welcher Zeit? Was kaufen sie wann? Ganz wichtig aus unserer Sicht: Das Kaffeegeschäft bildet heute die Basis. Und wenn das Kaffeegeschäft gut läuft, funktionieren auch einfache Backwaren. Darauf aufbauend kann das Angebot dem Standort entsprechend erweitert werden.

**Wie unterstützt Lekkerland seine Kunden dabei?**

Wir bieten unseren Kunden umfassende Unterstützung an: angefangen bei den Produkten, über individuelle Beratungen und Schulungen bis hin zu Rundum-Sorglos-Paketen, bei denen sich die Kunden voll und ganz auf den Verkauf konzentrieren können. Um Themen wie Nachbestellungen und Wartungen von Maschinen kümmern wir uns.

**D**ie Nachfrage nach Snacks und Getränken zum Mitnehmen steigt kontinuierlich – Foodservice boomt. Aber: „Das bedeutet nicht, dass für jeden Shop die gleichen Bedingungen gelten“, sagt Peter Ganghof, der als Vice President Foodservice den Bereich bei Lekkerland in Deutschland verantwortet. „Wichtig ist viel mehr, genau zu analysieren, mit welchen Produkten und Angeboten die

wachsende Nachfrage nach unterwegsversorgung am jeweiligen Standort optimal bedient werden kann - und zwar immer aus der Konsumentenbrille.“ Hier gibt es viele Dinge zu beachten - zum Beispiel die Unterschiede zwischen städtischen und ländlichen Standorten. Und natürlich spielt das jeweilige Umfeld – etwa in Form von Wettbewerbern und Zielgruppen – eine entscheidende Rolle. Ganz wichtig ist das richtige Angebot zum richtigen Zeitpunkt, die Präsentation der Waren und die Verlässlichkeit im Sortiment.

Erfolgskritisch ist es darüber hinaus, das Vertrauen der Kunden in die Foodservice-Kompetenz des jeweiligen Shops zu gewinnen. „Damit wir unsere Kunden hierbei noch besser unterstützen können, haben wir unsere Dienstleistungen und Services weiter optimiert und deutlich ausgebaut“, erklärt Peter Ganghof. „Das heißt konkret: Kunden erhalten von uns wahlweise eine 360°-Beratung, um Ihr Bistrogeschäft zu optimieren und auszubauen oder können dies einfach stufenweise mit unseren neuen Sortimentsempfehlungen und Schulungsangeboten machen. Zusätzlich bieten wir das Rundum-Bistro-Konzept FRESH AND TASTY an. Das Konzept bietet dem Bistrobetreiber alles, um Ihr Geschäft erfolgreich auszubauen.“



**1. SEHR BEGEHRT**

Snacks und Getränke zum Mitnehmen werden immer stärker nachgefragt.

**2. BELIEBTER WACHMACHER**

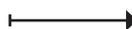
Kaffee bildet die Grundlage für ein erfolgreiches Bistro.

**3. VERFÜHRERISCH**

Einfache Backwaren ergänzen das Kaffeeangebot perfekt.

**DIE STUFEN ZUM ERFOLG – KAFFEE IST DIE GRUNDLAGE**

Die Basis für ein erfolgreiches Bistro ist ein gut laufendes Kaffeegeschäft. „Konsumenten erwarten heute, dass sie bei Anbietern von unterwegsversorgung wie Tankstellen und Convenience Shops einen guten Kaffee zum Mitnehmen kaufen können. Daher ist Kaffee immer die Basis und unverzichtbar“, erklärt





**1. ALLES IM GRIFF**

Die Zubereitung frischer Snacks erfordert geübte Abläufe und Prozesse. Lernen können Shopmitarbeiter dies an den Modulen der neuen Convenience Foodservice Akademie. Hier im Bild das Konzept FRESH AND TASTY.

**2. EINFACH LECKER!**

Die fertigen Produkte wollen ansprechend präsentiert werden.

1

Peter Ganghof. Lekkerland Kunden haben die Wahl, bestehend aus verschiedenen Kaffeesorten und auf Wunsch Rundum-sorglos-Paketen, bei denen von den Maschinen über die Nachbestellungen bis zu Wartungen alles inklusive ist. „Nach unserer Erfahrung sollte eine Verkaufsstelle mindestens 20 Tassen Kaffee pro Tag verkaufen“, sagt Peter Ganghof.

**KAFFEE LIEBT BACKWAREN**

Bieten Sie Ihren Kunden im nächsten Schritt zum Kaffee eine Auswahl an Backwaren, die lediglich aufgetaut werden müssen. Lekkerland bietet hierfür nicht nur eine große Produktauswahl, sondern auch die passenden Verkaufsmodule und Marketingunterstützung. Das funktioniert ganz ohne Ofen.

Im nächsten Schritt bietet ein Ofen, mit dem frische Back- und Belegwaren angeboten werden können sowie Snacks wie Bockwurst oder Leberkäse die Chance auf zusätzliches Geschäft. Die Lekkerland Foodservice-Experten unterstützen Sie bei Ihrer Kunden- und Umfeldanalyse. „Ein Großteil des Bistroumsatzes wird immer noch mit Weizenbrötchen, Brezel, Bockwurst und Croissant umgesetzt,

denn die Top Ten im Shop haben sich in den letzten zehn Jahren kaum verändert“, so Peter Ganghof. Lohnt es sich aus Ihrer Sicht, ein Bistro einzurichten und Ihr Angebot damit weiter auszubauen, bietet Lekkerland auch hier zahlreiche Bistolösungen an, die neben den Produkten und der Ware auch Maschinen, Möbel und Werbematerialien beinhalten.



**360°-BISTRO KONZEPT FRESH AND TASTY**

Ihr Bistro läuft und Sie möchten Ihre Potentiale erschließen und Umsätze steigern? Kein Problem, dann haben wir das Richtige für Sie: „FRESH AND TASTY ist ein Rundum-sorglos-Konzept für Bistrobetreiber, das alles bietet, was für ein erfolgreiches Bistro nötig ist“, so Peter Ganghof. Bei entsprechender

Frequenz und Geschäftsentwicklung empfiehlt Lekkerland im nächsten Schritt eine Erweiterung mit Frische-Produkten aus dem Sortiment „GO FRESH“ bis hin zu unseren Modulen Grillbar oder Pizza für die Erweiterung des Angebotes.

**SCHLANKE PROZESSE UND GUTER SERVICE**

Neben dem passenden Sortiment sind darauf optimierte Abläufe wichtig. „Die Prozesse und Produkte im Shop sollten so einfach wie möglich sein“, erklärt Peter Ganghof. So sollten zum Beispiel bei der Herstellung von Belegware möglichst wenige Zutaten eingesetzt werden. Beispielsweise kann die Frage gestellt werden, ob es lohnt, eine fünfte Sorte Brotaufstrich anzubieten. Weniger ist hier oft mehr. Neben dem Angebot muss vor allem der Service stimmen. „Wichtig sind dem Konsumenten eine schnelle und kompetente Bedienung durch freundliches und gut geschultes Personal sowie eine einladende Atmosphäre in einem sauberen und übersichtlichen Shop.“

An dieser Stelle hat Lekkerland kürzlich sein Service-Angebot für die Kunden erweitert: In der neuen Convenience Foodservice Akademie bietet das Unternehmen praxisnahe und professionelle Trainings und Schulungen für Shopbetreiber und ihre Mitarbeiter an. Lesen Sie mehr dazu auf Seite 12.

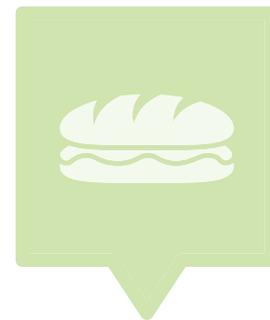


# ONLINE BEZAHLEN FÜR ALLE

Gewinnen Sie neue Stammkunden und generieren Sie zusätzliche Umsätze – als offizielle Verkaufsstelle von paysafecard, einem global führenden Anbieter von Online-Prepaid-Lösungen.



# SCHULUNGSBEDARF FÜR IHR BISTRO?



Ein gutes Bistro bedeutet auch: Lernen und Trainieren

**L**ekkerland bietet seinen Foodservice Kunden alles, was sie für ein erfolgreiches Bistrogeschäft benötigen. Von einer Erstberatung, ausgewählten Sortimenten bis zu Marketing- und Aktionsmaterialien. Aber wie können Mitarbeiter in diesem schnelllebigen Umfeld auf dem aktuellen Stand gehalten werden oder neue Mitarbeiter gut ausgebildet und auf das Geschäft optimal vorbereitet werden?

Für all diese Themen bietet Lekkerland jetzt spannende Schulungs- und Trainingsangebote in seiner neu eröffneten Convenience Foodservice Akademie. Unweit seiner Zentrale hat der Frechener Spezialist für unterwegsversorgung ein einzigartiges, über 500 qm<sup>2</sup> großes Schulungs- und Entwicklungszentrum geschaffen.

„Von der Brötchenbelegung bis zum Bistromanagement: in der neuen Akademie von Lekkerland zeigen wir unseren Kunden ganz praktisch, wie guter Foodservice funktioniert“,

erklärt Matthias Wehmann, Head of Foodservice und Leiter der neuen Akademie.

„Zuhören reicht bei uns nicht aus. Mitmachen ist gefordert. Dazu gehören Gruppenarbeiten, Einzelgespräche und Praxisübungen. Es wird gerechnet, gefragt, diskutiert, gelacht, produziert und probiert.“

Praxisnah lernen und trainieren bedeutet für Lekkerland, dass Shopbetreiber und ihre Teams unter realistischen Bedingungen lernen, wie Snacks und Getränke ansprechend zubereitet und verkaufsfördernd angeboten werden.

„In unseren Praxisschulungen zeigen wir, wie es geht, und geben den Mitarbeitern Hilfsmaterialien an die Hand, wie einfache Gebrauchsanweisungen, auf denen Zutaten und Arbeitsschritte für jedes einzelne Produkt beschrieben werden. Denn gerade im Hinblick auf das Problem der hohen Mitarbeiterfluktuation an vielen Stationen gilt das Gebot ‚Keep it simple‘“, sagt Matthias Wehmann.

Das Konzept der Akademie ist nicht an einen festen Ort gebunden. Auch auf den Lekkerland Hausmessen werden Trainingssessions aus dem Programm des Schulungszentrums angeboten. Darüber hinaus konnte Lekkerland für die Weiterentwicklung der Trainings- und Schulungsprogramme namhafte Hersteller als Partner der Akademie gewinnen. Sie sind „allesamt Experten und erfolgreiche Praktiker in ihrem jeweiligen Bereich, beispielsweise für Backwaren, Frische-Produkte oder Fleischwaren“, sagt Matthias Wehmann.

„Mit der Convenience Foodservice Akademie unterstützen wir unsere Kunden dabei, in ihren Shops die heutigen Anforderungen der Konsumenten optimal zu bedienen und dadurch langfristig erfolgreich zu sein. Dieses neue Kompetenzzentrum ist ein Beispiel dafür, wie wir unsere Vision verfolgen. ‚Your most convenient partner‘ unserer Kunden zu sein – der beste Partner, den sie haben“, erklärt Peter Ganghof.

**[+]** Sie haben Interesse an oder Fragen zu unserer Convenience Foodservice Akademie? Dann schreiben Sie eine E-Mail an: [AKADEMIE.FOODSERVICE@LEKKERLAND.DE](mailto:AKADEMIE.FOODSERVICE@LEKKERLAND.DE)



**1. ZUERST DIE THEORIE**

In einem Schulungsraum wird die nötige Theorie vermittelt.

**2. WILLKOMMEN**

In der Akademie werden alle Foodservice Module von Lekkerland gezeigt.

**3. PIZZA WUNDERBAR**

Auch am Pizza-Modul kann trainiert werden.

