

unikIMPULS

unik & LinkedIn

DIGITALE NÄHE
NEU GEDACHT

Werden Sie Teil
unseres Netzwerks

Herbst- und Wintertrends im Großhandel

UMSATZPOTENZIAL
Gezielt Chancen nutzen

Best of 2025

EIN JAHR
VOLLER MEILENSTEINE
Mit Stolz blicken wir zurück

BEWEGUNG SCHAFFT ZUKUNFT.

Inhaltsverzeichnis

VORWORT 3

ZUKUNFT DER NAHVERSORGUNG 4

Die unik GmbH setzt auf Vielfalt und Partnerschaft

GEWINNSPIEL 6

Ihre Chance auf tolle Preise

DIGITALE NÄHE NEU GEDACHT 7

unik ist jetzt auf LinkedIn – für nachhaltige Geschäftsbeziehungen

MARKEN ZU TOPPREISEN 9

Über 250 Preisalternativen im Webshop

MEGA DEALS 10

Mega Preise. Mega kurz. Mega exklusiv.

PROTEIN 2025 11

Ein Wachstumsmotor für die Food-Branche

KAFFEE WECKT DEN APPETIT AUF MEHR 12

Kaffee und Süßspeisen im Einklang

KALTE MUNTERMACHER SIND AUCH HEISSE UMSATZBRINGER 14

Neueste Studien über die belebende Wirkung

HERBST- & WINTERTRENDS IM GROSSHANDEL 15

Saisonale Nachfrage gezielt nutzen

VITAMINREICH DURCH DIE KALTEN TAGE 16

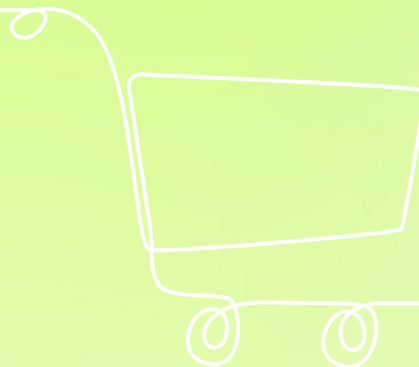
Welche Vitamine jetzt besonders wichtig sind

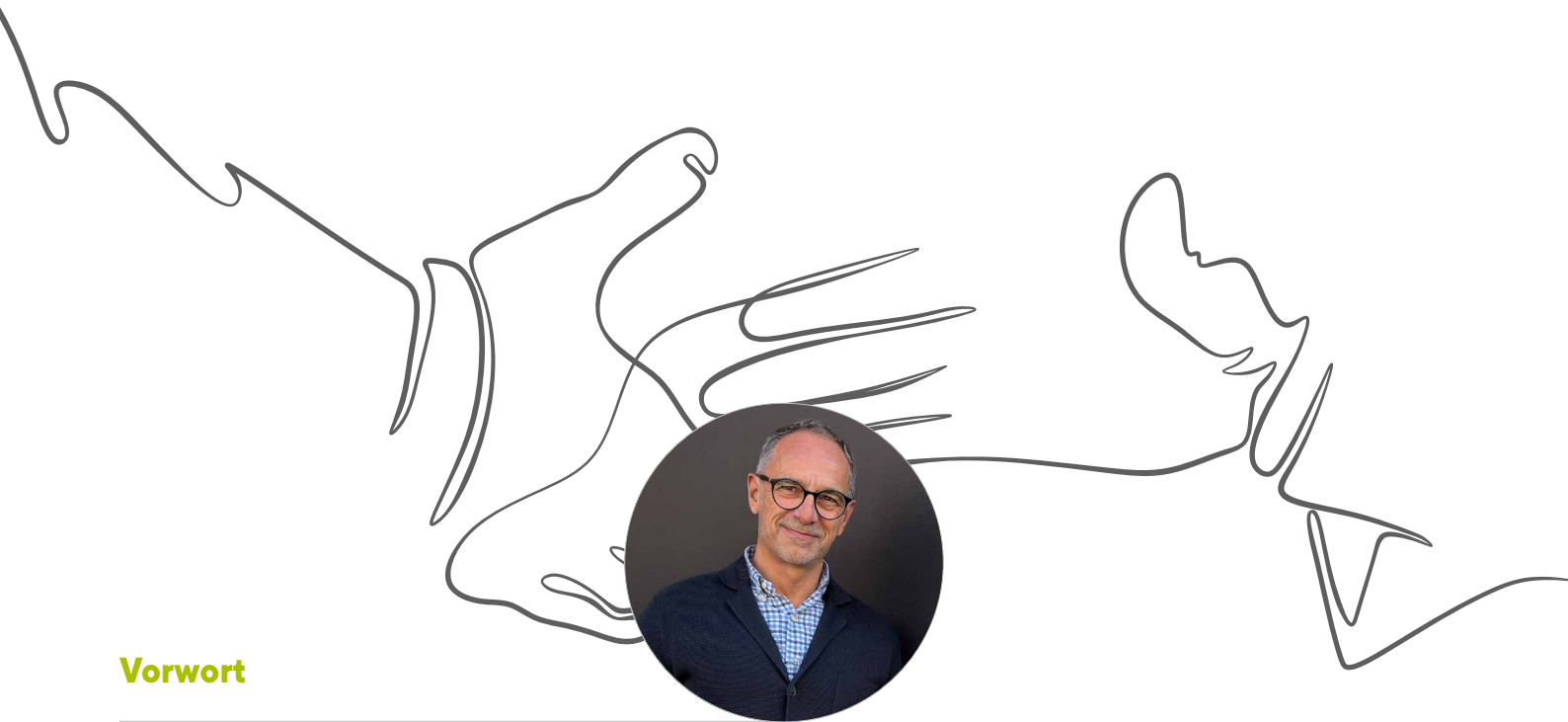
MITARBEITER IM FOKUS 17

Mit Klarheit und Herz an der Spitze des Einkaufs

EIN JAHR VOLLER MEILENSTEINE 18

Unser Rückblick auf 2025





Vorwort

Liebe Kundinnen und Kunden,
liebe Partnerinnen und Partner,

„Nur wer selbst brennt, kann andere befeuern.“ – Dieses Motto hat uns durch das Jahr 2025 getragen.

Ein Jahr voller Energie, Begeisterung und spürbarem Zusammenhalt. Gemeinsam haben wir viel erreicht, neue Wege beschritten und Herausforderungen mit Leidenschaft gemeistert.

