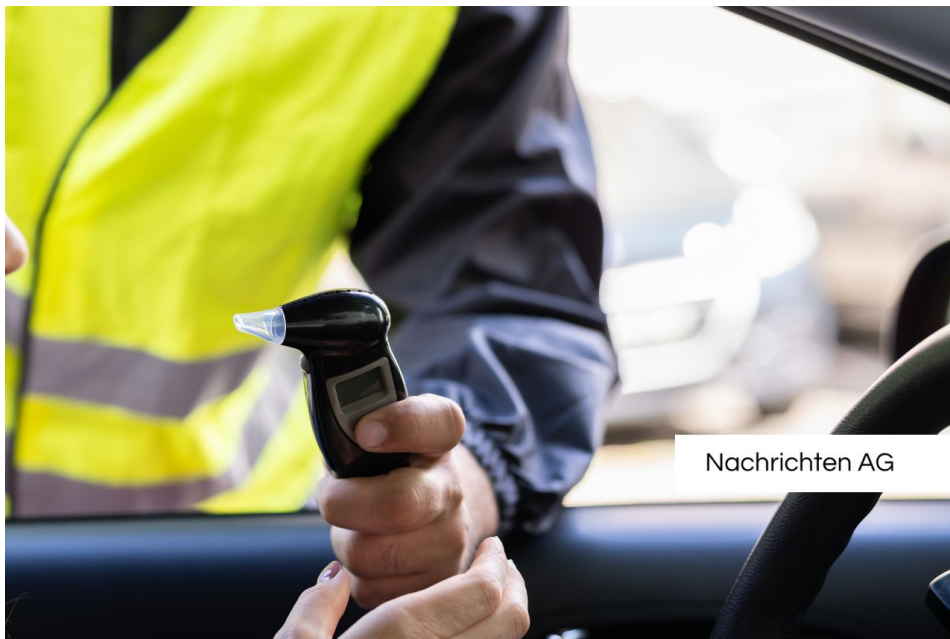


Sonnentor trotz der Krise: Kräuter statt Krypto - Boom aus Sprögnitz!

Bio-Unternehmen Sonnentor steigert Umsatz um 4% auf 62 Millionen Euro, plant Expansion und neues Logistikzentrum in Niederösterreich.



Nachrichten AG

Sprögnitz, Österreich - Das Bio-Unternehmen Sonnentor hat im vergangenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 62 Millionen Euro erzielt, was einer Umsatzsteigerung von über 4% im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Trotz einer internationalen Rezession zeigt sich das Unternehmen mit Sitz in Sprögnitz, Bezirk Zwettl, Niederösterreich, robust und zukunftsorientiert. Hervorzuheben ist, dass die Wertschöpfung bei Sonnentor durch Wertschätzung und nachhaltige Praktiken gefördert wird. Die Eigenkapitalquote des Unternehmens liegt zudem bei über 80%, was eine solide finanzielle Basis darstellt.

Mit einem Lagerstand von 13,5 Millionen Euro und einem Team von rund 350 Mitarbeitenden in Österreich sowie 250 weiteren

Arbeitnehmern in Rumänien und Tschechien beweist Sonnentor seine internationale Präsenz. Das Unternehmen plant, in den kommenden Jahren verstärkt in Deutschland zu expandieren, wo bereits neue Franchise-Standorte in Aussicht stehen. Diese Expansionspläne sind Teil einer umfassenden Wachstumsstrategie.

Nachhaltigkeit und Innovation

Ein wichtiger Fokus liegt auf dem Ausbau des Standorts in Sprögnitz. Hier wird ein neues Logistikzentrum bis 2029 entstehen, das sowohl den Online-Shop als auch die Kommissionierung entlasten soll. Diese Investitionen in Höhe von 1,2 Millionen Euro bleiben im Unternehmen und fließen direkt in die Weiterentwicklung der Infrastruktur.

Zusätzlich hat Sonnentor die Teebeutelproduktion in Tschechien etabliert, die mittlerweile 20% des Produktumsatzes ausmacht. Für 2024 wird ein Umsatzplus von bis zu 10% in diesem Bereich erwartet. Seit 2023 ist zudem ein Erlebnisrundgang zur Teebeutelproduktion in Čejkovice verfügbar, der Kunden die Herstellung näher bringt.

Kundennähe und Produktangebot

Das Sortiment umfasst rund 900 Produkte, darunter Bestseller wie den Tee-Adventkalender und den alkoholfreien Cocktailsirup „Wilde Lilli“. Um auch im stationären Handel die Kundennähe zu fördern, hat Sonnentor ein neues Bindungsprogramm, den „Es Geht Auch Anders Klub“, ins Leben gerufen. Dieses Programm ist sowohl für den stationären Handel als auch für den Online-Shop konzipiert und soll die Kundenbindung weiter stärken.

Die aktuellen Umsatzsteigerungen im stationären Handel liegen bei etwa 6%, während der Online-Shop ein Umsatzwachstum von rund 8% verzeichnet. Damit zeigt Sonnentor nicht nur in der Produktvielfalt, sondern auch in der Verkaufsstrategie ein beeindruckendes Wachstum, das in diesen herausfordernden

Zeiten besonders bemerkenswert ist.

Das Unternehmen hat erneut unter Beweis gestellt, dass Kräuter und Gewürze als krisenfeste Investments fungieren können. Dies gilt nicht nur in Österreich, sondern auch für die Schwesterbetriebe in Tschechien und Rumänien, die ebenfalls Wachstum verzeichnen. Die Stärke von Sonnentor zeigt, dass nachhaltige Praktiken und eine klare Unternehmensvision essenziell sind, um in schwierigen Zeiten erfolgreich zu bleiben.

Die Debatte um die Kennzeichnung von Kräutern und Gewürzen bleibt aktuell. Verbraucher kritisieren oft die unzureichende Kennzeichnung auf vorgewürztem Fleisch, wo Zutaten häufig nur vage als „Kräuter“ und „Gewürze“ deklariert werden. Lebensmittelklarheit fordert, dass alle Zutaten im Zutatenverzeichnis klar aufgeführt werden, um Transparenz für die Menschen zu schaffen, die unter Unverträglichkeiten leiden oder spezifische Allergien haben.

Insgesamt zeigt sich, dass Sonnentor in einer Zeit der Unsicherheit und der Veränderung nicht nur steady bleibt, sondern auch die Weichen für nachhaltiges Wachstum und Entwicklung stellt.

oe24 berichtet, dass die Kräuter- und Gewürzbranche nicht nur stabil bleibt, sondern auch in Krisenzeiten floriert. Laut **OTS** beweist Sonnentor, dass eine Fokussierung auf nachhaltige Werte und lokale Produktion die richtige Strategie ist. Zudem fordert **Lebensmittelklarheit** zu mehr Klarheit in der Kennzeichnung von Lebensmitteln auf, um das Vertrauen der Konsumenten zu stärken.

Details	
Ort	Sprögnitz, Österreich
Quellen	• www.oe24.at • www.ots.at • www.lebensmittelklarheit.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at