# DER FREQUENZBRINGER NR. 1 FÜR IHREN SHOP

DER ECHTE NATURKRUSTEN LEBERKÄSE

**100 %**

- OBERIO HOFGENAU SCHWEINE- UND RINDFLEISCH VON AUSGEWÄHLTEN PARTNER-BAUERN AUS ÖSTERREICH
- FREI VON GESCHMACKSVERSTÄRKERN
- OHNE KÜNSTLICHE FARBSTOFFE
- GENTECHNIKFREI
- LAKTOSEFREI
- GLUTENFREI



Schauen Sie  
auf's Etikett und  
vergleichen  
Sie uns!

## NICHT MEHR UND NICHT WENIGER.

Ein Blick auf das Etikett vieler verpackter Lebensmittel gibt oft Rätsel auf. Nicht bei gourmetfein. Denn hier werden nur die, für die Herstellung wirklich notwendigen Zusatzstoffe, verwendet. Durch den Verzicht auf unnötige Lebensmittelzusatzstoffe können auch Allergiker und Personen mit Lebensmittelunverträglichkeiten bedenkenlos unsere Produkte genießen.

So sieht ehrliche und garantierte Herkunft aus! Einzigartig in Europa kann bei gourmetfein auf allen Produktetiketten genau nachgelesen werden, von welchen Partner-Bauernhöfen das Schweine- und Rindfleisch für das Produkt stammt. Die Rückverfolgung von Fleisch ist eine Frage des Wollens und nicht des Könnens!



10695461



**Classic Leberkäse**  
Art.-Nr. 401

AT40502EG

### gourmetfein Herkunftsgarantie:

Hannes Kriener, A-4641 Steinhaus  
Friedrich Voraberger, A-4741 Wendling

Näheres unter: [www.gourmetfein.com](http://www.gourmetfein.com)

\*gemäß Codex-Richtlinie „Gentechnikfreie Produktion“, Kontrolle durch agrovet GmbH  
Nach dem Öffnen gekühlt 3 Tage haltbar  
Los-Nr. 906141  
Nettogewicht

e **1,800 kg**

100 g enthalten durchschnittlich:	Energie	1040 kJ / 251 kcal	Zutaten: 80 % Schweine- u. Rindfleisch, Speck
	Fett	22 g	Trinkwasser, unjodiertes Speisesalz, Maltodextrin,
	davon gesättigte Fettsäuren	8,9 g	Gewürzextrakte, Gewürze, Stabilisator: E452,
	Kohlenhydrate	1,0 g	Konservierungsstoff: E250, Antioxidationsmittel
	davon Zucker	0,5 g	E300, Aromen.
	Eiweiß	12 g	Kann Spuren von Milcheiweiß enthalten.
	Salz	2,3 g	Österreichisches Rezept - enthält keine Leber!

MEIN JOB



# AUS UNSEREM SORTIMENT

Über diese Produktneuheiten und Bestseller freuen sich Ihre Kunden.

## Ricola AKTIV-FREI - das Schweizer Hustenbonbon für ein freies Atemgefühl

Das beliebte Kräuterbonbon Ricola bringt im August die neue Variante Ricola AKTIV-FREI auf den Markt. Das Hustenbonbon kombiniert extra viel natürliches Menthol mit der bewährten Kräutermischung aus 13 Schweizer Bergkräutern und wertvollem ätherischen Öl - für das gute Gefühl, frei durchzuatmen. **Die Markteinführung wird durch ein umfangreiches Maßnahmenpaket, u. a. mit einer neuen TV-Kampagne, unterstützt. Bevorraten Sie sich jetzt für die kalte Jahreszeit!**

1 Ricola Aktiv-Frei o. Z. 50 g Bx. (Art.-Nr. 181517) • 2 Ricola Aktiv-Frei o. Z. 75 g Bt. (Art.-Nr. 181548)



## Vielfalt für unterwegs

Manner Waffeln im beliebten rosa 75-g-Taschenformat schmecken besonders knusprig-zart und sind ideal als Snack für zwischendurch, unterwegs und zum Miteinander-Teilen!

Bei Lekkerland gibt es die köstlichen Waffeln in drei verschiedenen leckeren Sorten: Neapolitaner, Zitrone & Vanille.

1 Manner Original Neapolitaner 12 x 75 g Pg (Art.-Nr. 086526)  
 2 Manner Zitrone Schnitten 12 x 75 g Pg (Art.-Nr. 717891)  
 3 Manner Vanille Schnitten 12 x 75 g Pg (Art.-Nr. 717884)



## Snackfans, aufgepasst!

Mit der BiFi Turkey Roll bietet LSI eine neue Geflügel-Alternative zur herkömmlichen Mini-Salami im Teigmantel. Die erste Roll-Variante komplett ohne Schweinefleisch erhöht die Käufe im absatzstarken Impulskaufsegment: So wird das Produkt insbesondere von Konsumenten, die sich bewusst ernähren wollen und eine Alternative zu Schweinefleisch suchen, gerne als Snackvariante angenommen. **Als On-the-Go-Genuss - sofort verzehrfertig und in handlicher Aufreißpackung für unterwegs.**

BiFi Turkey Roll 24 x 45 g St. (Art.-Nr. 812077)

## Hygienisch. Praktisch. Recyclebar.

Hellma Zucker-Sticks kommen jetzt in 100 % recyclingfähigem Verpackungsmaterial, das dem Recyclingprozess für Papier zugeführt werden kann. So können wertvolle Rohstoffe wiederverwertet und CO<sub>2</sub>-Emissionen reduziert werden.

Zudem stammt das Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft (FSC-zertifiziert). **Die Portionen sind mit einem Logo versehen, um jedem Nutzer kenntlich zu machen, in welche Tonne die Portionsverpackungen gehören.**

Hellma Zuckersticks 1 x 1.000 St. (Art.-Nr. 094431)





### Nuts about you!

Jetzt wird's (ge)nussig: Nuss-Fans und solche, die es noch werden möchten, erwartet ab Ende August ein unwiderstehlicher Premium-Snack to go. Mit den neuen Einzelriegeln Corny „Ganze Nuss“ in den Sorten „Pekan & Erdnuss mit Ahornsirup“, „Mandel & Waldhonig mit Meersalz“ und „Cashew & Fleur de Sel mit Schokolade“ bringt Corny gleich drei neue Highlights auf den Außer-Haus-Markt. **Die einzelverpackten Riegel im modernen Design bieten noch mehr Abwechslung für Kunden, die einen besonders köstlichen Energieschub für unterwegs suchen.**

1 Corny Ganze Nuss Pekan 15 x 40 g Rg. (Art.-Nr. 188430) • 2 Corny Ganze Nuss Cashew 15 x 40 g Rg. (Art.-Nr. 188454) • 3 Corny Ganze Nuss Mandel 15 x 40 g Rg. (Art.-Nr. 188485)



### Tri d'Aix - einfach BOOOM-bastisch

Die Boom-Serie steht für ganz besondere Geschmacksexplosionen - so auch die Booom El Toro Bubble Gum Balls! Sie mögen es sauer? Dann sind die extrasauren Booom El Toro Gum genau das Richtige. Unter der sauren Bonbon-Candy-Kruste steckt ein Kaugummikern mit einem sauren flüssigen Kern.

**Jede Bonbon-Kaugummikugel ist einzeln verpackt.**

Tri d'Aix Fini El Toro Balls Bubble Gum Extra Sour 12 x 80 g Bt. (Art.-Nr. 127448)

### Love is sweet!

Magisch, kunterbunt und 100 % Veggie: Mit wehenden Regenbogenfarben ergänzt die Wunderland Rainbow-Edition 2019 als fünftes Produkt die erfolgreiche Katjes Wunderland Range. Das Veggie-Neuprodukt zelebriert mit magischen Einhörnern, farbenfrohen Regenbögen und ganz viel Liebe die Vielfalt. **Beim Griff in die Tüte findet man fruchtige Einhörner, Regenbogen oder die Botschaft LOVE, die nach Erdbeere, Orange, Brombeere oder Pflaume schmecken.**

Katjes Wunderland Rainbow-Edition 20 x 200 g Bt. (Art.-Nr. 133637)



### Kleines Format - große Wirkung

Ob klassische gesalzene oder pikante Erdnüsse oder Studentenfutter original: Die drei neuen ültje Produkte im Pocket-Format bedienen den wachsenden Trend des Out-of-Home-Konsums. **Mit den 50-g-Riegelbeuteln erfüllt ültje den Wunsch der Verbraucher nach einem energiespendenden, natürlichen und gesunden Snack in handlichen Portionsgrößen in einem Süßwarenbereich, in dem seit einigen Jahren die höchsten Zuwachsraten generiert werden.**

1 Ültje Erdnüsse gesalzen 20 x 50 g Bt. (Art.-Nr. 761911) • 2 Ültje Studentenfutter 20 x 50 g Bt. (Art.-Nr. 761815) • 3 Ültje Erdnüsse pikant gewürzt 20 x 50 g Bt. (Art.-Nr. 079510)

### Frischekick für unterwegs

Tief Luft holen und mit neuem Schwung weitermachen. Oder neue Kraft für die Weiterreise tanken. Durchatmen und durchstarten - das geht mit den Em-eukal Gummidrops. Sie sind nicht nur unverwechselbar lecker, sondern im praktischen, wiederverschließbaren Beutel auch der perfekte Begleiter für unterwegs. **Mit ihrer Kombination aus erfrischendem Menthol und wertvollen, sorgsam ausgewählten Minzölen überzeugen die Em-eukal Gummidrops Eisminze. Und sorgen immer und überall für Atemfrische pur.**

Em-eukal Gummidrops Eisminze 20 x 90 g Bt. (Art.-Nr. 499976)



# PLANEN SIE JETZT IHREN HAUSMESSE-BESUCH!

Im September und Oktober finden die LEKKERLAND HERBST-HAUSMESSEN statt. Hier erfahren Sie, warum sich der Besuch einer der Veranstaltungen für Sie gleich in fünffacher Hinsicht lohnt.

1

## Informativ

Auf den Lekkerland Hausmessen können Sie sich auf bequeme Art und Weise umfassend über Produktneuheiten, aktuelle Trends im Bereich der Unterwegsversorgung und umsatzstarke Shop-Lösungen informieren sowie interessante, für Sie relevante Angebote entdecken.

2

## Persönlich

Zudem erhalten Sie viele Gelegenheiten zum persönlichen Austausch mit Ansprechpartnern von Lekkerland, die Ihnen gern Konzepte und Produkte des Unternehmens vorstellen, zum Beispiel in den Bereichen Foodservice und Kaffee.

**HERBSTMESSEN  
TERMINE 2019**

- 13./14. September Hannover
- 27./28. September Ulm
- 11./12. Oktober Düsseldorf
- 18./19. Oktober Schkeuditz

3

## Komfortabel

Auf [www.lekkerland-messe.de](http://www.lekkerland-messe.de) ist der digitale Ordersatz jeweils zwei Wochen vor Messebeginn freigeschaltet. So können Sie sich schon vorab über Produkte informieren und Ihren Warenkorb befüllen. Vor Ort erhalten Sie dann ein Tablet mit Ihrem online ausgefüllten Ordersatz und brauchen Ihre Bestellung nur noch abzuschicken.



4

## Interessant

Auf den Hausmessen stellen unsere Industriepartner an eigenen Ständen neue Produkte aus allen Warenbereichen vor. In angenehmer Atmosphäre können sich Kioskbesitzer, Tankstellen- und Convenience-Shop-Betreiber mit Ihnen über spannende, neue Produkte unterhalten.

5

## Erfreulich

Messebesucher haben außerdem die Möglichkeit, an exklusiven Verlosungen teilzunehmen, von attraktiven Messeangeboten zu profitieren sowie ihre beim Einkauf des Messesortiments gesammelten Messepunkte gleich vor Ort gegen attraktive Prämien einzutauschen.