Wir blicken mit großem Stolz auf zahlreiche Highlights zurück: Unsere neue Homepage – die beste ihrer Art – ist online gegangen und spiegelt wider, wer wir sind: modern, nah am Kunden und voller Tatendrang. Wir durften Vertragsverlängerungen mit wichtigen Schlüsselkunden feiern, neue Mehrwertkunden begrüßen und großartige neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in unserem Team willkommen heißen. Zudem hat sich unser Sales-Bereich erfolgreich weiterentwickelt – ein Beweis dafür, dass sich Engagement und Innovationsgeist auszahlen. Natürlich begegnen uns im Alltag auch „Neins“. Doch wir sehen sie nicht als Hürden, sondern als Impulse – als Ansporn, noch besser zu werden, noch genauer zuzuhören und neue Wege zu finden. Mit dieser Haltung starten wir in das Jahr 2026: voller Aufbruchstimmung, Mut und Freude am Tun.

Wir danken Ihnen von Herzen für Ihr Vertrauen, Ihre Partnerschaft und die vielen gemeinsamen Momente im vergangenen Jahr. Auf ein erfolgreiches, genussvolles und inspirierendes neues Jahr!

Herzlichst,

Hermann Steckerl, Geschäftsführer

ZUKUNFT DER NAHVERSORGUNG

DIE UNIK GMBH SETZT AUF VIELFALT UND PARTNERSCHAFT

Die österreichische Handelslandschaft steht vor einem tiefgreifenden Wandel. Inmitten dieser Dynamik positioniert sich die unik GmbH als treibende Kraft für moderne Nahversorgung – mit einem klaren Ziel: Regionale Handelsstrukturen stärken und zukunftssicher gestalten.

Die unik GmbH ist ein verlässlicher Partner für Betreiber, die auf Qualität, Nähe und Innovationskraft setzen.

Mit dem Nah&Frisch Punkt-Konzept bietet das Unternehmen ein maßgeschneidertes Kleinflächenmodell, das auf Verkaufsflächen von nur 60 bis 100 m² ein überraschend breites Nahversorgungssortiment ermöglicht – von frischem Gebäck und Getränken bis hin zu Molkereiprodukten, Obst, Gemüse und ausgewählten Non-Food-Artikeln.

„Vielfalt im Handel ist kein Luxus, sondern eine Notwendigkeit,“
betont Hermann Steckerl, Geschäftsführer der unik GmbH.

Gemeinsam mit unseren Partnern leisten wir einen aktiven Beitrag
zur lebendigen, regional verankerten Nahversorgung.“



Nah&Frisch
punkt

MASSGESCHNEIDERTE LÖSUNGEN FÜR BETREIBER

Die **unik** GmbH begleitet ihre Kunden von der ersten Idee bis zur erfolgreichen Umsetzung:

**INDIVIDUELLE
LADENBAUPLANUNG**

**STANDORT-
ANALYSEN**

**EFFEKTIVE MARKETING-
MASSNAHMEN**

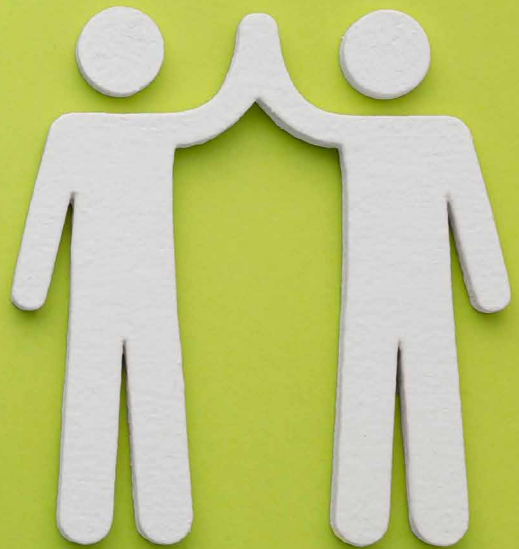
„Unsere Partner profitieren von einem Rundum-Service, der nicht nur wirtschaftlich überzeugt, sondern auch nachhaltig wirkt“, erklärt **Fritz Hartl**, Key Account Manager bei **unik**. Ein spannendes Beispiel für zukünftige Kooperationen ist die Initiative „**Too Good To Go**“, die sich leidenschaftlich der Lebensmittelrettung verschrieben hat – ein perfekter Fit für unser Engagement in Sachen Nachhaltigkeit.

FRISCHE, WO MENSCHEN UNTERWEGS SIND

Ob Tankstellen, Verkehrsknotenpunkte oder touristische Hotspots – das **Nah&Frisch Punkt**-Konzept bringt den täglichen Bedarf dorthin, wo Menschen ihn brauchen. Die Kombination aus **kompakter Fläche**, **starker Marke** und **flexibler Sortimentsgestaltung** macht das Modell besonders attraktiv für Betreiber, die neue Geschäftsfelder erschließen möchten. „**Nah&Frisch Punkt** steht für moderne Nahversorgung mit Herz und Verstand – regional, nachhaltig und wirtschaftlich erfolgreich“, so **Hartl**.

JETZT PARTNER WERDEN!

Interessierte Betreiber, die auf kompakte Flächen und starke Marken setzen, können sich direkt unter **VAD@unik.co.at** melden und Teil eines zukunftsweisenden Erfolgsmodells werden.



JETZT mitmachen und gewinnen

IHRE CHANCE AUF TOLLE PREISE

In dieser Ausgabe laden wir Sie herzlich ein, bei unserem
exklusiven Kunden-Gewinnspiel mitzumachen – hier ist
für jeden etwas dabei!



15.01. - 30.01.2026

Jetzt QR-Code scannen &
mit etwas Glück
tolle Preise gewinnen!



ODER KLICKEN

NEHMEN SIE JETZT DIREKT ONLINE TEIL. MIT ETWAS GLÜCK GEHÖREN SIE ZU
UNSEREN GLÜCKLICHEN GEWINNERINNEN UND GEWINNERN!

1. Scannen Sie oder klicken Sie den QR-Code
2. Tragen Sie die Kundennummer und die Kontaktdaten ein

Nur Personen mit vollständig ausgefüllten Daten nehmen an der Verlosung teil.
Der Gewinn kann nicht in bar abgelöst werden.
Der Gewinner/die Gewinnerin wird Ende Jänner 2026 bekannt gegeben.
Teilnahmeberechtigung: Alle Personen ab 18 Jahre. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.
Nähere Informationen zu den Teilnahmebedingungen finden Sie online beim Gewinnspiel.

