

PRESSEMITTEILUNG

Lagardère Travel Retail Deutschland gewinnt 10 Foodservice Outlets im Rahmen des internationalen Tenders für das neue Terminal 3 am Flughafen Frankfurt

Wiesbaden, 22.01.25

Lagardère Travel Retail Deutschland präsentiert sich als einer der zwei Gastronomiebetreiber im neuen Terminal 3 am Flughafens Frankfurt. Mit neun gastronomischen Konzepten an zehn Standorten wird Lagardère Travel Retail einen wesentlichen Teil des Food- und Gastronomieerlebnisses in einem der modernsten Terminals Europas gestalten. Unter dem Motto „Heart of Europe“ wird ein breites kulinarisches Angebot geschaffen, das die Vielfalt und Qualität Europas und der ganzen Welt widerspiegelt.

„Meilenstein und Ritterschlag für Lagardère Travel Retail“

„Mit dem neuen Terminal 3 setzt der Flughafen Frankfurt eine neue Benchmark in Europa. Das Vertrauen, uns mit der Umsetzung eines wesentlichen Teils des Food- und Gastronomieerlebnisses zu beauftragen, ist ein Meilenstein im Rahmen unseres Wachstumskurses in Deutschland. Als langjähriger Partner des Flughafen Frankfurt ist es nicht nur selbstverständlich, sondern vielmehr eine Mission und ein Commitment, für dieses ganz besondere Projekt in jeder Hinsicht die Extrameile zu gehen. Deshalb haben wir für unser Angebot die nationalen und internationalen gastronomischen Best Practices mit exklusiven innovativen Markteintritten zu einem ganzheitlichen und auf unsere zukünftigen Gäste maßgeschneiderten Konzept vereint“, erklärt Jochen Halfmann, CEO von Lagardère Travel Retail Deutschland.

Anke Giesen, Vorstand Retail & Real Estate beim Flughafenbetreiber Fraport ergänzt: „Wir freuen uns sehr, Lagardère Travel Retail als unseren starken Partner für die Gastronomieflächen im neuen Terminal 3 begrüßen zu dürfen. Lagardère Travel Retail bringt internationale Expertise und ein breites Spektrum an erfolgreichen Gastronomiekonzepten in den Flughafen Frankfurt ein. Ihre Erfahrung und ihr Engagement für Qualität und Service werden das gastronomische Angebot im neuen Terminal 3 erheblich aufwerten und den Aufenthalt unserer Passagiere noch angenehmer gestalten.“

Vielfalt und Innovation im neuen Terminal 3

Lagardère Travel Retail setzt mit seinen Konzepten auf eine einzigartige Kombination aus internationalen Best Practices, regional inspirierten Eigenmarken und innovativen exklusiven Weltpremierern. Zu den Highlights zählen:

NENI Deli – eine Weltpremiere in exklusiver Zusammenarbeit mit der Familie Molcho, die die levantinisch-mediterrane Küche auf ein neues Niveau hebt.

EL&N London® – der Instagram-Hotspot aus London, der erstmals an einem deutschen Flughafen vertreten ist.

MAIN BISSEN – ein Konzept, das „Frankfurter Klassiker“ modern interpretiert.

ZIGOLINI – lebendige italienische Oase mit hausgemachter Pizza, Focaccia und Tramezzini.

BREAD & BITE – eine Hommage an das klassische Sandwich, mit frisch gebackenem Brot und saisonalen Zutaten.

Die Auswahl der neun gastronomischen Konzepte reicht von regionalen Spezialitäten bis hin zu globalen Food-Trends und verbindet innovative visuelle Gasterlebnisse mit unterschiedlichen Servicemodellen und Guest-Journeys.