## Glücklicher Gewinner

Ulrich Göke (M.) aus Schieder freute sich über eine Harley-Davidson „Sportster“ 833 Iron, die er auf der Frühjahrmesse in Dortmund gewonnen hat. Dem glücklichen Gewinner wurde das im Retrolook gestylte und von der Firma Pepsico gesponserte Gefährt von seinem Lekkerland GVL Kai Reynard (l.) überreicht. Übrigens: Auch auf den kommenden Lekkerland Hausmessen wird es attraktive Gewinnspiele mit tollen Preisen geben!

# Vom Marktführer\* für die kalte Jahreszeit:

## Ricola AKTIV-FREI – für ein freies Atemgefühl

**NEU**



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

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

### Die Neuheit im Bonbonmarkt

- ✓ Extra viel natürliches Menthol
- ✓ Hochwertiges ätherisches Öl
- ✓ 13 nachhaltig kultivierte Schweizer Bergkräuter
- ✓ Ohne Zucker\*\*

### Exzellente Kaufbereitschaft

**2/3**  
der Bonbon-Verwender  
würden Ricola  
AKTIV-FREI kaufen\*\*\*

### Optimale Unterstützung

**> 1 Mrd.**  
Kontakte  
inkl. neuer TV-Kampagne  
ab Herbst 2019

\*Quelle: IB, Bonbonmarkt, UELI, 2018, s. 4/JUN + TS + Conv. Shops, Umsatz in C. MAT bis KW17/19  
\*\*mit Süßholzwurden aus der Steingrube  
\*\*\*Quelle: Nielsen Konzepttest, n=209, Okt. 2018



CFP BRANDS Süßwarenhandels GmbH & Co. KG



# my basics

DIE LEKKERLAND HAUSMARKE  
FÜR DEN FOODSERVICE UND CONVENIENCE MARKT

## my basics BOCKWURST

- Feine, knackige & typisch deutsche Bockwurst
- Ideal als deftiger Snack für zwischendurch
- Beinhaltet Gewürze und ist frei von Geschmacksverstärkern und Farbstoffen
- Erhältlich als 100 g oder 160 g Bockwurst
- Mit DLG Gold ausgezeichnet
- Ab sofort: Weichfolie statt Hartschalen-Verpackung zur Reduzierung des Plastik-Mülls.



BESTER  
PREIS  
& QUALITÄT



Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart	Restlaufzeit
114261		my basics Bockwurst 15 x 100 g im Schafsaitlein	1/1500 g Pg.	10 Tage
114590		my basics Dicke Bockwurst 12 x 160 g	1/1920 g Pg.	10 Tage

Exklusiv bei Lekkerland erhältlich, auch im Webshop unter [Lekkerland24.de](http://Lekkerland24.de)

 **Lekkerland**  
the convenience company



Mit dem BISTRO CAPpuccino und dem KIOSK NimmEssMit eröffneten im Bahnhof von Castrop-Rauxel gleich zwei Shops, in denen Menschen mit Behinderungen arbeiten.



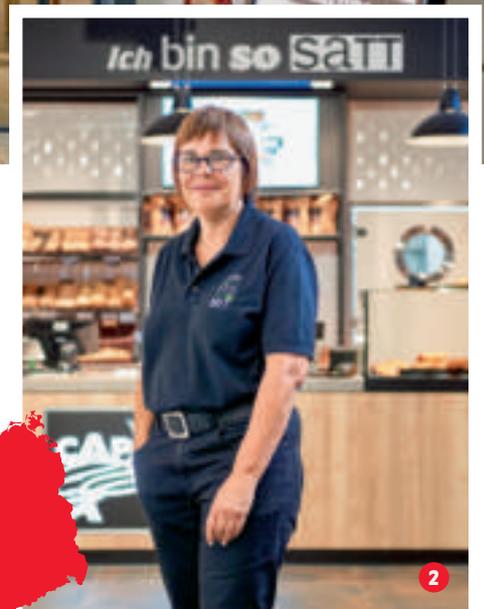
Seit Ende April beziehungsweise Ende Juni haben Reisende und Anwohner im Hauptbahnhof von Castrop-Rauxel gleich zwei neue kulinarische Anlaufstellen: Mit dem „CAPpuccino“ eröffnete dort ein 170 Quadratmeter großes Bistro, in dem die Gäste neben Kaffee und anderen Getränken viele kalte und warme Snacks kaufen können, darunter Backwaren, belegte Brötchen, Currywurst, Burger, Pizza und Nudeln mit Sauce. Gleich nebenan gibt es neuerdings im Kiosk „NimmEssMit“ süße und salzige Snacks sowie Kaffee, Erfrischungen, Tabak- und Süßwaren für den Unterwegskonsum. In beiden Fällen kommen viele Produkte von Lekkerland.

### ERFOLGREICHE UMSETZUNG

Was beide kulinarischen Bahnhofs-Newcomer eint und zu etwas Besonderem macht, sind die Mitarbeiter: In den Shops arbeiten 20 Menschen mit Behinderung. Betreiber des „CAPpuccino“ sowie des „NimmEssMit“ ist die wewole STIFTUNG, die Arbeitnehmern mit Handicap selbstbestimmtes Arbeiten, Wohnen und Leben ermöglicht.



CASTROP-RAUXEL  
Nordrhein-Westfalen



#### 1. EINLADEND

Das „CAPpuccino“ ist in hellen Naturtönen mit viel Holz eingerichtet.

#### 2. ENGAGIERT

Anke Drögendieck ist die Filialeiterin der beiden neuen Shops.



## MEIN JOB



Thomas Heckmann, Geschäftsfeldleiter Consumer-Projekte bei der gdw süd, ist stolz auf das gelungene Projekt der Genossenschaft: „Inklusion, also die Beschäftigung von Menschen mit Behinderung, wird von vielen noch als Vision für morgen gesehen. Bei uns ist sie seit mehr als zwanzig Jahren Normalität.“

### INTENSIVE SCHULUNGEN

Auch Christoph Steltner, Assistent der Geschäftsführung der wewole STIFTUNG, der die Neueröffnungen von Bistro und Kiosk als leitender Projektmanager begleitet hat, ist von beiden Shops begeistert. „Es ist eine Freude zu sehen, mit welchem Spaß dort alle bei der Sache sind. Dass der Betrieb so reibungslos klappt, verdanken wir vor allem unseren hoch motivierten Mitarbeitern. Aber auch die gute Zusammenarbeit mit Lekkerland, dessen Foodservice-Team uns von Anfang an nach Kräften unterstützt hat, hat zum Gelingen der Projekte beigetragen.“

#### 1. SICHTLICH ZUFRIEDEN

Timo Kurz, Leitung Gastronomiekonzepte bei der gdw süd, freut sich über die gelungenen Inklusionsprojekte.



# Süße Kindheitsträume

DIE KLASSIKER MIT DEM ORIGINAL-GESCHMACK



#### MONSTER WUNDERBALL AM STIEL - Fruity Mix

Mehrfach dragiertes  
Kaugummi am Stiel  
Inhalt Tray: 15 Stück  
LL. Art. Nr.: 311919



#### CANDY LIPSTICKS

Lippenstifte aus Candy-Komprimat  
Als Einzelstück in der 100er Kiosk-Dose  
LL. Art. Nr.: 396889



**JETZT  
ORDERN!**



#### DOUBLE DIP

Lutschstäbchen mit Brausepulver  
zum Dippen  
Inhalt Tray: 24 Stück  
LL. Art. Nr.: 724054





**2. MODERNES DESIGN**

Das „NimmEssMit“ überzeugt durch seine moderne Inneneinrichtung.

**3. GUTES TEAMWORK**

Lekkerland Account Manager Retail Fabian Kiepke (l.) und Christoph Steltner von der wewole STIFTUNG haben bei der Planung der beiden Shops eng zusammengearbeitet.



Tatsächlich liefert Lekkerland nicht nur einen Großteil der Produkte an die beiden Shops. Auch bei der Sortimentszusammenstellung war das Unternehmen maßgeblich beteiligt. Fabian Kiepke, Account Manager Retail, hat dabei eng mit dem Lekkerland Foodservice-Team zusammengearbeitet, das die Mitarbeiter des Bistros zudem intensiv schulte, etwa in der Belegung und Zubereitung von Snacks sowie bei den Themen Aufbacken und Hygienevorschriften. „Das ‚CAPpuccino‘ und das ‚NimmEssMit‘ sind uns allen richtig ans Herz gewachsen“, sagt Fabian Kiepke. „Die Begeisterung, mit der die Menschen mit und ohne Behinderung dort arbeiten, zeigt, wie wertvoll die Arbeit für sie ist.“

**LOVE  
IS SWEET**





# DIE TOP 10 DER WEINE

Im sechsten Teil unserer Serie CATEGORY CHECK stellen wir Ihnen die zehn meistverkauften Weine vor. Die sollten Sie unbedingt im Sortiment haben!



<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
LE PATRON BLANC VDF	BLANCHET WEISS	LE PATRON ROUGE VDF	LE PATRON ROSÉ VDF	HOHENSTAUFER RIESLING QBA WEISS	BREE CHARDONNAY WEISS	WEGNER GRAU- BURGUNDER QBA WEISS	VINA AUGUSTA PINOT GRIGIO DOC WEISS	HOHENSTAUFER PORTUGIESE QBA ROSÉ	WEGNER DORNFELDER QBA ROT
trocken Frankreich 6 x 1,0 Ltr.	trocken Frankreich 6 x 0,75 Ltr.	trocken Frankreich 6 x 1,0 Ltr.	trocken Frankreich 6 x 1,0 Ltr.	trocken Pfalz 6 x 1,0 Ltr.	halbtrocken Frankreich 6 x 0,75 Ltr.	trocken Pfalz 6 x 0,75 Ltr.	trocken Italien 6 x 0,75 Ltr.	lieblich Pfalz 6 x 1,0 Ltr.	trocken Pfalz 6 x 0,75 Ltr.
Art.-Nr. 217909	Art.-Nr. 027041	Art.-Nr. 217707	Art.-Nr. 572801	Art.-Nr. 329444	Art.-Nr. 551442	Art.-Nr. 110918	Art.-Nr. 020673	Art.-Nr. 345031	Art.-Nr. 114083

# „WEINKÄUFER STEHEN FÜR HOHE BON-SUMMEN“

Warum sind die Lekkerland Eigenmarken-Weine so erfolgreich? Und was sind die AKTUELLEN TRENDS? Wir haben den Lekkerland Weinexperten Norbert Lowey gefragt.



**NORBERT LOWEY**  
Buyer Beer & Wine,  
Category Beverages,  
Lekkerland Deutschland  
GmbH & Co. KG



**NEWCOMER  
DES JAHRES 2019**  
Der Biorebe Merlot  
überzeugt durch seine  
blumigen Noten.

Biorebe Merlot IGB rot,  
6 x 0,75 Ltr., trocken, Italien  
(Art.-Nr. 344707)

## Herr Lowey, warum sollten Shopbetreiber neben Bier auch Wein im Sortiment haben?

**NORBERT LOWEY:** Wein ist unterwegs durchaus gefragt, zum Beispiel von Verbrauchern, die auf dem Weg zu einer Party sind. Dazu kommt, dass Weinkäufer für hohe Bon-Summen stehen. Sie geben im Shop also überdurchschnittlich viel aus.

## Wie wichtig ist es, Weine unterschiedlicher Rebsorten im Angebot zu haben?

Interessanterweise spielen die Farbe und das Herkunftsland eines Weines bei der Kaufentscheidung größere Rollen als die Rebsorte. Deshalb sollte man verschiedene Weiß-, Rot- und Roséweine aus unterschiedlichen Ländern anbieten.