BEFLÜÜÜGELT DURCH DEN WINTER.

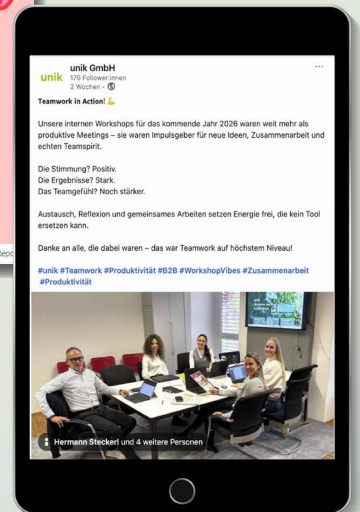
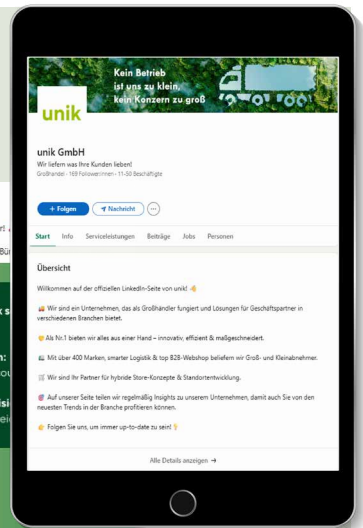


DIGITALE NÄHE NEU GEDACHT: UNSER UNTERNEHMEN JETZT AUF LINKEDIN

In einer Welt, in der digitale Kommunikation zum Schlüssel für nachhaltige Geschäftsbeziehungen geworden ist, geht unser Unternehmen einen wichtigen Schritt: Wir sind jetzt auf LinkedIn – und laden Sie ein, Teil unseres Netzwerks zu werden.

EIN NEUER KOMMUNIKATIONSRAUM FÜR UNSERE GESCHÄFTSKUND:INNEN

Die Anforderungen an moderne B2B-Kommunikation haben sich verändert. In einer zunehmend vernetzten Welt ist es uns wichtig, nicht nur präsent zu sein, sondern auch sichtbar, ansprechbar und relevant. Heute geht es nicht mehr nur um das Vermitteln von Informationen – sondern um Dialog, Inspiration und Beziehungspflege. Mit unserem neuen LinkedIn-Profil schaffen wir genau diesen Raum: eine Plattform für den professionellen Austausch, für relevante Inhalte und für echte Nähe.



unik
goes



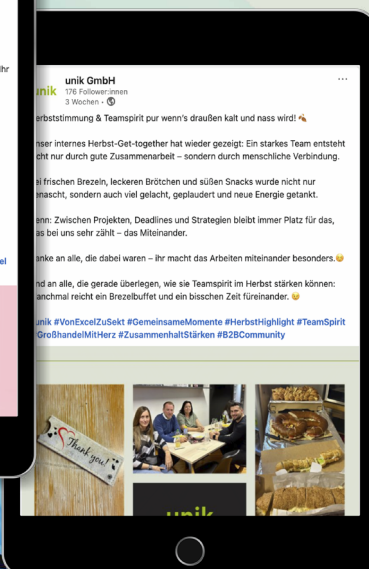
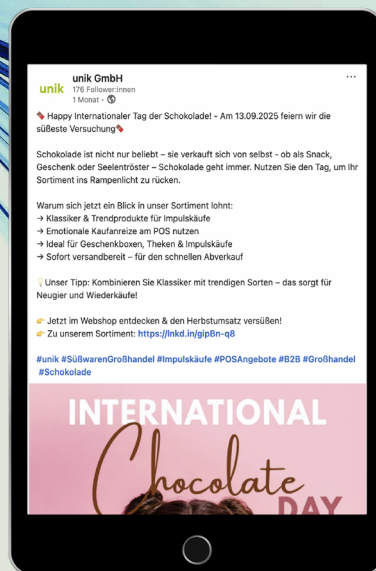
WAS SIE AUF UNSEREM LINKEDIN- PROFIL ERWARTET

Unser Auftritt ist weit mehr als eine digitale Visitenkarte. Er ist ein lebendiger Kommunikationskanal, der Ihnen regelmäßig spannende Einblicke bietet:

- **Produkt- und Service-Updates:** Bleiben Sie informiert über Erweiterungen, Innovationen und neue Lösungen.
- **Erfolgsgeschichten für die Praxis:** Wie unsere Lösungen echten Mehrwert schaffen
- **Blick hinter die Kulissen:** Lernen Sie unsere Unternehmenskultur und unsere Teams kennen.
- **Karrierechancen & Events:** Für alle, die mit uns wachsen möchten – digital und persönlich

JETZT VERNETZEN – UND GEMEINSAM MEHR ERREICHEN

Wir laden Sie herzlich ein, Teil unseres digitalen Netzwerks zu werden. Folgen Sie uns auf LinkedIn, entdecken Sie unsere Inhalte und treten Sie mit uns in den Austausch. Denn Ihre Perspektive ist für uns wertvoll – und gemeinsam gestalten wir die Zukunft der Branche.



WARUM LinkedIn

LinkedIn ist die führende Plattform für

B2B-Kommunikation und genau hier möchten

wir auch mit Ihnen in den Dialog treten.

Willkommen in unserer digitalen Welt – wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen!

linkedin.com/in/unik-gmbh-001267335



**BESUCHEN
SIE UNS
AUF LINKEDIN**




ERFRISCHENDES
VOM RADLBERG

**EHRlich
SCHMECKT'S
HALT DOCH
AM BESTEN.**

*100 % Äpfel aus Österreich,
100 % klimaneutral hergestellt.
Ganz ehrlich. Granny's.*



grannys.at

NEW

MARKEN ZU TOPPREISEN

ÜBER 250 PREISALTERNATIVEN IM WEBSHOP:
MEHR AUSWAHL, MEHR MÖGLICHKEITEN

In Zeiten steigender Einkaufspreise sind intelligente Lösungen gefragt – besonders im B2B-Bereich.

Als Antwort auf die aktuellen Marktveränderungen haben wir eine neue Rubrik in unserem Webshop eingeführt: „Preisalternativen“.