Strategischer Fokus auf Gästelerlebnisse

Mit diesem vielfältigen Portfolio will Lagardère Travel Retail die Erwartungen der internationalen Passagiere nicht nur erfüllen, sondern übertreffen. Das Ziel ist, das neue Terminal 3 zu einem Ort gastronomischer und kulinarischer Vielfalt, Qualität und Innovation zu machen. „Dieses Projekt ist für uns eine Herzensangelegenheit, die wir mit höchster Professionalität und Leidenschaft realisieren werden. Wir schaffen nicht nur einzigartige Gasterlebnisse, sondern auch bleibende Erinnerungen“, freut sich Jochen Halfmann. Hochwertige Gastronomie und modernes Design verbinden sich hier zu einem einzigartigen Reiseerlebnis.

Das neue Terminal 3 – Heart of Europe

Mit seiner Eröffnung zum Sommerflugplan 2026 wird das Terminal 3 eine Kapazität von bis zu 19 Millionen Passagieren pro Jahr bieten. Lagardère Travel Retail Deutschland wird insgesamt zehn Gastronomieflächen im zentralen Marktplatz Non-Schengen, Pier Non-Schengen und in der Ankunftshalle des Terminals 3 sowie sechs weitere Flächen für Travel Retail betreiben.

ÜBER LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL

Als einer von zwei Unternehmensbereichen der Lagardère Group ist Lagardère Travel Retail eines der weltweit führenden Unternehmen in der Travel Retail Branche mit über 5.120 Shops in den Bereichen Travel Essentials, Duty Free & Fashion und Foodservice an Flughäfen, Bahnhöfen und anderen Verkehrsstandorten. Verteilt auf 42 Länder in der ganzen Welt wurde 2023 ein Jahresumsatz von 6,6 Mrd. Euro erwirtschaftet. Mit unserer Pionierkultur schaffen wir maßgeschneiderte Angebote und Erlebnisse, die das Reisen angenehmer machen. Wir setzen unsere erstklassige globale Expertise und unser lokales Wissen ein, um wertschöpfende Partnerschaften für unsere Stakeholder zu gestalten: Vermieter, Marken, Reisende, Mitarbeiter und Gemeinden. Wir setzen uns aktiv für eine nachhaltige Zukunft des Reiseeinzelhandels und der Gastronomie ein, indem wir eine umfassende CSR-Strategie verfolgen. Mit unseren engagierten Teams decken wir damit alle Aspekte ab, in denen wir als Unternehmen Einfluss haben und etwas bewirken können.

Lagardère Travel Retail betreibt in Deutschland mit seinen drei Gesellschaften Lagardère Travel Retail Deutschland GmbH, Lagardère Travel Retail Deutschland Foodservice GmbH und Marché Mövenpick Deutschland GmbH über 230 Stores an 9 Flughäfen, 35 Bahnhöfen, 7 Zoos und 2 US-Military-Bases: Im Travel Retail mit einer großen Bandbreite an bekannten Marken wie Relay, Hub Convenience, Tech2go, L'Occitane oder Discover.

Im Foodservice entwickelt Lagardère Travel Retail innovative Gastronomielösungen und ist mit den Marken Marché, White Monkey, Natoo, Zigolini, Panda Express, Coffee Fellows, Dean&David, Burger King, Natsu, Paulaner und den beiden Foodcourts Frankfurter Markthalle und Nürnberger Markthalle aktiv.www.lagardere-tr.de

Kontakt: B2B Communication • LOTTMANN Communications • au@lottmann-communications.de • +49 (0) 172 8965148

Fact Sheet

Lagardère Travel Retail Deutschland: Die Konzepte im neuen Terminal 3 am Flughafen Frankfurt im Detail

Wiesbaden, 22.01.25

NENI DELI

Exklusiv für den Flughafen Frankfurt wurde NENI DELI zusammen von der Familie Molcho und Lagardère Travel Retail Deutschland entwickelt – ein Konzept, das 14 Jahre gastronomische Erfahrung für hochfrequentierte Standorte vereint. NENI DELI bietet Reisenden Schnelligkeit, Komfort und Qualität: Frisch zubereitete Bowls, Sandwiches und bewährte NENI-Klassiker – ideal für einen schnellen Snack oder eine geschmackvolle Mahlzeit zum Mitnehmen. Inspiriert von Tel Avivs kulinarischer Vielfalt, vereint NENI DELI Tradition und Innovation der levantinischen und mediterranen Küche. Mit dem Balagan-Stil bringt NENI Menschen zusammen: für ein Stück Heimat oder neue Geschmackserlebnisse.