**Unter den Top 10 der meistverkauften Weine befinden sich acht Lekkerland Eigenmarken. Wie kommt's?**

Das Erfolgsgeheimnis unserer Eigenmarken-Weine ist ihr fast unschlagbar gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Das haben die Endverbraucher erkannt – und kaufen unsere Le Patron-, Hohenstauffer-, Wegner- und Vina Augusta-Weine inzwischen mindestens genauso gern wie Weine etablierter Marken. Unter den vier beliebtesten Bestsellern befinden sich alleine drei Le Patron-Weine.

## Was ist in Sachen Wein derzeit Trend?

In den letzten Jahren ist das Thema „Rosé“ wichtiger geworden, speziell im Sommer. Außerdem sind Kleinflaschen wie unsere 0,25-Liter-Flaschen von Le Patron sehr gefragt. Auch Bioweine haben sich gerade bei der jüngeren Zielgruppe zu einem beliebten Mitnahmeartikel entwickelt. Sehr beliebt ist etwa unser Biorebe Merlot – ein qualitativ wertiger Wein, der vom Preis-Leistungs-Verhältnis absolut top ist.

# DIE KLEINEN FÜR DAS GROSSE UMSATZPLUS

Erdnüsse, geröstet & gesalzen  
50g Beutel (761911)



Erdnüsse, pikant gewürzt  
50g Beutel (079510)



Studentenfutter, original  
50g Beutel (761815)



### Fällen Sie Entscheidungen transparent

Beziehen Sie Ihre Mitarbeiter bei wichtigen Entscheidungen mit ein. Je transparenter Sie Ihre Beschlüsse machen, desto mehr Verständnis können Sie von Ihrem Team erwarten. Das heißt nicht, dass sich Chefs für ihre Entscheidungen rechtfertigen sollen. Wenn Mitarbeiter jedoch die für ihren Chef ausschlaggebenden Gründe für Neuerungen oder Änderungen kennen, fällt es ihnen leichter, dessen Entscheidungen mitzutragen. Selbst wenn es sich dabei um unpopuläre Themen handelt.

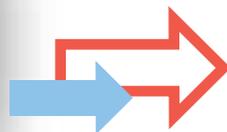


### Geben Sie regelmäßig Feedback

Umfragen zufolge ist es Mitarbeitern sehr wichtig, regelmäßiges Feedback durch ihren Vorgesetzten zu erhalten. Dieses muss keineswegs immer nur positiv sein. Natürlich wollen Angestellte gelobt werden. Doch sogar negatives Feedback ist Mitarbeitern durchaus willkommen, da es ihnen die Möglichkeit gibt, sich zu verbessern.

# FÜNF EIGENSCHAFTEN, DIE EINEN GUTEN CHEF AUSMACHEN

Als Shopbetreiber haben Sie täglich viele Aufgaben zu bewältigen. Im Umgang mit Angestellten sind außerdem Ihre FÜHRUNGSQUALITÄTEN gefragt. Hier erfahren Sie, was Mitarbeiter sich von ihren Chefs wünschen.



### Geben Sie Verantwortung ab

Gute Chefs delegieren nicht bloß bestimmte Aufgaben – sie geben Verantwortung ab. Damit zeigen Sie, dass Sie Ihren Mitarbeitern vertrauen und sie nicht nur als Handlanger betrachten. Zudem fördern Sie nebenbei das eigenverantwortliche Arbeiten Ihrer Angestellten. Das steigert deren Motivation ungemein!



### Seien Sie respektvoll und fair

Etablieren Sie einen respektvollen Umgang in Ihrem Team. Etwa, indem Sie von einem Mitarbeiter begangene Fehler ausschließlich unter vier Augen ansprechen. Wichtig ist auch, dass Sie etwaige Kritikpunkte stets sachlich darlegen und deutlich formulieren. Achten Sie außerdem darauf, dass Ihre Kritik konstruktiv ist: Geben Sie Ihren Mitarbeitern Hinweise, wie genau sie gewisse Dinge besser machen können.



### Gute Chefs sind Teamplayer

Chefs sollten sich stets als Teil des Teams sehen. Dabei sollte die Grenze zum „Kumpelsein“ allerdings nicht überschritten werden. Denken Sie immer daran: Als Chef müssen Sie Ihre Mitarbeiter auch mal kritisieren können. Pflegen Sie allzu freundschaftliche Beziehungen zu Ihren Angestellten, kann negatives Feedback schnell unangenehm werden.





Unsere  
**VERKAUFS-  
 SCHLAGER**  
 für Ihr Snackregal



**ARTIKEL  
 INFO** ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
128772		Mr. Knabbits Paprika Chips	20/150 g Beutel
108589		Mr. Knabbits Paprika Chips	20/45 g Beutel
116470		Mr. Knabbits Ham & Cheese Krengeles	14/75 g Beutel
116329		Mr. Knabbits Mexicana Snack	14/75 g Beutel
116350		Mr. Knabbits Paprika Löckchen	14/75 g Beutel
111502		Mr. Knabbits Salty Brezeln	24/250 g Beutel
128823		Mr. Knabbits Salty Sticks	12/150 g Beutel



Take  
off  
to  
creatures  
world!

**ARTIKEL  
INFO** ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
221218		Take OFF Space Cat – Berry & Marshmallow	12/0,5 L Ds. DPG
221167		Take OFF Jungle Maniac – Mango & Maracuja	12/0,5 L Ds. DPG
221225		Take OFF Zombie Attack – Blood Orange & Lemon	12/0,5 L Ds. DPG

# MEIN LEBEN



## TIEF DURCHATMEN!

**Sie sind öfter mal müde, gestresst oder aufgeregt?** Dann sind Atemübungen vielleicht etwas für Sie: Mithilfe der kleinen Auszeiten lässt sich effektiv Stress abbauen. Andere Übungen wiederum helfen beim Munterwerden oder beruhigen. Ab Seite 30 lesen Sie, wie das geht.

## GELD ALLEIN MACHT NICHT GLÜCKLICH ...

... so lautet ein deutsches Sprichwort. Dass darin viel Wahres steckt, ergab eine Umfrage des Meinungsforschungsinstituts TNS Emnid. Demnach gaben **64 Prozent** der Befragten an, es als persönliche Quelle von Glück und Wohlbefinden zu empfinden, Freunde um sich zu haben. In einer Partnerschaft zu leben, bedeutet für **63 Prozent** der Befragten Glück. Die eigenen Ziele verwirklichen zu können macht **59 Prozent** glücklich; anderen etwas Gutes zu tun oder zu helfen **56 Prozent**. Auf **Platz 4** der Glücksfaktoren landete mit **52 Prozent** die Möglichkeit, einer Arbeit nachgehen zu können. Weitere **50 Prozent** erfreuen sich daran, Kinder im eigenen Umfeld zu haben.

# 1.

## Platz

Übrigens: Dem „World Happiness Report 2018“ zufolge leben die glücklichsten Menschen der Welt in Finnland.



## SO GEHT'S

Richtiges Verhalten während und nach einem Überfall – das sollten Sie wissen!

### WÄHREND DES ÜBERFALLS

- Bleiben Sie ruhig
- Rufen Sie nicht um Hilfe
- Leisten Sie keine Gegenwehr
- Greifen Sie den Täter nicht an
- Hören Sie dem Täter genau zu
- Folgen Sie widerspruchslos den Anweisungen des Täters
- Antworten Sie mit ruhiger Stimme
- Erklären Sie eigene Handlungen, z. B.: „Hierfür muss ich die Kasse öffnen“
- Halten Sie Ihre Hände immer gut sichtbar
- Geben Sie das geforderte Geld sofort heraus
- Lösen Sie stillen Alarm erst aus, wenn dies gefahrlos möglich ist
- Lösen Sie lauten Alarm nur aus, wenn niemand bedroht wird
- Prägen Sie sich persönliche Merkmale des Täters ein
- Konzentrieren Sie sich bei mehreren Tätern auf einen
- Sie haben den Täter erkannt? Lassen Sie sich nichts anmerken

### NACH DEM ÜBERFALL

- Alarmieren Sie sofort die Polizei unter der Telefonnummer 110
- Verschließen Sie die Außentüren
- Verfolgen Sie den Täter nicht!
- Berühren Sie nichts, und verlassen Sie den Tatort
- Notieren Sie sich die Namen und Adressen etwaiger Zeugen

# KÜHLEN KOPF BEWAHREN

Was im Film für Spannung sorgt, ist in der Realität wenig filmreif: EIN RAUBÜBERFALL. Doch mit diesen Verhaltenstipps\* sind Ihre Mitarbeiter und Sie als Shopbetreiber für den unwahrscheinlichen Fall der Fälle gerüstet.



Niemand möchte in die Situation kommen, in der jemand den Shop betritt und gewaltsam die Herausgabe des Geldes in der Kasse fordert. Doch trotz aller Sicherheitsmaßnahmen lässt sich dies nicht hundertprozentig vermeiden. Darum ist es wichtig, sich vorab mit dem statistisch unwahrscheinlichen Szenario zu beschäftigen, um in der Ausnahme-situation möglichst souverän zu handeln.

\* Quelle: Offizielle Verhaltensempfehlungen bei einem Raubüberfall auf Gewerbe der Polizeilichen Kriminalprävention der Länder und des Bundes (ProPK)

# Durchatmen und durchstarten mit den Em-eukal® Gummidrops.

Schnelle Erfrischung, leckerer Geschmack und intensives Kauvergnügen – dank wertvollen ätherischen Ölen.



Art.-Nr.: 499976



Art.-Nr.: 057310



Art.-Nr.: 101584



Art.-Nr.: 161800



mit  
ätherischen  
Ölen

## FRISCHE-KICK

Ob beim Tankstopp auf dem Weg in die Ferien oder beim Außer-Haus-Verzehr:

**Im wiederverschließbaren Beutel** sind die Em-eukal Gummidrops perfekt für unterwegs!

 Lekkerland

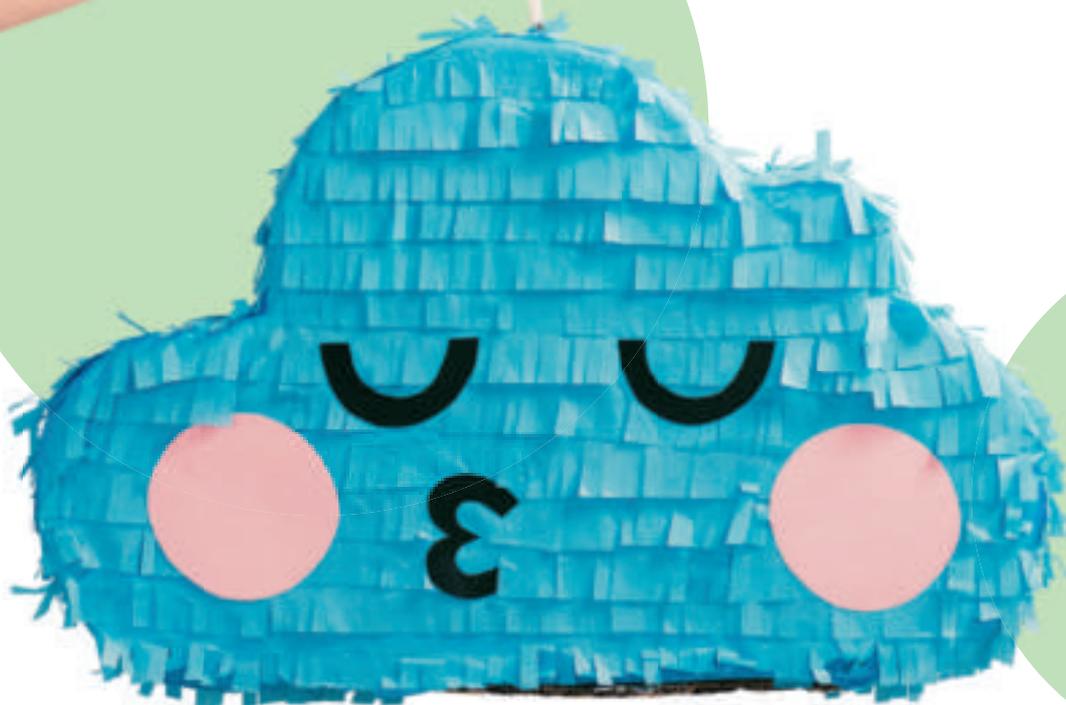
\* Lekkerland-Art.-Nr.