Diese Rubrik bietet unseren Geschäftskunden eine gezielte Auswahl von **über 250 Produkten**, die als kostengünstigere Alternativen zu bestehenden Artikeln dienen. Dabei achten wir auf Qualität und Funktionalität, denn „günstiger“ heißt bei uns nicht weniger leistungsfähig. Ob **Getränke, Süßware, Snacks, Frische oder sonstige Non-Food-Produkte**: Die „Preisalternativen“ ermöglichen es Ihnen, Ihre Einkaufsentscheidungen flexibel und budgetbewusst zu gestalten. Besonders bei größeren Bestellmengen lohnt

UNSER TIPP: Besuchen Sie regelmäßig die Rubrik „Preisalternativen“ im Webshop und entdecken Sie neue Möglichkeiten effizient und wirtschaftlich Ihr Sortiment zu erweitern.



Effizient vergleichen

Gezielt sparen

In der Rubrik „Preisalternativen“ finden Sie auf einen Blick passende Ersatzprodukte zu bewährten Artikeln. Klare Kennzeichnungen und direkte Vergleichsmöglichkeiten sorgen für maximale Transparenz – damit Sie schnell die wirtschaftlichste Wahl treffen und Ihre Einkaufsstrategie gezielt optimieren können.

NEW

MEGA DEALS

**WOCHEN
DEAL!**

PSSST!
SCHON VON UNSEREN
MEGA DEALS GEHÖRT?
1 DEAL.
1 WOCHE.
1 CHANCE.

Willkommen in der geheimen Welt der unik Mega Deals – unserer Webshop-Rubrik für alle, die gerne schlau einkaufen und dabei auch mal ein bisschen schneller klicken. Denn hier gilt:

Wer zu spät kommt, den bestraft der Warenkorb.

Was steckt dahinter? Jede Woche wählen wir ein Sortiment aus und machen daraus ein echtes Highlight:

Mega Preise. Mega kurz. Mega exklusiv.

ABER ACHTUNG: DIESE DEALS GIBT'S NUR IM WEBSHOP.

UNSER GEHEIMTIPP:
Machen Sie den Webshop zu Ihrem
Montagsmorgen-Ritual. Denn wer zuerst
klickt, spart zuerst – und hat mehr Zeit
für den zweiten Kaffee.



Jetzt reinschauen
und mit einem
Lächeln sparen!





UNSERE PRODUKTE OHNE PFAND



WO YIPPY IST,
IST SPASS!



PROTEIN 2025: MEHR ALS EIN TREND

EIN WACHSTUMSMOTOR FÜR DIE FOOD-BRANCHE

Gesund, nachhaltig, vielseitig – Protein ist 2025 und 2026 der Star im Food-Sektor. Was früher nur als Nährstoff galt, ist heute ein echter Innovationstreiber. Die Nachfrage nach proteinreichen Produkten boomt – angetrieben von einem neuen Gesundheitsbewusstsein, dem Wunsch nach funktionaler Ernährung und dem Einfluss sozialer Medien. Für Unternehmen eröffnen sich dadurch spannende Chancen – aber auch neue Herausforderungen.

PROTEIN – DER SCHLÜSSEL ZU GESUNDHEIT UND LIFESTYLE

Laut Studien ist Protein heute der wichtigste Makronährstoff für Konsument:innen weltweit. Tierische Proteine wie Rind, Huhn und Ei bleiben beliebt – geschätzt für Geschmack, Nährstoffdichte und Vielseitigkeit. Gleichzeitig wächst das Interesse an pflanzlichen und alternativen Quellen: Hülsenfrüchte, Pilze, Mikroorganismen oder fermentierte Zutaten stehen hoch im Kurs. Für Anbieter heißt das: Erfolgreiche Produktentwicklung muss heute ein breites Spektrum abdecken – von bewährten Klassikern bis zu innovativen, nachhaltigen Alternativen.

VIelfalt & Convenience – Was Konsument:innen wirklich wollen

Protein ist längst nicht mehr nur Teil der Hauptmahlzeit. Snacks, Drinks, Riegel oder Ready-to-Eat-Produkte mit hohem Proteingehalt sind gefragt wie nie. Besonders Millennials und Gen Z setzen auf praktische „on-the-go“-Formate, die sich nahtlos in ihren mobilen Alltag integrieren lassen. Die Chance für Konsument:innen: Wer Wert auf gesunde Ernährung und Flexibilität im Alltag legt, findet eine große Auswahl an leckeren, proteinreichen Lösungen für jeden Lebensstil.





KAFFEE WECKT DEN APPETIT AUF MEHR

DAS PERFEKTE DUO: KAFFEE UND SÜSSSPEISEN IM EINKLANG

Kaffee ist ein Geschmacksanreger für viele Süßspeisen und auch ein guter Begleiter für diese. Wer sein Gebäck- und Süßspeisenangebot richtig präsentiert und aktiv zum Kaffee offeriert, kann mehr Umsatz im Shop herausholen.

Ob die Süßspeise zum Kaffee oder der Kaffee zur Süßspeise bestellt wird, ist eigentlich egal. Süßspeisen und Kaffee gehören zusammen wie die Panier zum Wiener Schnitzel. **unik** bietet zum Kaffee die idealen süßen Begleiter – von der Apfeltasche bis zur Sachertorte, frisch oder tiefgekühlt. „Wir bieten aber nicht nur ein umfassendes – zu Kaffee und anderen Heißgetränken passendes – Gebäck- und Süßspeisen-Sortiment, sondern auch **Schulungen** für Convenience-Shop-Mitarbeiter, wie diese Speisen richtig präsentiert, zubereitet, serviert und aufbewahrt werden“, verrät unik-Foodservice-Produktmanager Christoph Fank.

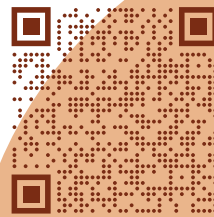
Frisch oder tiefgekühlt

Möglichkeiten zur Zubereitung gibt es einige. Diverse Kuchen, wie Marmorkuchen, Mohnstrudel oder Rouladen, sind **immer frisch**, weil länger haltbar und können sofort serviert werden. Manche tiefgekühlten Süßspeisen wie Vanillestangerl müssen **im Ofen aufgetaut** werden. Muffins, Donuts, Tiramisus oder Krapfen zeichnen sich durch ein super einfaches Handling im Shop aus, denn diese Kaffeebegleiter benötigen keinerlei Zubereitung. Und dann gibt es noch das **tiefgekühlte Gebäck**, das im Shop aufgebacken wird, um zu jeder Tages- und Nachtzeit Knuspriges für die Shopkunden bereitzustellen. Viele Unterwegsversorger haben ja bereits die Funktion eines Dorfwirtshauses übernommen. Durch ein hochqualitatives Kaffee-, Gebäck- und Süßspeisenangebot können mancherorts nun auch die Funktionen von Cafés und Bäckern übernommen werden.