EL&N

Mit EL&N London® bringt Lagardère Travel Retail den wohl „instagramablesten“ Hotspot, der Genuss, Lifestyle und Ästhetik vereint, an den Flughafen Frankfurt. Die Kultmarke aus London, gegründet von Alexandra Miller, begeistert mit innovativem Design und exquisitem Menü. Ob kultige Signature Cakes wie Dulce de Leche, Pistazien-Croissants oder handgerösteter Kaffee aus Brasilien – jede Kreation ist ein Meisterwerk. Von Espresso bis Bubble Tea bietet EL&N London® eine Vielfalt, die Geschmack und Stil perfekt verbindet.

ZIGOLINI

Frische, hausgemachte Pizza, Focaccia, Tramezzini und Antipasti, dazu hochwertige Kaffee- und Getränkeangebote – alles mit typisch italienischem Flair. ZIGOLINI ist eine lebendige Oase für eine genussvolle Pause: unkompliziert, gesellig, lecker. Hier trifft edler Marmor auf farbenfrohes Design, klassische Elemente auf modernes Flair. Verspielte Deko, große Illustrationen und ikonische Leuchten erinnern an italienische Straßencafés. Ein Ort, um das Leben zu genießen – immer frisch, immer gut gelaunt.



DAILY DELI – handcrafted delights

Bei DAILY DELI wird jede Mahlzeit aus den besten Zutaten und innovativen Rezepten mit Liebe zubereitet. Ob für einen schnellen Snack oder eine entspannte Pause – DAILY DELI bietet frische, gesunde und leckere Optionen. Das natürliche, hochwertige Ambiente lädt zum Verweilen ein, sei es für einen Snack to go oder eine kulinarische Pause vor dem Abflug. Wir setzen auf frische, ehrliche Lebensmittel, die handgemacht sind. Unser zeitloses Konzept bietet ausgewogene Köstlichkeiten – vegan, vegetarisch oder klassisch herzhaft.

MAIN BISSEN – local food & drinks

Unkompliziert, authentisch und einfach lecker – das ist MAIN BISSEN. Von frischen Sandwiches bis hin zu echten Frankfurter Klassikern bietet MAIN BISSEN kulinarischen Genuss zu jeder Abflugzeit in einer stylisch-modernen Umgebung. Hier wird Frankfurter Kultur zum Mitnehmen serviert: Ob Frankfurter Würstchen – klassisch, als Rind- oder Veggie-Variante – oder der Mini-Gugelhupf „Frankfurter Kranz“. Ergänzt wird das Angebot durch handgebackene Sandwiches, frische Backwaren, Joghurtbecher, Fruchtsalate und frisch gepresste Säfte. MAIN BISSEN – der perfekte Start in den Flug mit einem Stück Frankfurt im Gepäck.



BURGER KING®

BURGER KING® ist im neuen Terminal gleich zwei Mal vertreten. BURGER KING® steht für seine flame-grilled Burger, darunter der weltbekannte Whopper®, einer großen Auswahl an Chicken- und Plant-based-Produkten, serviert mit knusprigen Pommes, der beliebtesten Beilage zu den Hauptgerichten. Die maßgeschneiderte Spielecke im hinteren Bereich des Restaurants sorgt für Spaß. Und wenn die Eltern noch etwas länger Zeit verbringen möchten, wird es bei BURGER KING® auch nach dem Essen nie langweilig.