[www.gummidrops.de](http://www.gummidrops.de)

**Em-eukal®**  
Nur echt mit der Fahne.

MEIN LEBEN

TIEF DURCHATMENI!



MIT BUBBLE GUM ZUM UMSATZ-PLUS!



Magic Gum Tutti Frutti im Display  
LL Art-Nr.: 584103



Bubble Gum El Toro Balls  
LL-Art.-Nr.: 127448

**Alex d'Ax**  
INTERNATIONAL  
tri d'Ax GmbH  
Poststraße 43  
D-52477 Alsdorf  
service@tridax.com

**Atemübungen können uns helfen, STRESS ABZUBAUEN und uns nach kleinen oder größeren Ärgernissen wieder abzuregen. Sogar Müdigkeit lässt sich mit der richtigen Atemtechnik besiegen.**

**E**in langer Arbeitstag, mürrische Kunden und Übermüdung – sicherlich fühlen auch Sie sich manchmal ganz schön ausgepowert. Doch anstatt einfach einmal tief durchzuatmen, beginnt man schnell und flach zu atmen und spannt die Muskulatur an. Schmerzen im Nacken- oder Rückenbereich lassen dann nicht lange auf sich warten. Abhilfe schaffen spezielle Atemübungen, die uns helfen können, abzuschalten, zu entschleunigen und neue Kraft zu tanken. Das Beste an ihnen: Sie lassen sich jederzeit und überall durchführen. Hier sind drei Atemübungen, mit denen Sie gut durch den Alltag kommen:

**ENTSPANNUNG**

Stellen Sie sich hüftbreit hin. Atmen Sie nun tief und langsam ein, und spannen Sie dabei so viele Muskeln wie möglich an. Halten Sie Ihren Atem kurz an, und entspannen Sie die Muskeln wieder, während Sie ausatmen. Wiederholen Sie diesen Vorgang ungefähr fünfmal – Sie werden spüren, wie Sie sich mehr und mehr entspannen.

**BERUHIGUNG**

Setzen Sie sich aufrecht und bequem auf einen Stuhl. Die Beine sollten schulterbreit auseinander und im 90-Grad-Winkel stehen. Legen Sie Ihre Ellenbogen auf den Knien ab,

und beugen Sie sich mit geradem Rücken ein wenig nach vorne. Atmen Sie nun bewusst und langsam ein und dann durch gespitzte Lippen, als würden Sie eine Kerze auspusten wollen, wieder aus. Wiederholen Sie die Übung etwa fünfmal.

**MUNTERWERDEN**

Atmen Sie drei- bis viermal tief durch die Nase ein. Achten Sie dabei darauf, wie sich zuerst die Bauchdecke und dann der gesamte Brustkorb hebt. Atmen Sie anschließend wieder durch den Mund aus. Durch die verbesserte Sauerstoffzufuhr schöpft man so schnell neue Energie.

Foto: Stoksy

**Manner**  
MAG MAN EBEN

**MANNER VANILLE 12x75g**  
LL-Art. Nr. 717884

**MANNER ZITRONE 12x75g**  
LL-Art. Nr. 717888

*Feine Waffelvariationen aus dem Hause Manner bieten Abwechslung im Snack-Regal und sichern wertvolle Zusatzstoffe! Denn: Rosa macht glücklich.*

**MANNER ORIGINAL NEAPOLITANER 12x75g**  
LL-Art. Nr. 085525

**MANNER CUBIDOO 12x140g**  
LL-Art. Nr. 054425

**GLÜCKSMOMENTE FÜR UNTERWEGS**

www.manner.com



# „BRAUCHEN SIE AUCH NOCH EIN FEUERZEUG?“

Wie Umfragen belegen, fallen beinahe die Hälfte aller Kaufentscheidungen an Tankstellen und in Kiosken spontan. Es lohnt sich also, **IMPULSKÄUFE ZU FÖRDERN**, um damit seinen Umsatz zu steigern. Wie das gelingen kann, weiß Axel Weber, Trainer und Coach bei Lekkerland.



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

**K**aufentscheidungen kann man in zwei große Gruppen unterscheiden – und zwar in impulsive und geplante Kaufentscheidungen. Impulskäufe erfolgen, wie der Name schon sagt, vollkommen ungeplant. Bei Plankäufen weiß der Shopper dagegen schon sehr genau, welches Produkt er erwerben möchte, bevor er den Shop betritt. Oder zumindest ist der Erwerb eines Produktes aus einer bestimmten Warengruppe generell vorgesehen. Sehr konkret sind Plankäufe zum Beispiel im Bereich Tabakwaren. Deshalb ist es wichtig, dass die Plankäufer die gewünschten Produkte – vor allem wichtige Ankerprodukte – im Shop und im Regal schnell finden. Und dass

Out-of-Stock-Situationen durch Bevorratung vermieden werden.

Für Sie als Shopbetreiber ist besonders interessant, dass beinahe die Hälfte aller Kaufentscheidungen erst im Shop – also impulsiv – getroffen werden. Aus diesem Grund sollte Ihr Ladengeschäft so aufgestellt sein, dass potenzielle Impulskäufer stets mit einer ausreichenden Menge an Kaufanreizen versorgt werden. Impulsive Kaufentscheidungen, zum Beispiel für Süßwaren, Eis, Kaugummi oder Getränke, werden durch eine ansprechende Regalplatzierung oder spezielle Promotions gefördert, die die Aufmerksamkeit gezielt auf bestimmte Produkte lenken und/oder beim Kunden spontane Kaufanreize oder Bedürfnisse



**VERKAUFSFÖRDERND**

Die Kassenzone ist der Ort mit der höchsten Frequenz. Deshalb sind dort aufgestellte Displays besonders zuverlässige Umsatzbringer.

auslösen. Sehr verkaufsfördernd sind darüber hinaus spezielle Theken-Displays an der Kasse. Schließlich wird jeder Kunde, der in Ihrem Shop etwas kauft, früher oder später dort bezahlen. Damit ist die Kassenzone der Ort mit der höchsten Frequenz in Ihrem Shop – und eignet sich besonders gut für das Auslösen von spontanen Kaufimpulsen.

**SETZEN SIE AUF PRODUKTINNOVATIONEN**

Tankstellen- und Kiosk-Kunden sind außerdem besonders affin für Produktinnovationen. Eine Verjüngung des Sortiments – beispielsweise durch Trendgetränke oder Limited Editions bei Süßwaren – ist deshalb nicht nur gut fürs Image, sondern auch für den Umsatz, denn auch sie sorgt für Impulskäufe. Nicht zuletzt können aber auch Sie selbst Impulskäufe forcieren. Und zwar indem Sie aktiv verkaufen und Zusatzverkäufe gezielt ansprechen. Zum Beispiel, indem Sie Ihren Kunden zu den Zigaretten ein Feuerzeug, zum Feinschnitt ein Päckchen Blättchen oder zum Bistro-Produkt ein Getränk et cetera anbieten. Sie werden sehen: So können Sie erheblichen Mehrumsatz generieren.

**CORNY**  
Ganze Nuss



**NEU**  
ab KW 35/2019

**PREMIUM-WACHSTUM**  
IM NUSS-EINZELRIEGELMARKT<sup>1</sup>

+289%

**PREMIUM-KÄUFER**  
JUNGE, KAUFSTARKE SHOPPER LIEBEN EINZELRIEGEL<sup>2</sup>

**PREMIUM-AUFTRITT**  
3 KOMPAKTE SCHAU-KARTONS MIT JE 15 RIEGELN

**GANZE NÜSSE – AUßERGEWÖHNLICH KOMBINIERT.**

<sup>1</sup>Nielsen, LEH > 100qm, Nusseinzelpack, Umsatz, MAT KW09/2017–2019  
<sup>2</sup>GfK, Deutschland, Müsliriegel Multipacks (> 66g)/Einzelpack (< 66g), Umsatz, 2018

# HAST DU SIE NOCH ALLE?



  
**6 DER TOP 10-  
BONBONS**  
KOMMEN VON  
FISHERMAN'S  
FRIEND\*

  
**NR. 1  
BONBON-  
MARKE**  
IM CONVENIENCE-  
KANAL\*

  
**GROSSE  
SORTEN-  
VIELFALT**  
VON FRISCH BIS  
FRUCHTIG



\*Quelle: IRI, Tankstellen + Conv. Shops nach Konzern, Marktanteil Umsatz in %, YTD bis KW 21/19



**STARKEMARKENMEHRWERT**  
www.cfp-brands.de



# MEIN PARTNER



## TRENDIGE AUSWAHL FÜR IHRE KUNDEN

Vitaminsdrinks, Bio-Wasser, Eistees mit wenig oder ohne Zucker, Smoothies und nachhaltig produzierte Limonaden: Der neue **cool&smart Kühlschranks von Lekkerland** setzt in Ihrem Sortiment neue, wichtige Akzente. Mehr dazu erfahren Sie auf Seite 38.

## SIE HABEN POST!

Die E-Mail-Flut in unseren elektronischen Postfächern reißt nicht ab.

Im Gegenteil, sie schwillt sogar immer weiter an: Einer Studie zufolge

stieg die Anzahl der jährlich gesendeten E-Mails in Deutschland von **2000 bis 2018** von **33,2 Milliarden** auf rund **848 Milliarden**

E-Mails. Dabei wurde die Anzahl der gesendeten Spam-Mails nicht berücksichtigt! Kein Wunder also, dass die Bundesbürger im Durchschnitt täglich **44 Minuten** mit dem Lesen und Beantworten elektronischer Post beschäftigt sind.

Als Erfinder der E-Mail gilt übrigens der im US-Bundesstaat New York geborene Informatiker Ray Tomlinson (1941-2016). Er versandte **1971** die erste E-Mail an seine Mitarbeiter.

In Deutschland wurde die erste E-Mail im Jahr **1984** empfangen.

# 85

Prozent

Rund 85 Prozent der Deutschen nutzen das Internet für das Senden und Empfangen von E-Mails.