Kombiangebote wirken Wunder

Köstliche Süßspeisen und knackig frisches Gebäck im Sortiment zu haben und zu wissen, wie die optimale Zubereitung erfolgt, ist aber nur die eine Sache. Um auch wirklich damit den optimalen Zusatzumsatz zu lukrieren, sollten die Kaffeebegleiter auch **aktiv und gut sichtbar** angeboten werden. Die Aufforderung „Darf's zum Kaffee auch etwas Süßes sein? Wir hätten da ein spezielles Angebot!“ wirkt bei einer Kaffeebestellung oft Wunder. Gleiches gilt natürlich für eine Süßwarenbestellung. Kaffee oder ein anderes Heißgetränk dazu aktiv anzubieten, ist nie verkehrt. Apropos Angebot! Einen speziellen Kaffee mit einem Croissant am Morgen oder mit einem Nussstrudel am Nachmittag als Kombiangebot zu gestalten, ist sehr einfach umzusetzen und meist äußerst erfolgreich. Diese Kombi-

angebote sollten natürlich auch preislich etwas günstiger sein als der Kauf der entsprechenden Einzelprodukte.



Hier geht's
zu den unik | Mehlspeisen

Neben der mündlichen Information der Kunden ist es ratsam, die zum Kaffee passenden Spezialangebote bzw. Produkte auch schriftlich, in Form von Theken-, Tisch-, Dreiecksaufstellern, Postern, Kleinplakaten oder speziellen Frühstücks- und Jausenkarten zu offerieren. Schöne Bilder der angebotenen süßen Snacks bringen den nötigen „Appetite Appeal“ in das Kaffee-Kombiangebot.

Süßspeisen (tiefgekühlt)

- Muffin
- Donut
- Apfelecke
- Riesen-Topfengolatsche
- Miniherz Nuss-Nougat
- Nusschnecke
- Marillenkrapfen

Süßspeisen tiefgekühlt, ohne Ofen servierbereit

- Muffin
- Donut
- Laugencroissant
- Apfelstrudel
- Krapfen
- Tiramisu, Cheesecake

Süßspeisen (nicht tiefgekühlt)

- Marmorblock
- Marillenroulade
- Kakaoroulade
- Nussstrudel
- Bauerngugelhupf

Gebäck (tiefgekühlt)

- Kaisersemmel
- Laugenbrezel
- Baguette
- Salzstangerl
- Laugenstange
- Kornspitz
- Ciabatta

KALTE MUNTERMACHER SIND AUCH HEISSE UMSATZBRINGER.

Wenn die Augen beim Autofahren schwer werden, sind in Tankstellen-Shops neben heißem Kaffee oft auch Kaltgetränke als Muntermacher gefragt.

Koffeinhaltige Dosenkaffees, Energy- und Softdrinks zählen zu den starken Umsatzbringern.

Aber ist Koffein tatsächlich ein Muntermacher?

Koffein mobilisiert die Ausschüttung anregender Neurotransmitter, wie etwa **Dopamin und Adrenalin**. Diese Substanzen senken unmittelbar die Atemfrequenz und den Blutdruck. Die aufputschende Wirkung entfaltet sich erst nach etwa 15–20 Minuten.

Forscher der Northern-Kentucky-Universität (USA) haben herausgefunden, dass **Koffein in Verbindung mit Alkohol überhaupt keine belebende Wirkung** hat. Ganz im Gegenteil wird das Reaktionsvermögen dadurch sogar eher gedämpft. Für Marktführer Red Bull oder andere Energydrinks, deren Hauptbestandteile Koffein und meist auch Zucker sind, gilt übrigens das Gleiche. Die belebende Wirkung erfolgt erst nach einer gewissen Zeitspanne. Auch die neuen Almdudler-Energie-spender mit Mate & Guarana oder Acai & Lemongrass enthalten Koffein – nämlich 32 mg pro 100 ml – und geben dementsprechende Energiekicks.

„Länger dudeln“ ist für diese Getränke somit ein Alm-dudler-Werbespruch mit Wahrheitsgehalt. Bleibt noch der Softdrink-Marktführer Coca-Cola. Auch im Coke sind etwa 10 mg Koffein pro 100 ml enthalten und eine belebende Wirkung ist somit gegeben.





HERBST- UND WINTERTRENDS IM GROSSHANDEL

SAISONALE NACHFRAGE GEZIELT NUTZEN

Die kalte Jahreszeit bringt klare Veränderungen im Konsumverhalten. Für den Großhandel heißt das:

Jetzt ist die Zeit, mit saisonalen Produkten gezielt Umsatzpotenziale zu nutzen. Drei Produktgruppen stechen dabei besonders hervor – mit starken Marken für Qualität und Nachfrage.

KLARE SICHT IM WINTER: SONAX SORGT FÜR SICHERHEIT AUF DER STRASSE

Wenn Frost, Schnee und Streusalz die Straßen bestimmen, steigt der Bedarf an zuverlässigen Pflegeprodukten. Sonax bietet leistungsstarke Scheibenreiniger mit Frostschutz, Enteisersprays sowie Zubehör wie Eiskratzer und Mikrofaser-tücher. Besonders gefragt sind Aktionsdisplays für Tankstellen und Werkstätten, die praktische Wintersets bündeln. Wer frühzeitig für Lagerbestand und Sichtbarkeit sorgt, steigert die Abverkaufsquote.



FEIERN MIT STIL: TOP SPIRIT BRINGT GENUSS IN DIE KALTE JAHRESZEIT

Ob festliche Anlässe, Firmenfeiern oder private Treffen – Herbst und Winter sind Hochsaison für edle Tropfen. Top Spirit bietet ein breites Spirituosen- und Sektsortiment für saisonale Aktionen. Besonders gefragt sind Winterliköre, Obstbrände und Geschenksets für den Einzelhandel und Tankstellen. Mit attraktiven Verpackungen und limitierten Editionen schafft Top Spirit starke Kaufanreize – ein wichtiger Umsatztreiber.