HAFERKATER

Bei HAFERKATER wird Hafer seit Tag eins frisch gequetscht, gekocht und mit leckeren Toppings serviert. Das Angebot reicht von süßen Porridges wie dem APFELKATER mit Apfelmus, Zimt und Walnüssen bis hin zu herzhaften Varianten wie dem ZIEGENKATER mit Ziegenkäse, Birnen, Walnüssen, Honig und Thymian. Ergänzt wird das Sortiment durch Haferbowls, Salaten, Stullen, Wraps und süße Kasten Kuchen – alles 100 Prozent vegetarisch, davon rund 80 Prozent vegan.



BREAD & BITE – the sandwich spot

Der Duft von frischem Brot, köstlich belegte Sandwiches und das knusprige Geräusch beim ersten Bissen – bei BREAD & BITE liebt man Sandwiches. Das hausgebackene Brot aus natürlichen Zutaten wird täglich frisch und saisonal belegt. Egal ob Stulle zum Frühstück, Vollkornbrot mit Lachs zum Mittag oder ein gegrilltes Panini zum Abendessen – hier kommen Sandwichliebhaber auf ihre Kosten.

BREZELMEISTER

Richtig gut aufgebrezelt: BREZELMEISTER ist speziell auf die Bedürfnisse von Reisenden an Flughäfen zugeschnitten: frisch, handlich und schnell zubereitet. Ob als Original mit Salz, als belegte Variante oder überbacken - die Brezel ist der Lieblingsnack einer breiten Zielgruppe. Kompakt, modern, stilvoll: Diese mobile Gastroeinheit kombiniert hellen Terrazzo, keramische Oberflächen und eleganten schwarzen Stahl zu einem zeitlosen Design. Ideal für flexible Einsätze, verbindet sie Funktionalität mit ästhetischem Anspruch und schafft einen einladenden, modernen Look.

ÜBER LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL

Als einer von zwei Unternehmensbereichen der Lagardère Group ist Lagardère Travel Retail eines der weltweit führenden Unternehmen in der Travel Retail Branche mit über 5.120 Shops in den Bereichen Travel Essentials, Duty Free & Fashion und Foodservice an Flughäfen, Bahnhöfen und anderen Verkehrsstandorten. Verteilt auf 42 Länder in der ganzen Welt wurde 2023 ein Jahresumsatz von 6,6 Mrd. Euro erwirtschaftet. Mit unserer Pionierkultur schaffen wir maßgeschneiderte Angebote und Erlebnisse, die das Reisen angenehmer machen. Wir setzen unsere erstklassige globale Expertise und unser lokales Wissen ein, um wertschöpfende Partnerschaften für unsere Stakeholder zu gestalten: Vermieter, Marken, Reisende, Mitarbeiter und Gemeinden. Wir setzen uns aktiv für eine nachhaltige Zukunft des Reiseeinzelhandels und der Gastronomie ein, indem wir eine umfassende CSR-Strategie verfolgen. Mit unseren engagierten Teams decken wir damit alle Aspekte ab, in denen wir als Unternehmen Einfluss haben und etwas bewirken können.

Lagardère Travel Retail betreibt in Deutschland mit seinen drei Gesellschaften Lagardère Travel Retail Deutschland GmbH, Lagardère Travel Retail Deutschland Foodservice GmbH und Marché Mövenpick Deutschland GmbH über 230 Stores an 9 Flughäfen, 35 Bahnhöfen, 7 Zoos und 2 US-Military-Bases: Im Travel Retail mit einer großen Bandbreite an bekannten Marken wie Relay, Hub Convenience, Tech2go, L'Occitane oder Discover.

Im Foodservice entwickelt Lagardère Travel Retail innovative Gastronomielösungen und ist mit den Marken Marché, White Monkey, Natsu, Zigolini, Panda Express, Coffee Fellows, Dean&David, Burger King, Natsu, Paulaner und den beiden Foodcourts Frankfurter Markthalle und Nürnberger Markthalle aktiv.www.lagardere-tr.de

Kontakt: B2B Communication • LOTTMANN Communications • au@lottmann-communications.de • +49 (0) 172 8965148