# FRISCHE TO GO!

**F**rische To go-Produkte für eine bewusste Ernährung liegen im Trend: Laut „Snack Monitor 2018“ kaufen mehr als die Hälfte der Konsumenten frische Snacks wie belegte Brötchen, Stullen, Sandwiches, Salate und Obst unterwegs, die deutliche Mehrheit davon am Bahnhof, im Kiosk oder an der Tankstelle. Damit Shopbetreiber die Möglichkeit haben, sich dieses stetig wachsende Segment auf unkomplizierte Weise zusätzlich zu ihrem bestehenden Sortiment zu erschließen, hat das Lekkerland Foodservice-Team das GO FRESH-Sortiment entwickelt – eine Range aus qualitativ hochwertigen, attraktiv verpackten und superfrischen To go-Produkten. Sascha Dangschat, Consultant Foodservice Development bei Lekkerland, erklärt: „Mit GO FRESH können wir unseren Kunden eine einfache und bequeme Lösung anbieten. Die Produkte werden nach modernen Rezepturen hergestellt und bedeuten für Shopbetreiber wenig Arbeitsaufwand.“

**Das Konsumentenbedürfnis nach frischen Mahlzeiten für den schnellen Genuss unterwegs wächst beständig. GO FRESH – die Qualitätsmarke von Lekkerland im Bereich der verpackten und superfrischen To go-Produkte – ist die ideale Lösung für alle, die ihren Kunden Frische to go anbieten wollen.**



Dass die neue Lekkerland Qualitätsmarke gut beim Endverbraucher ankommt, hat die Erfahrung gezeigt. Sascha Dangschat: „Die Konsumenten nehmen das neue Angebot bei unseren Kunden gerne an. Es zeigt sich hier deutlich, dass je nach Verkaufsstelle mehr die Klassiker wie Sandwiches oder Wraps verkauft werden oder die Salate beim Kunden beliebter sind. So sehen wir beispielsweise deutlich, dass Tankstellenkunden mehr zum Klassiker tendieren.“

## LECKERE UMSATZBRINGER

Derzeit besteht das teils vegetarisch oder vegane GO FRESH-Sortiment aus rund 40 superfrischen Artikeln, die perfekt auf eine immer mobilere und qualitätsbewusstere Zielgruppe abgestimmt sind, die auf der Suche nach frischen Mahlzeiten für den schnellen Genuss unterwegs ist. Neben vier leckeren Sandwiches wie dem Club-Sandwich mit Hähnchenbrust und gegrilltem Bacon zählen auch klassische Stullen aus Roggenvollkornbrot, belegt



## MEIN PARTNER

- 1. VIELSEITIG**  
Das GO FRESH-Sortiment umfasst 37 superfrische To go-Produkte.
- 2. PRAKTISCH**  
Auf Wunsch erhalten Sie passende Kühlgeräte zur optimalen Warenpräsentation.
- 3. BEQUEM**  
Auch aufmerksamkeitsstarke Werbemittel werden Ihnen zur Verfügung gestellt.
- 4. KNACKIG**  
Der GO FRESH-Salat mit Ziegenfrischkäse, Pasta, Apfel und Walnüssen.

mit zartem Gouda oder herzhafter Salami, sowie mit frischen Zutaten gefüllte Wraps zum Sortiment. Dazu kommen knackige Menü- und Snacksalate mit aromatischen Toppings und fein abgestimmten Dressings wie beispielsweise der Caesar Salat mit Hähnchenfiletstreifen und italienischem Grana Padano oder der Klassiker Kartoffelsalat mit Frikadellen. Für alle, die frisches, in mundgerechte Stücke vorgeschnittenes Obst lieben, gibt es Ananas-würfel, einen Melonenmix sowie einen Obstsalat. Ebenfalls im Angebot sind leckere Frühstücksjoghurts mit knusprigem Müsli sowie ein kalt gepresster Orangensaft, fruchtige Smoothies und erfrischende Limonaden.

Sascha Dangschat ist davon überzeugt, dass das GO FRESH-Sortiment dem Anspruch der Konsumenten nach modernen und convenienten Produkten gerecht wird. „Wir empfehlen unseren Kunden, die mit GO FRESH starten, mit den Klassikern wie Sandwiches, Wraps und den Smoothies zu beginnen und im zweiten Schritt Salate und die weiteren Artikel anzubieten.“ Von Vorteil ist es hierbei, dass alle Artikel als Einzelstück bestellbar sind.

**[+]** Sie haben Interesse an GO FRESH? Dann melden Sie sich unter [gofresh@lekkerland.de](mailto:gofresh@lekkerland.de) oder rufen Sie uns an unter Tel.: 02234-1821 720.



## Rund um die heiße Tasse

**HELLMA**  
präsentiert

## Frühstücksgenuss in Portion



Natreen Süßstoff 2er  
Art.-Nr.: 025654



HELLMA Karamellgebäck 6g  
Art.-Nr.: 586463



HELLMA Honigsticc 8g  
Art.-Nr.: 688202



HELLMA Zuckersticks  
4g - nachhaltig  
Art.-Nr.: 094431 ab September



HELLMA Zuckersticks 4g  
Art.-Nr.: 586418



HELLMA Kaffeesahne  
7,5g 10%  
Art.-Nr.: 305984



Feines Gebäck 3er Mix  
Art.-Nr.: 027301



HELLMA Müsliherzen Cranberry  
Art.-Nr.: 454862



Ferrero Nutella  
Art.-Nr.: 536432

✓ KALKULATIONSSICHER

✓ HYGIENISCH

# TRENDIGE AUSWAHL FÜR IHRE KUNDEN

Von oben bis unten VOLLGEFÜLLT MIT TRENDIGEN „PREMIUM“-PRODUKTEN, setzt der cool&smart Kühlschrank von Lekkerland in Ihrem Sortiment neue, wichtige Akzente.



## „Feel Good“-Getränke

Zu den „Wohlfühl“-Produkten zählen zum Beispiel Trendprodukte wie die Vitamindrinks von Vitamin Well, Fairtrade-Produkte wie die Bio-Limonaden von Lemonaid und die zuckerreduzierten Bio-Tees aus stillem, natürlichem Mineralwasser von Volvic.

- 1 DPG Vitamin Well Care (Art.-Nr. 201025)
- 2 MW Lemonaid Maracuja (Art.-Nr. 203183)
- 3 DPG Volvic BIO Tee Hibiskus PET (Art.-Nr. 209854)



Von mit Vitaminen und Mineralien angereicherten Vitamindrinks über Bio-Wasser mit Zusatz, Eistees mit wenig oder ohne Zucker, Kombucha- und Matcha-Drinks bis hin zu Smoothies und nachhaltig produzierten Limonaden: Der neue cool&smart Kühlschrank von Lekkerland ist von oben bis unten vollgefüllt mit trendigen „Feel Good“-Getränken. Also mit „Wohlfühl“-Getränken, die ein pures, unverfälschtes Genusserlebnis bieten und besonders markenaffine und gesundheitsbewusste Konsumenten ansprechen. Diese sogenannten „Premium Convenience Shopper“ im Alter von 19 bis 39 Jahren sind durchaus bereit, für „Premium“-Artikel etwas mehr auszugeben als für Standardgetränke, und machen laut Marktforschung immerhin 20 Prozent der Käufer aus.

## HOHE ERWARTUNGEN

Was die „Premium Convenience Shopper“ eint, sind ihre hohen Erwartungen an das Sortiment in ihrer bevorzugten Einkaufsstätte: Zum einen soll dies möglichst breit sein und den nach Abwechslung suchenden Käufern eine große Auswahl bieten. Zum anderen verlangt es diese gesundheitsbewusste Zielgruppe nach Produkten, die ihren Ernährungskonzepten entgegenkommen. Zum Beispiel, weil sie sich laktosefrei oder vegan ernähren, oder einfach, weil sie bewusst zuckerreduzierte oder zuckerfreie Getränke konsumieren möchten. Genau diese Wünsche können Sie als Shopbetreiber mit dem neuen cool&smart Kühlschrank von Lekkerland erfüllen.

## FAKTENCHECK

### Unsere Kühlschranks-Konzepte

Mit unseren cool&smart und cool&fresh Kühlschranks-Konzepten bieten wir Ihnen ganzheitliche Lösungen an, die Ihnen helfen, Ihren Umsatz mit gekühlten Getränken zu steigern. Maßgeschneiderte Planogramme, die wir regelmäßig u.a. auf Basis von Markt- und Sortimentsanalysen aktualisieren, sorgen dafür, dass sich die Flächenproduktivität Ihres Shops erhöht und Sie nur noch Topseller im Regal haben. Sie haben noch Fragen? Weitere Informationen zu unseren Kühlschranks-Konzepten erhalten Sie bei Ihrem bekannten Lekkerland Ansprechpartner.

# COOLER HINGUCKER

Mit seinem neuen, modernen Design sorgt unser klassischer Kühlschrank für **MEHR AUFMERKSAMKEIT** und **MEHR UMSATZ**.



on „cool&trendy“ zu „cool&fresh“: Auch unser weißer Kühlschrank, der eine Auswahl der Topseller aus den Bereichen alkoholfreie und alkoholhaltige Getränke enthält, erstrahlt in Kürze in einem neuen, coolen und modernen Design. Er trägt nun den Schriftzug „cool&fresh“ und besticht durch seine spritzige Optik sprudelnden Wassers. Dadurch wird er im Shop noch besser wahrgenommen.

## ZUSÄTZLICHE IMPULSKÄUFE

Das erfrischende Design weckt bei Shoppfern schon beim Betreten eines Shops spontan das Verlangen nach kalten Getränken. Das hilft, zusätzliche Impulskäufe zu generieren - und kann somit Ihre Abverkäufe steigern. Das mit LEDs beleuchtete Kühlgerät fasst 412 Liter und bietet viel Platz für die beliebtesten Softdrinks, Wasser, Energydrinks, Saftschorlen, Säfte, Eistees und Eiskaffees sowie Bier und Premix-Longdrinks.



AB SEPTEMBER 2019

**Nur für  
'ne short time! -  
BritNacs  
Salt & Vinegar**

Der würzige Geschmack von feinem Essig und Salz gibt diesen NicNac's einen typisch britischen Geschmack und verspricht einen unvergleichlich leckeren Genuss.



ARTIKEL  
INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
198725		NicNac's Limited Edition BritNacs	14/110g Btl.





# BESTSELLER FÜR IHRE REGALE

Damit Sie Ihren Shop erfolgreich führen und neue Trends im Unterwegskonsum frühzeitig bedienen können, hilft Lekkerland Ihnen dabei, Ihr SORTIMENT optimal weiterzuentwickeln.



**G**anz ehrlich: Wie oft überprüfen Sie Ihr Sortiment, mit Blick auf aktuelle Trends und die Nachfrage Ihrer Kunden? Unsere Erfahrung zeigt: Im Shopalltag fehlt dafür häufig die Zeit. Dabei verändern sich die Wünsche der Konsumenten heutzutage rasant. Denken Sie nur an die wachsende Nachfrage nach gesundheitsbewusster Ernährung, beispielsweise in Form von zuckerreduzierten Getränken und Snacks.

Da ist es gut, dass Sie Lekkerland an Ihrer Seite haben, den Spezialisten für den Unterwegskonsum. Denn wir wissen, welche Artikel Sie im Regal haben müssen und auf welche Sie verzichten können. „Der To go-Markt hat seine eigenen Gesetze“, erklärt Michael Korten, verantwortlich für Getränke bei Lekkerland in Deutschland. „Während im Lebensmitteleinzelhandel beispielsweise weit mehr Sprudelwasser als stilles Wasser

verkauft wird, ist es an Tankstellen und Kiosken genau umgekehrt. Im LEH liegt die Quote bei 70 zu 30 Prozent. Im Unterwegskonsum dagegen bei 30 zu 70 Prozent.“ Der Grund dafür liegt auf der Hand: Die Endverbraucher konsumieren in Shops gekaufte Wasser unterwegs, beispielsweise im Auto – da ist stilles Wasser praktischer als sprudelndes.

## IMMER AM PULS DER ZEIT

Auch in puncto Energydrinks und Pre-Mixed-Longdrinks (kurz: PMLD) tickt die Nachfrage in Tankstellen & Co. anders als in Supermärkten und Discountern: „Energydrinks sind perfekte Durstlöcher auf langen Nachtfahrten und bei jungen Erwachsenen, die unterwegs zur Party sind, sehr gefragt“, so Michael Korten. „PMLDs wiederum sind Convenience-Produkte, wie sie im Buche stehen: Hier bekommt der Konsument zwei Produkte in einer Dose, zum direkten Verzehr. Bequemer geht es nicht!“

Dass das Lekkerland Sortiment perfekt auf den Unterwegskonsum zugeschnitten ist, dazu tragen viele Faktoren bei. Angefangen bei der Tatsache, dass wir uns jeden Tag mit Tausenden Shopbetreibern überall im Land austauschen. Hinzu kommt, dass wir nicht nur unseren Absatz sehr sorgfältig analysieren, sondern uns auch regelmäßig mit Marktanalysen und Trendreports befassen. Denn wir wollen Ihr Kompass sein, wenn es um aktuelle Trends und Wünsche von Verbrauchern geht. Ein weiterer Faktor ist der enge Austausch mit der Industrie, die beispielsweise Ideen für neue Produkte regelmäßig mit Michael Korten und seinen Kollegen diskutiert. Nicht zuletzt greift Lekkerland zurück auf fast 60 Jahre Erfahrung in der Unterwegsversorgung. All das verschmilzt in der „To-go-Brille“, von der Michael Korten sagt: „Wir schauen uns jeden Artikel mit unserer ‚To-go-Brille‘ an. Nur was diesem Blick standhalten kann, wird gelistet.“

In unseren Logistikzentren liegen mehr als 12.000 verschiedene Artikel - sorgfältig ausgewählt von unseren Experten für unsere Kunden.

