# **LIEBES-ALARM BEI L&T:** FAST 400 SINGLES WOLLEN ZUM DATE MIT ROLAND TRETTL

**Osnabrück, [12.11.2026] – Normalerweise geht es am Singles Day um Schnäppchen. Bei L&T ging es um Schmetterlinge im Bauch! Das Osnabrücker Mode- und Sporthaus hat den international bekannten Online-Shopping-Tag kurzerhand neu interpretiert – und damit offenbar einen Nerv getroffen: Fast 400 Singles bewarben sich für ein außergewöhnliches Dating-Erlebnis mit TV-Koch und Dating-Gastgeber Roland Trettl.**




54 von ihnen wurden ausgewählt und durften am 11. November auf ein ganz besonderes Liebesabenteuer hoffen: ein exklusives Vier-Gänge-Dinner hoch über den Dächern Osnabrücks, mit unbekannten Dating-Partnern, jeder Menge Herzklopfen und Roland Trettl als persönlichem Gastgeber. Ob zwischen den Gängen auch die Funken flogen? Das bleibt vorerst das Geheimnis der Teilnehmenden. Fest steht: Dieser Singles Day hatte deutlich mehr zu bieten als die üblichen Rabattaktionen.

## EIN MODEHAUS ALS ORT FÜR DIE GROßE LIEBE? WARUM EIGENTLICH NICHT!

Dass der stationäre Handel weit mehr kann als Ware präsentieren, zeigte L&T bereits tagsüber. Im Mode- und Sporthaus drehte sich am 11. November alles um Begegnungen, kleine Glücksmomente und das gute Gefühl, miteinander ins Gespräch zu kommen.

Mit „Connect & Talk"-Buttons konnten Besucherinnen und Besucher ganz unkompliziert signalisieren, dass sie offen für neue Kontakte waren. In der Singles Lounge an der hauseigenen Aperitivo Bar luden Musik und eine entspannte Atmosphäre zum Kennenlernen ein. An der Komplimente-Wall wurden liebe Worte verschenkt, während an der Trainingsbuddy-Wall im Sporthaus neue Sportpartnerschaften entstehen konnten.

Ein Glücksrad, ein Fotospot mit Sofortdruck und eine Flash-Tattoo-Station von AWA STUDIO sorgten für weitere besondere Momente. Am Nachmittag bot eine Autogrammstunde mit Roland Trettl die Gelegenheit zum persönlichen Kennenlernen. Auch online war L&T mit einer Aktion zum Singles Day vertreten: einem 11-Euro-Angebot zur Newsletter-Anmeldung. Doch die eigentliche Besonderheit fand dort statt, wo Online-Shopping an seine Grenzen stößt: im echten Leben.

## FAST 400 BEWERBUNGEN – UND JEDE MENGE HERZKLOPFEN

Für die „Dinner Dates" konnten sich Singles bereits im Vorfeld bewerben. Die Resonanz: fast 400 Einsendungen. Anschließend wurde das L&T Team selbst ein bisschen zum Amor und stellte aus den Bewerbungen vielversprechende Begegnungen zusammen. 54 ausgewählte Singles trafen sich schließlich im L&T Roofspot Restaurant, um bei einem exklusiven Vier-Gänge-Menü herauszufinden, ob aus einer ersten Begegnung vielleicht mehr werden könnte. Mit dabei war Roland Trettl, der den Abend als Gastgeber mit Charme, Humor und Einfühlungsvermögen begleitete. Anders als bei einem klassischen TV-Datingformat stand keine Fernsehausstrahlung im Mittelpunkt. Stattdessen hielt L&T besondere Momente des Abends für die eigenen Social-Media-Kanäle fest.

Für die Teilnehmenden war es ein aufregender Abend mit offenem Ausgang. Für das L&T Team ein Herzensprojekt, in das viel Kreativität, Organisation und persönliche Begeisterung geflossen waren.

## EINE LIEBESERKLÄRUNG AN DEN STATIONÄREN HANDEL

Hinter dem ungewöhnlichen Dating-Event steckte zugleich eine klare Idee: Ein Shoppingtag, der vor allem durch Online-Rabatte bekannt geworden ist, kann auch im stationären Handel neue Impulse setzen – wenn man ihn anders denkt.

L&T machte aus dem Singles Day keinen reinen Preisaktionstag, sondern einen Anlass, das Mode- und Sporthaus als lebendigen Treffpunkt zu erleben.

„Der Singles Day ist eigentlich ein klassischer Online-Shopping-Tag. Aber warum sollten wir diesen Anlass dem Onlinehandel überlassen? Wir möchten zeigen, dass auch der stationäre Handel etwas bieten kann, das kein Onlineshop der Welt ersetzen kann: echte Begegnungen, Emotionen und gemeinsame Erlebnisse. Dafür braucht es nicht immer den nächsten Rabatt, sondern vor allem Kreativität, Mut und die Freude daran, Menschen zu begeistern“, erklärt Thomas Ganter, Geschäftsführer von L&T.

Damit setzte L&T ein Zeichen für eine gesamte Branche, die immer wieder nach Antworten auf veränderte Konsumgewohnheiten sucht. Statt sich auf den klassischen Verkauf zu beschränken, entwickelt das Osnabrücker Unternehmen neue Anlässe für einen Besuch und macht das eigene Haus zur Bühne für besondere Geschichten. Der Singles Day bei L&T zeigte eindrucksvoll: Der stationäre Handel muss nicht versuchen, das Internet zu kopieren. Er kann etwas bieten, das online nicht möglich ist – echte Nähe.






COOK
SPOT





*Über L&T*

*Das Mode-, Sport- und Lifestyle-Unternehmen L&T gehört mit 25.000 Quadratmetern Verkaufsfläche zu den führenden Premium-Mode- und Sporthändlern Deutschlands. Das mehrfach ausgezeichnete Familienunternehmen, unter anderem als „Best Fashion Retailer of the Year 2024“, prägt seit mehr als 110 Jahren das Stadtbild Osnabrücks. In dritter Generation geführt, verbindet L&T Tradition mit Innovation und setzt konsequent auf nachhaltiges, zukunftsorientiertes und kundenfokussiertes Handeln. Mit einem einzigartigen Angebot aus Mode, Sport, Gastronomie und Erlebniswelten schafft L&T inspirierende Einkaufserlebnisse und entwickelt sich kontinuierlich weiter.*

*L&T Lengermann & Trieschmann GmbH & Co. KG*
*Große Str. 27-32*
*49074 Osnabrück*
*marketing@l-t.de*
*WWW.L-T.DE*