SÜSSE MOMENTE VERSCHENKEN: LINDT & SAROTTI STEHEN FÜR GENUSS UND QUALITÄT

Wenn es draußen kalt wird, steigt die Lust auf süße Verwöhmomente. Marken wie Lindt oder Stollwerck-Sarotti bieten hochwertige Pralinen und Schokoladen, ideal für den saisonalen Verkauf. Ob als Geschenk oder für den Eigenbedarf – die Nachfrage wächst ab November deutlich. Besonders erfolgreich im Großhandel: Themendisplays mit winterlichem Design, Geschenkboxen und saisonale Sortimente, die Emotionen wecken und Impulskäufe fördern.



Fazit: Mit starken Marken durch die Saison

Die Herbst-/Winter-Saison bietet dem Großhandel viele Chancen, mit gezielten Sortimenten und Marken wie Sonax, Top Spirit und Lindt/Sarotti zu punkten. Wer auf die saisonale Nachfrage reagiert, schafft Umsatzimpulse und stärkt zugleich die Kundenbindung.



Rezept

unik-Winterdrink (alkoholfrei)

Hauptzutaten

(bei unik erhältlich):

Biozitronen (500 g-Pkg.)

Äpfel (4 kg-Karton)

Wiener Feinkristallzucker (1 kg-Pkg.)

Teekanne 8 Früchte (20er-Packung)

Zusätzlich fürs Aroma:

Zimtstangen & Gewürznelken

Zubereitung:

Den 8-Früchte-Tee aufbrühen und die Biozitronen hineinpressen.

Die Äpfel klein schneiden und alle Zutaten in den Topf mit dem Früchtetee geben. Mit Zucker nach Geschmack süßen und bis kurz vor dem Kochen erhitzen.



KNUSPERN

IST DAS NEUE BLÄTTERRASCHELN



**Der Boden besteht aus Papier und einer Beschichtung aus PE/PET und Aluminiumfolie.
TM, © 2025 KELLOGG Europe Trading Limited. All rights reserved.

Kelly's



70 JAHRE KELLY'S.

KNISTERN OHNE ENDE!

MIT DEM ORIGINAL AUS ÖSTERREICH



VITAMINREICH DURCH DIE KALTEN TAGE

WELCHE SORTEN BEI UNS IN DER KALTEN JAHRESZEIT SAISON HABEN UND WARUM DIESE GUT FÜR UNSEREN KÖRPER SIND?



Es lohnt sich, Vorkehrungen zu treffen, um gegen Viren und Co. gewappnet zu sein. So schützen uns vor allem die beiden Antioxidantien Vitamin C und Vitamin E vor Grippeviren. Es gibt aber noch weitere Helfer. Denn auch Zink, Selen sowie Eiweiß und Fett aus der Nahrung stärken unsere Abwehrkräfte. Außerdem sind auch sekundäre Pflanzenstoffe für unser Immunsystem wichtig.

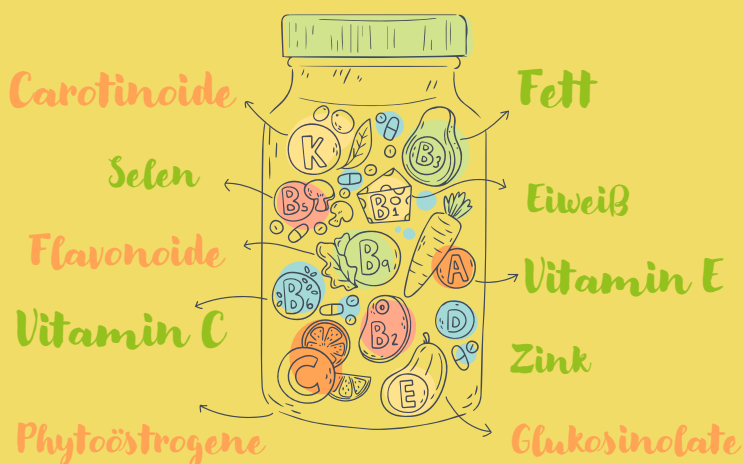
Darunter fallen unter anderem folgende gesundheitsfördernde Substanzen:

CAROTINOIDE kommen in hohen Mengen in gelben, orangen und roten Gemüsesorten vor, z. B. in Karotten und Kürbissen.

FLAVONOIDE sind durch ihre roten, hellgelben, blauen und violetten Farbstoffe in Äpfeln, Birnen, Zwiebeln, Grünkohl, Soja sowie Schwarz- und Grüntee enthalten.

GLUKOSINOLATE sind leicht scharf schmeckende Stoffe, die in Kohl- und Krautarten, Rettich, Kresse sowie Senf vorkommen.

PHYTOÖSTROGENE ähneln als Pflanzenhormone dem weiblichen Geschlechtshormon Östrogen. Wir nehmen sie vor allem durch Getreide, Hülsenfrüchte (Sojabohnen) sowie Leinsamen zu uns.



Gerade in der kälteren Jahreszeit ist aus ernährungsphysiologischer Sicht wichtig auf eine ausreichende Vitaminzufuhr achtzugeben. Es scheint aber oft, als ob die Vielfalt von Obst und Gemüse im Winter im Vergleich zum Sommer sehr eingeschränkt ist. Das ist aber ein leider noch weit verbreiteter Irrtum. Wir müssen nicht zu Lebensmitteln aus fernen Ländern oder aus dem Gewächshaus greifen, sondern können auch auf heimische Produkte zurückgreifen. Diese werden reif geerntet und sind somit reich an Geschmack und Nährstoffen.

Regionale Vielfalt
 von A – Z

Äpfel	Lauch
Birnen	Linsen
Bohnen	Pastinaken
Chicorée	Pilze
Chinakohl	Radicchio
Endiviensalat	Rote Rüben
Erdäpfel	Sanddorn
Friséesalat	Schwarzer
Hagebutten	Rettich
Karotten	Schwarzwurzel
Knoblauch	Sauerkraut
Knollensellerie	Topinambur
Kohl	Vogelsalat
Kohlsprossen	Rüben
Kraut	Zuckerhut
Kürbis	Zwiebel

Diese heimischen Obst- und Gemüsesorten haben entweder Saison oder lassen sich ideal über den ganzen Winter lagern.