### PASSGENAUE PLANOGRAMME

Was für den Bereich Getränke gilt, trifft selbstverständlich auch für andere Sortimentsbereiche von Lekkerland zu, beispielsweise Tabakwaren, Non-Food-Produkte - oder Süßwaren, Eis & Co.. Nurcan Ucan, Category Manager Category Food bei Lekkerland, weiß, welche Artikel im Bereich Süßwaren in keinem Shop fehlen dürfen: „Süßwaren sind eine absolute Impulswaren-Kategorie. Deshalb muss die Kassenzone jedes Shops optimal bestückt sein. Unter anderem mit wichtigen Ankerprodukten.“ Für Sie als Lekkerland Kunden ist das kein Problem, denn, so Nurcan Ucan: „Wir bieten Shopbetreibern passgenaue Planogramme, die perfekt auf den Unterwegskonsum abgestimmt sind.“

So wie ihre Kollegen aus dem Getränkebereich stehen auch Nurcan Ucan und ihre Kollegen aus dem Bereich Süßwaren in engem Kontakt mit der Industrie. „Außerdem beobachten wir ausländische Märkte, um immer über die aktuellen Trends im Bereich Süßwaren informiert zu sein. So können wir gewährleisten, dass Lekkerland Kunden diese Trends immer sehr frühzeitig bedienen und ihr Sortiment stetig optimal weiterentwickeln können.“



**MICHAEL KORTEN**  
Director Category  
Beverages, Lekkerland Deutschland  
GmbH & Co. KG



**NURCAN UCAN**  
Category Manager  
Category Food,  
Lekkerland Deutschland  
GmbH & Co. KG

### VON EXPERTEN AUSGEWÄHLT:

### Das Lekkerland Sortiment

Mehr als 12.200 verschiedene Sortiments-Artikel lagert Lekkerland derzeit in seinen Logistikzentren. Darunter mehr als 3.600 Getränkeprodukte, rund 3.500 Tabak- und E-Zigarettenprodukte, mehr als 2.300 Food-Produkte wie Süßwaren, Eis und Co., mehr als 1.000 Non-Food-Artikel, u. a. Autozubehör, mehr als 1.000 Tiefkühl- und mehr als 500 Frische-Artikel.

# Flic 'n' lic

## DAS ORIGINAL



mit **doppeltem**  
Fruchtgeschmack!



**FLIC'N' LIC**

LL Art-Nr.: 027421



## FRUCHTIG ODER SAUER



**SOUR FLIC'N' LIC**

LL Art-Nr.: 484011

## AUCH ALS XXL ZUNGENFÄRBER



**FLIC'N' LIC XL**  
LL Art-Nr.: 102123

**Aix d'Aix**  
INTERNATIONAL

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



1

# DAS FLENST

**Bier ist ein WICHTIGER UMSATZBRINGER. Deshalb sollten Shopbetreiber unbedingt ein breites Bier-Sortiment im Angebot haben. Regionale Marken sind dabei ein absolutes Muss. In Norddeutschland zum Beispiel geht nichts ohne Flens!**

## 1. UMFANGREICH

Das Flensburger-Sortiment umfasst derzeit 16 köstliche Sorten.

## 2. ENGAGIERT

Die Geschäfte der Brauerei werden von Andreas Tembrockhaus (r.) und Hans-Peter Heyen geführt.



2



Seit 1888 bietet die Flensburger Brauerei höchste Premiumqualität. Und seitdem gehört das „Plopp“ in ganz Deutschland zum guten Ton des Geschmacks. Allein im letzten Jahr wurden in Flensburg über 62.800.000 Liter Bier hergestellt. Umgerechnet sind das über 190 Millionen Flaschen. Damit ist die Brauerei mit Sitz in Flensburg die größte Privatbrauerei Schleswig-Holsteins, mit 220 Mitarbeitern und dabei zu 100 Prozent konzernfrei.

## UNVERWECHSELBAR

Der Klassiker unter den „Flens“-Sorten ist das unverwechselbare „Flensburger Pilsener“. Aber auch jüngere Sorten wie die „Flens Fassbrause“ oder das „Flensburger Radler alkoholfrei“ treffen den guten Geschmack der

Verwender von heute. Deshalb steht in Flensburg eine der weltweit größten und modernsten Abfüllanlagen für Flaschen mit Bügelverschluss.

## HOCHWERTIGE ROHSTOFFE

Qualität, Tradition und Moderne stehen bei „Flens“ ganz oben: Gebraut wird mit langjähriger Brauerfahrung und mit hochwertigen Rohstoffen wie dem hauseigenen Mineralwasser aus der Flensburger Gletscherquelle und der unter Einfluss des typisch norddeutschen Meeresklimas gewachsenen Küstengerste von Feldern aus Schleswig-Holstein. So erhalten die Kunden von heute und morgen mit den Flensburger Bieren und den alkoholfreien Getränken der norddeutschen Brauerei nur das Beste. Andreas Tembrockhaus, Geschäftsführer der Brauerei und für Marketing und



**3. TRADITIONELL**

Die Flensburger Brauerei vertreibt ihr Bier als einzige deutsche Brauerei seit 1888 durchgängig mit Bügelverschluss.

**4. GESCHÄFTIG**

Schon 1920 herrschte reges Treiben auf dem Flensburger Brauereihof.



3



4

Vertrieb zuständig, bringt die Bedeutung seiner Marke auf den Punkt: „Unsere Qualität und einzigartiger Geschmack zeichnen uns aus, ohne dass wir die Bodenhaftung verlieren oder nicht mehr mit Spaß bei der Sache sind. Auf diesem Niveau den Markt zu beobachten,

unsere Köpfe anzustrengen, ob, wann und wie wir die Wünsche der Verbraucher am besten erfüllen können, treibt uns an. Im Unterwegskonsum ist Bier in Dosen besonders gefragt. Deshalb bieten wir unser beliebtes ‚Flensburger Pilsener‘ auch in der Dose an.“

**NEU im Sortiment**



LL-Art. 017249

**DER KERNIGE HAFER-SNACK FÜR UNTERWEGS!**

**NEU!**  
AB APRIL 2019!

**BiFi**  
The Original

# BIFI TURKEY ROLL

UNSER NEUES ERFOLGSREZEPT FÜR IHREN ZUSATZUMSATZ



-  Das Erfolgsprodukt BiFi Roll mit zusätzlicher Variante
-  Hergestellt aus **Putenfleisch**
-  Zahlt voll auf den „Snacking on the go“-Trend ein



ARTIKEL  
INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
812077		BiFi Roll Turkey	24/45 g St.



**Lekkerland**  
the convenience company

## DIE BIFI XXL-PRODUKTE: GANZ GROSS IM ABVERKAUF!

- Setzen Sie mit BiFi Original, Roll und Carazza in der XXL-Version auf unsere drei Topseller in der Tankstelle!
- Impulsstark platziert im Orange Block an der Kassenzone – 30% mehr Absatz sichern!
- Wecken Sie maximales Kaufinteresse durch unser 1/8-Chep-Display – praktische Größe und einfach aufgestellt!

**30%  
MEHR ABSATZ!**



**Pro 1/8-Chep-Display:**  
30xBiFi Original XXL 40g  
72xBiFi Roll XXL 75g  
32xBiFi Carazza XXL 75g

\*Quelle: B&G Shopper Monitor 2018 Ergebnisbericht

ARTIKEL  
INFO ▼

Art.-Nr.	Barcode	Artikelbezeichnung	Inhalt/Packart
510910		BiFi XXL Display 134 Stck	1/8-Chep-Display



**Lekkerland**  
the convenience company

# MACHT WACH - BRINGT UMSATZ

Umut Bulam hat das Angebot seines Shops in Bergheim bei Köln perfekt auf seine Kunden zugeschnitten - unter anderem mit KAFFEE von Lekkerland.



**U**mut Bulams „Cool Kiosk“ liegt an der Hauptstraße des Bergheimer Stadtteils Niederaußem, die auf das RWE-Kraftwerk Niederaußem zuführt. Die Silhouette des gigantischen Bauwerks ist vielleicht nicht gerade das, was man eine „idyllische Kulisse“ nennt. Für Umut Bulam aber ist das nahe gelegene Kraftwerk ein Segen: „Mehr als 80 Prozent meiner Kunden sind RWE-Mitarbeiter. Täglich kaufen mindestens 500 RWEler bei uns ein.“ Weil die Frühschicht im Kraftwerk bereits um fünf Uhr morgens beginnt, öffnet Umut Bulam seinen Shop werktags auch schon um 4:30 Uhr. Geschlossen wird der Kiosk erst wieder um zwölf Uhr nachts - wenn die letzten RWE-Mitarbeiter den Heimweg antreten.

## MIT MY BASICS AUF ERFOLGSKURS

Sein Sortiment passt Umut Bulam in enger Zusammenarbeit mit seinem Lekkerland GVL Cihan Öztimur exakt an die Bedürfnisse seiner Kunden an: Neben Süßigkeiten, Zigaretten und gekühlten Getränken zählen Backwaren und Kaffee-Spezialitäten zu den Rennern der Kunden des „Cool Kiosk“, die sich bei ihm vor allem morgens vor Arbeitsbeginn mit einem Wachmacher und etwas Gebäck versorgen.

Bis zu 50 Becher Kaffee gehen deshalb schon morgens über den Tresen.

Seit einem halben Jahr bereitet Umut Bulam Caffè Crema, Cappuccino und Co. mit Bohnen der Lekkerland Eigenmarke my basics zu. Die Kaffeebohnen bestehen aus Arabica- und Robusta-Bohnenmischungen und sind besonders schonend geröstet. Erhältlich sind zwei my basics Bohnensorten: Espresso-Bohnen für Cappuccini und Espresso sowie Caffè-Crema-Bohnen, ideal für die Zubereitung von Lungos. Umut Bulam: „Beide Sorten sind preisgünstig, aber trotzdem von sehr guter Qualität. Meinen Kunden schmeckt der my basics Kaffee sehr gut!“ Das gilt auch für die my basics Milch, die es bei ihm zum Kaffee gibt.

Die Lekkerland Eigenmarken-Kaffees von my basics sind, da stimmt Umut Bulam zu, eine super Alternative zu teurem Markenkaffee. Zudem bieten sie Shopbetreibern den perfekten Einstieg in das breite Portfolio der Lekkerland Kaffee-Lösungen. Dieses reicht von my basics Produkten mit reiner Warenbelieferung bis hin zu ganzheitlichen Lösungen, die Premium-Bohnen, Maschinen, Marketing und weitere Leistungen umfassen.

**Auf Seite 47 finden Sie sechs Tipps, die helfen, Ihren Kaffee-Umsatz zu steigern.**

### 1. GUTE QUALITÄT, FAIRER PREIS

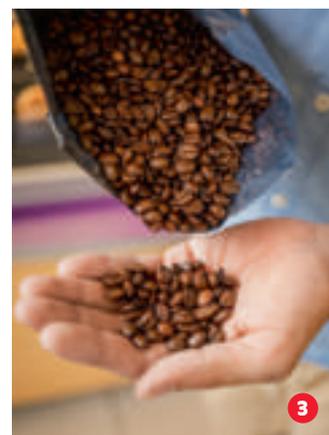
Umut Bulam setzt in seinem Shop auf my basics Kaffee und my basics Milch.

### 2. HAT GUT LACHEN

Der Shopbetreiber des „Cool Kiosk“ kann sich schon morgens über gute Umsätze freuen.

### 3. ERLESEN

Der Kaffee der Lekkerland Eigenmarke my basics wird besonders schonend geröstet.



# Machen Sie Ihr Geschäft noch erfolgreicher.

Direkt am POS. Und online im Netz.



Mit dem PlusTools-Programm finden Kunden Ihren Shop jetzt auch online. Informieren Sie sich unter [www.plustools.info](http://www.plustools.info)



Mehr Umsatz und neue Kunden am POS



Neue, innovative POS-Module



Digitale Mehrwerte und Onlineauftritt inklusive



# 1



## Machen Sie auf das Angebot aufmerksam

Das beste Kaffeeangebot bringt nichts, wenn es nicht wahrgenommen wird. Es ist daher wichtig, Ihre Kunden darauf aufmerksam zu machen – am besten schon an der Zapfsäule beziehungsweise am Shop-Eingang. Zu diesem Zweck bieten wir unseren Kunden entsprechende Marketing-Materialien an.



# 2

## Aktives Verkaufen zahlt sich aus

Die Frage „Darf es ein Kaffee für Sie sein?“ – also aktives Verkaufen – sorgt tatsächlich für zusätzlichen Umsatz. Das gilt auch für den Verkauf süßer oder herzhafter Begleiter zum Kaffee. Kompetente und freundliche Mitarbeiter sind also ein wichtiger Erfolgsfaktor!

# SECHS TIPPS FÜR EIN ERFOLGREICHES KAFFEEGESCHÄFT

Von A WIE AUSWAHL BIS Z WIE ZUSATZANGEBOTE:  
Leonie Effertz, verantwortlich für das Kaffeeengeschäft bei Lekkerland, hat sechs Tipps für Shopbetreiber zusammengestellt, die auch Ihnen helfen, den beliebten Wachmacher umsatz- und gewinnsteigernd zu verkaufen.



## Qualität lohnt sich

Beim Kauf ihres Coffee to go legen viele Konsumenten zunehmend Wert auf Qualität – und sind bereit, einen etwas höheren Preis für einen Kaffee zu zahlen, der ihnen richtig gut schmeckt. Dabei orientieren sich Verbraucher zum einen an ihnen bekannten Marken, die ein Qualitätsversprechen mitbringen. Zum anderen achten sie immer häufiger darauf, welche Maschine für die Zubereitung verwendet wird. Sehr beliebt sind sogenannte Semi-Barista-Maschinen: Sie strahlen durch ihre Siebträgeroptik Kaffee-Kompetenz aus und sind dennoch einfach zu bedienen.



## Drei Größen, mehr Umsatz

In puncto Größe empfiehlt Lekkerland Shopbetreibern, ihren Kunden drei Varianten anzubieten. Die meisten Konsumenten entscheiden sich für die mittlere Größe. Bei nur zwei Größen fällt die Wahl eher auf die kleinere.



LEONIE EFFERTZ  
Head of Coffee Development  
Lekkerland Deutschland  
GmbH & Co. KG



## Gefragt sind die Klassiker

Allen Trends und Neuheiten zum Trotz: Am liebsten genießen Konsumenten unterwegs die Klassiker. Bei den meisten Lekkerland Kunden beträgt der Anteil an Caffè Crema um die 60 Prozent. Danach folgen Cappuccino, Latte Macchiato und Caffè Latte/Milchkaffee mit jeweils zwischen 10 und 15 Prozent.



## Schnelle Bedienung ist Trumpf!

Apropos Maschine: Bei der Auswahl der Kaffeemaschine sollte unbedingt auf die Ausgabegeschwindigkeit geachtet werden. Denn gerade in Stoßzeiten – beispielsweise morgens – ist es wichtig, dass Sie Ihre Kaffee-Kunden schnell bedienen können, auch wenn die Nachfrage einmal etwas größer ist.



# AUSWAHL FÜR SELBERMACHER

**ROLL YOUR OWN- und MAKE YOUR OWN-FANS sind die Individualisten unter den Rauchern. Daher sollten Shopbetreiber möglichst viele unterschiedliche Hülsen, Blättchen und Co. im Sortiment haben.**

**W**ährend Dreher nicht ohne Blättchen und eindrehbare Filter auskommen, können Stopfer nicht auf Hülsen verzichten. Was beide Gruppen eint: Sie passen ihre „selbst gemachten“ Zigaretten ganz ihren persönlichen Vorlieben an. Mancher Roll Your Own-Fan raucht am liebsten extralange, mit Queen- oder Kingsize-Blättchen gedrehte Zigaretten. Andere legen großen Wert auf ungebleichte

Blättchen. Auch passionierte Make Your Own-Fans haben allerhand „Extrawünsche“: Bei der Wahl des richtigen Filters sind sie fast so wählerisch wie beim Tabak selbst. Es lohnt sich also, ein breites Zusatzsortiment für Dreher und Stopfer im Angebot zu haben – und neben bewährten Klassikern auch Special-Interest-Artikel wie beispielsweise spezielle Aktivkohlefilter oder Blättchen aus Hanfzellostoff vorzuhalten.

## ORBIT® zu EXTRA® Umstellung 2019

**NEU**

Aus

WRIGLEY'S  
**Orbit**



Wird

WRIGLEY'S  
**Extra**



Beliebte weiche Streifentextur jetzt auf der Kaugummimarke Nr. 1 [1]

Leichtere Shopper-Navigation durch farbenfrohes Design [2]

Attraktiver Preiseinstieg in der Kaugummikategorie

Ganzjährige mediale Unterstützung auf EXTRA®



EXTRA® Peppermint  
2 x 14 x 7 Streifen  
LL Art.-Nr. 159217



EXTRA® Strawberry  
2 x 14 x 7 Streifen  
LL Art.-Nr. 159197



EXTRA® Tropical  
2 x 14 x 7 Streifen  
LL Art.-Nr. 159128



## Ohne Blättchen geht bei Drehern gar nichts

Egal, ob extrabreit oder -dünn, mit Tips oder ohne, im Briefchen oder von der Rolle: Der Blättchen-Markt bietet Drehern heute eine große Produktvielfalt. Dennoch müssen Sie als Shopbetreiber aber auch Klassiker im Regal haben.

**Etwas die bei Endverbrauchern besonders beliebte 100-Blatt-Packung „OCB blau“ mit dem charakteristischen Gummizugverschluss. Zu den Bestsellern im Bereich der eindrehbaren Filter zählen die Slim Filter von GIZEH.**

OCB blau Gummizug (Art.-Nr. 149706)



**MEIN PARTNER**

## Stopfer brauchen Hülsen

Es gibt tabaksparende Hülsen mit extralangen Filtern, Hülsen für Marken-Fans wie etwa von MARLBORO, JPS oder WEST und Hülsen für besonders preissensible Kunden. **Bei Letzteren belegen die Hülsen der Lekkerland Marke BUFFALO seit Jahren hinsichtlich der Absatzzahlen den Spitzenplatz. Mit einem UVP von 89 Cent für 200 Stück sind sie besonders günstig.**

Buffalo Hülsen (Art.-Nr. 970574)

## Für Tabak-Raucher unverzichtbar

Auch Feuerzeug ist nicht gleich Feuerzeug – es gibt die unterschiedlichsten Modelle. Ob mit Stab, zum Nachfüllen, bunt oder einfarbig. **Besonders beliebt sind bei Tabak-Rauchern nach wie vor Feuerzeuge mit Reibeisen wie die Maxi-Version der BIC-Feuerzeuge oder die transparenten Feuerzeuge von ATOMIC.**

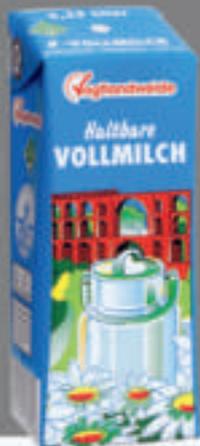
BIC Feuerzeug J26 Reibrad Maxi neutral farbig sortiert, kindergesichert (Art.-Nr. 619658)



**[+]** Bei Lekkerland können Sie mehr als 300 Artikel für den Raucherbedarf bestellen. Besonders bequem geht das online auf [LEKKERLAND.DE](http://LEKKERLAND.DE).

## Vogtlandmilch GmbH

Seit über 80 Jahren verarbeitet die Vogtlandmilch GmbH im sächsischen Plauen regionale Milch zu einer Vielzahl von Milchprodukten. Die Gesellschafter der Vogtlandmilch sind landwirtschaftliche Unternehmen, welche die Milch hauptsächlich in Sachsen produzieren. Aus der gesammelten Milchmenge stellt die Molkerei Produkte wie H-Milch und Butter her, aber auch H-Mischmilch-Getränke als Pausengetränke für Schüler und ein breit gefächertes Quarksortiment. Dieses umfasst neben Speisequark in unterschiedlichen Fettstufen auch pikante Gewürzquarkzubereitungen z. B. den regional-typischen Hausmacher Quark sowie Dessertquark mit vielen Fruchtstücken.



Durch ein ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein, konsequente Marktorientierung und eine lebendige Partnerschaft mit den Milcherzeugern und dem Handel trägt die Vogtlandmilch tagtäglich dazu bei, die Zufriedenheit ihrer Kunden zu optimieren.



# LAY'S VERLOST 1x2 TICKETS FÜR EIN UEFA CHAMPIONS LEAGUE GRUPPENSPIEL



Paprika

Lekkerland Art-Nr.:  
315402 (9 x 175g)



Gesalzen

Lekkerland Art-Nr.:  
315368 (9 x 175g)

## SO GEHT'S:

Schicken Sie uns die Lösung mit Ihrer Kundennummer bis zum 13.09.2019 an: [meinshop@lekkerland.de](mailto:meinshop@lekkerland.de). Die Gewinner werden durch Losziehung ermittelt und schriftlich benachrichtigt. Eine Barauszahlung der Gewinne ist ausgeschlossen. Zustellung der Gewinne kostenlos innerhalb Deutschlands. Mitarbeiter des Veranstalters sowie Personen unter 18 Jahren sind von der Teilnahme ausgeschlossen. Jeder Teilnehmer darf nur ein Mal pro Gewinnspiel teilnehmen. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

## DIE FRAGE:

Seit welchem Jahr ist Lay's offizieller Sponsor der UEFA Champions League?

# Sag „Ja“ zur Orangenhaut.



## Unser Smoothie orange mit Orangenhaut.

Die pürierte Orangenschale macht unseren Smoothie fruchtig erfrischend & zaubert einem ein Düftchen in die Nase, als würde man eine saftige Orange aufschneiden. Wie bei all unseren Produkten steckt auch im Smoothie orange kein künstlicher Schnick-Schnack, sondern nur die pure Frucht.

Art.-Nr. 346752



[true-fruits.com](http://true-fruits.com)

# NEUE VIELFALT IM SCHOKO-KNABBER-SEGMENT M&M'S® UND MALTESERS® JETZT IN NEUER PACKUNGSGRÖSSE!

**NEU**  
IM 70 G  
KING SIZE FORMAT



24 Beutel à 70 g  
LL Art.-Nr. 801770



12 Beutel à 150 g  
LL Art.-Nr. 803092



12 Beutel à 150 g  
LL Art.-Nr. 802275



12 Beutel à 128 g  
LL Art.-Nr. 802624

**JETZT NEU**  
M&M'S® UND MALTESERS®  
MIT 128 - 150 G IM BEUTEL



20 Beutel à 135 g  
LL Art.-Nr. 116850



9 Beutel à 150 g  
LL Art.-Nr. 156072

NEUE PACKUNGSGRÖSSE  
ERMÖGLICHT  
GEMEINSAME  
VERMARKTUNG.



UNSERE PRODUKTE TREIBEN  
MIT +30% DAS SCHOKO-  
KNABBER-  
SEGMENT.<sup>(1)</sup>

**+30%**