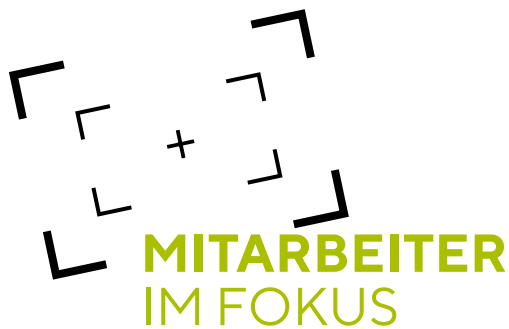
Quelle: gesundheit.gv.at – Öffentliches Gesundheitsportal Österreichs:
 www.gesundheit.gv.at (Stand 22.10.2018) Österreichische Gesellschaft für Ernährung:
 www.oegf.at (Stand 22.10.2018) Deutsche Gesellschaft für Ernährung: Sekundäre Pflanzenstoffe und ihre Wirkung auf die Gesundheit – Eine Aktualisierung anhand des Ernährungsberichts.





**IMMER EIN GENUSS
JETZT ZUGREIFEN!**





ALEXANDRA PURSCH

HEAD OF PROCUREMENT

Mit Klarheit und Herz an der Spitze des Einkaufs

Alexandra Pursch hat eine Karriere gestaltet, die ebenso vielseitig wie inspirierend ist. Was sie auszeichnet, ist nicht nur ihr fachliches Können, sondern ihre Fähigkeit, Menschen mitzunehmen, Prozesse zu optimieren und mit klarem Blick neue Wege zu gehen.

Ihr Einstieg ins Berufsleben begann bei Lekkerland, wo sie nach ihrer Ausbildung zur Großhandels- und Bürokauffrau schnell Verantwortung übernahm und den **Vertriebsinnendienst** leitete. Schon damals zeigte sich ihr Talent, komplexe Abläufe zu strukturieren und gleichzeitig ein offenes Ohr für Kunden und Kolleg:innen zu behalten.

Nach der Geburt ihrer ersten beiden Kinder entschied sie sich bewusst für einen Perspektivwechsel in die Chemiebranche. Diese Zeit schärfte ihr analytisches Denken und eröffnete **neue Blickwinkel** – beruflich wie persönlich. In einer weiteren Familienphase mit zwei zusätzlichen Kindern entwickelte sie ihre **Stärken in Organisation, Priorisierung und Empathie** weiter – Fähigkeiten, die heute ihre Führungsrolle maßgeblich prägen.

Mit dem Wiedereinstieg bei unik kehrte Alexandra zu einem Unternehmen zurück, das für sie mehr ist als nur ein Arbeitsplatz. Ihre **strukturierte Herangehensweise** und ihre **motivierende Art** führten dazu, dass sie die **Leitung des Einkaufsinnendienstes** übernahm – und schließlich zur **Head of Procurement** aufstieg.

Heute gestaltet sie die Einkaufsstrategie von unik aktiv mit. Ihr Fokus liegt auf der **Digitalisierung und Effizienzsteigerung von Beschaffungsprozessen**. Dabei denkt sie nicht nur in Zahlen und Systemen, sondern immer auch an die Menschen, die diese Prozesse tragen.

“**Mit meinem starken Team im Rücken bin ich bereit, jede neue Herausforderung mit Zuversicht anzunehmen – Gemeinsam sind wir stark.**”



GEWINNE

eine Reise zu den Nordlichtern im Wert von €10.000



2 Milka Produkte
kaufen



Rechnung hochladen auf
schokohaus.milka.at

Mit etwas Glück **gewinnen**



Jetzt
mitmachen!

Veranstalter: Mondelez Europe Services GmbH – Zweigniederlassung Österreich (Mondelez), Schönbrunner Straße 297-307, 1120 Wien, Österreich. Zu gewinnen gibt es eine Reise ins Apukka Resort nach Finnland für maximal 2 Erwachsene und 2 Kinder im März 2026 bestehend aus 5 Nächten des „It's all about Aurora“-Paketes inkl. Frühstück, Aurora-Jagd im Schneezug, nächtlicher Rentier-Schlittenfahrt sowie eines 2.000€-Wertgutscheins und Flug von Wien nach Rovaniemi und retour (An- und Abreisekosten zum Flughafen Wien werden nicht übernommen). Die Teilnahme erfolgt durch den Kauf von mindestens 2 Milka Produkten und Hochladen des Kaufbeleges im Zeitraum 01.09.2025-14.12.2025 auf schokohaus.milka.at. Nichtteilnehmende Produkte auf dem Kaufbeleg bitte unkenntlich machen. Online-Registrierung erforderlich. Mehrfachteilnahme mit neuem Rechnungsbeleg zulässig. Die Auslosung des Gewinns erfolgt per Zufallsgenerator und am Ende des Gewinnspiels unter allen Teilnehmern. Eine Gewinnbenachrichtigung erfolgt per E-Mail. Teilnahmeberechtigt sind natürliche Personen ab 18 Jahren mit Wohnsitz in Österreich. Mitarbeiter des Veranstalters und der beteiligten Unternehmen sowie deren unmittelbare Familienangehörige sind von der Teilnahme ausgeschlossen. Pro natürliche Person kann nur einmal gewonnen werden. Eine Barabgabe des Gewinns ist nicht möglich. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Vollständige Teilnahmebedingungen, Datenschutzhinweise und Informationen unter schokohaus.milka.at.



So köstlich fruchtig schmeckt Weihnachten.

Ob fein passiert oder mit Fruchtstücken: Mit den Naturrein Konfitüren von Darbo werden Weihnachtskekse zu einem ganz besonderen Geschmackserlebnis. Seit 1879 kreiert die Familie Darbo kleine fruchtige Köstlichkeiten mit viel Liebe und noch mehr Frucht. Mehr Infos und köstliche Rezeptideen zum Nachbacken unter:

www.darbo.de

2025

EIN JAHR VOLLER MEILENSTEINE UNSER RÜCKBLICK AUF 2025

Das Jahr 2025 war für uns ein Jahr der Weiterentwicklung, der digitalen Transformation und der strategischen Weichenstellungen. Gemeinsam mit unseren Partnern und Kunden haben wir viel erreicht – und darauf sind wir stolz.

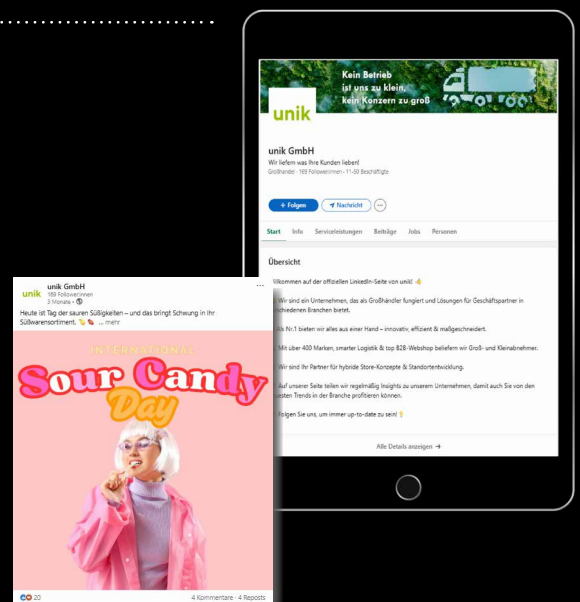
WEBSITE-RELAUNCH: MODERNER, SCHNELLER, KUNDENORIENTIERTER

Im Frühjahr haben wir unsere Website komplett neu aufgesetzt. Mit einem frischen Design, verbesserter Navigation und optimierten Ladezeiten bieten wir unseren Kunden jetzt ein noch besseres Online-Erlebnis. Die neue Struktur ermöglicht es, Informationen schneller zu finden.



SOCIAL MEDIA: UNSER START AUF LINKEDIN

2025 war auch das Jahr unseres Einstiegs in die Social-Media-Welt. Auf LinkedIn teilen wir seitdem regelmäßig Einblicke in unsere Produktwelt und hinter die Kulissen bei unik. Die Resonanz ist groß – und der direkte Austausch mit unserer Community bereichert uns jeden Tag.



LinkedIn

WEBSHOP-ERWEITERUNG: MEHR AUSWAHL, MEHR FLEXIBILITÄT

Unser Webshop hat Zuwachs bekommen: Mit neuen Produktkategorien wie pfandfreien Alternativen, preisbewussten Varianten und unseren Highlights bieten wir unseren Kunden jetzt noch mehr Auswahl. Die Erweiterung ist Teil unserer Strategie, individuelle Bedürfnisse besser zu bedienen und neue Zielgruppen zu erschließen.

PFANDFREI: PRAKTISCH UND UNKOMPLIZIERT

Mit unserer neuen Kategorie Pfandfrei bieten wir Produkte ohne Pfand. Ob Getränke oder andere Artikel: Pfandfreie Alternativen machen den Einkauf einfacher und effizienter, ohne Kompromisse bei Qualität und Auswahl.

<https://www.unik-to-go.at/Sortiment/PFANDFREI/>



2025

HIGHLIGHTS: UNSERE EMPFEHLUNGEN AUF EINEN BLICK

In der Rubrik Highlights präsentieren wir sorgfältig ausgewählte Bestseller, Trends und exklusive Artikel. Damit geben wir unseren Kunden Orientierung und Inspiration – für ein Sortiment, das überzeugt und den Unterschied macht.

<https://www.unik-to-go.at/Sortiment/HIGHLIGHTS/>



PREISALTERNATIVEN: MARKENQUALITÄT ZU TOP-PREISEN

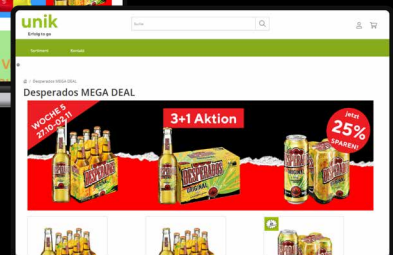
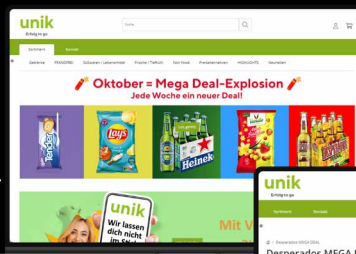
Mit der neuen Rubrik Preisalternativen bieten wir über 250 Produkte als kostengünstige Alternativen zu bewährten Artikeln. So ermöglichen wir unseren Geschäftskunden flexible und budgetbewusste Einkaufsentscheidungen – ohne Kompromisse bei Qualität und Funktionalität. Effizient vergleichen – gezielt sparen.

<https://www.unik-to-go.at/Sortiment/Preisalternativen/>



MONATSAKTIONEN: QUALITÄT ZUM BESTEN PREIS

Ein weiteres Highlight: Zusätzlich zu unseren Monatsaktionen profitieren unsere Kunden nun auch von unserer neuen Angebotsreihe mit wöchentlich wechselnden Mega Deals. Jede Woche stellen wir ausgewählte Produkte zu besonders attraktiven Konditionen bereit – exklusiv und nur für kurze Zeit. Damit schaffen wir echte Mehrwerte für unsere Kunden und setzen gezielte Kaufimpulse.



<https://www.unik-to-go.at>

DANKE FÜR IHR VERTRAUEN

All diese Entwicklungen wären ohne unsere Kunden und Partner nicht möglich gewesen. Ihr Feedback, Ihre Anforderungen und Ihre Loyalität treiben uns an. Wir freuen uns darauf, auch 2026 gemeinsam mit Ihnen neue Wege zu gehen – digital, nachhaltig und partnerschaftlich.

MACH DEINE FESTTAGE MAGISCH

Coca-Cola



WE WISH YOU A HAPPY NEW YEAR

2026

**unik wünscht ein
wunderschönes
und
erfolgreiches
Jahr 2026!**

Das Magazin „unik IMPULS“ wird herausgegeben von unik GmbH, Lautnergasse 10, 2630 Ternitz, Geschäftsführung Hermann Steckerl, www.unik.co.at

Verantwortlich, Projektkoordination & interne Redaktion: unik GmbH,
E-Mail: Dein.Team@unik.co.at

unik IMPULS wird kostenlos an unik Kunden und Partner verteilt. Sämtliche in diesem Magazin enthaltenen Informationen wurden sorgfältig recherchiert und auf ihre Richtigkeit geprüft. 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. Im Sinne einer besseren Lesbarkeit der Texte wurde von uns entweder die männliche oder weibliche Form von personenbezogenen Hauptwörtern gewählt. Dies impliziert keinesfalls eine Benachteiligung des jeweils anderen Geschlechts. Frauen und Männer mögen sich von den Inhalten dieser Zeitschrift gleichermaßen angesprochen fühlen.

Fotos: AdobeStock, Partnerunternehmen
Grafik & Text: Stiltalt Logodesign, marionluger@stiltalt.at
UNIGruppe, Kiennast, unik