

Kräuter statt Krypto – krisenfestes Investment in die Zukunft

Das Familienunternehmen SONNENTOR erzielte mit seinem bunten Bio-Sortiment rund 62 Millionen Euro Umsatz im vergangenen Geschäftsjahr. Ein Plus von knapp über 4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. In Zeiten der internationalen Rezession zeigen sich Kräuter und Gewürze als wertstabil und das über die Grenzen Österreichs hinaus – denn auch die Schwesterbetriebe in Tschechien und Rumänien wachsen weiter. Nächstes großes Ziel: Expansion in Deutschland. Auch ein neues Logistikzentrum am Hauptstandort im Waldviertel ist bereits in Planung.



„Wertschöpfung kommt von Wertschätzung“, betont Unternehmensgründer Johannes Gutmann – der aus seiner einstigen One-Man-Show ein Team von rund 350 Mitarbeitenden aufgebaut hat. Gemeinsam mit den Schwesterunternehmen sind es international bereits rund 600 Arbeitsplätze, die SONNENTOR sichert. „Eine starke Marke, verlässlich hohe Qualität, schnelle Reaktion auf Kund:innen-Bedürfnisse, Innovationskraft und Kreislaufwirtschaft“, sieht Familie Gutmann als wesentlich für dieses Erfolgsrezept. Weil Johannes Gutmann bewusst ist, dass ein Tisch besser auf mehreren „Haxen“ steht, wie der Waldviertler gerne festhält, hat er bereits 2019 drei seiner langjährigen Mitarbeitenden in die Geschäftsführung geholt. „So bringen wir SONNENTOR gut in die Zukunft“, zeigt der Bio-Unternehmer sich zuversichtlich. Einig sind sich die vier in jedem Fall auch, was Investitionen betrifft: „Wir setzen auf Kräuter statt auf Krypto! Der Gewinn bleibt im Unternehmen und wird reinvestiert.“ Der aktuelle Lagerstand von SONNENTOR beläuft sich auf 13,5 Millionen Euro. „Ein besseres Investment gibt’s für uns nicht“, betont Gutmann.

Kleine Schwestern – großes Wachstum

Bereits vor 34 Jahren brachte SONNENTOR BIO nach Tschechien. Der Plan von Johannes Gutmann und seinem Partner vor Ort: Hier soll eine Teebeutelproduktion entstehen. Eine mutige Idee mit Zukunft, denn drei Jahrzehnte später trinken fast 90 Prozent der Österreicher:innen ihren Tee im bewährten Beutel. Bei SONNENTOR macht diese Warengruppe immerhin 20 Prozent der Produkterlöse aus.

Seit 2023 ist die Teebeutelproduktion in Čejkovice sogar hautnah erlebbar. Ein Erlebnisrundgang bietet einen transparenten Einblick hinter die Kulissen. Der nächste Ausbauschritt ist schon in Planung. Ein erwartetes Umsatzwachstum von bis zu 10 Prozent im nächsten Geschäftsjahr macht das möglich.

Auch in Rumänien wächst der Bio-Markt. Hier wurde zuletzt ein neues Lager inklusive Büros nach ökologischen Standards errichtet. Hier liegt SONNENTOR ebenfalls in Familienhänden. Die Herzen von Thomas und Eموke-Emese Weinraub schlagen für ihr Team und BIO. Um mehr Wertschöpfung vor Ort zu schaffen, wird der neue Platz auch dafür genutzt, um die per Hand zu beklebenden Etiketten für den rumänischen Markt vor Ort anzubringen. In Summe wurden so drei neue Arbeitsplätze langfristig geschaffen.

Starke Nachfrage – gute Planung

Zurück im „Herbquartier“ in Niederösterreich: In Spitzenwochen verlassen hier im kleinen Ort Sprögnitz rund 700 Paletten die Kräuterhallen. Ein logistischer Aufwand, der gut geplant sein muss. Beim prognostizierten Mengenwachstum von zwei Prozent ist man sich bewusst, dass hier die Grenzen des



Möglichen bald erreicht sein werden. Aus diesem Grund ist jetzt der Zeitpunkt zu planen. „Direkt an unser einzigartiges Holz-Hochregallager soll das neue Logistikzentrum anschließen. Die Kommissionierung und auch unser Online-Shop sollen hier Platz finden. Zukünftige Büros werden derzeit noch evaluiert“, berichtet Geschäftsführer Gerhard Leutgeb und betont: „Aktuell werden Ideen und Bedürfnisse der Mitarbeitenden gesammelt, bevor wir in die Umsetzung starten. Die Fertigstellung ist 2029 geplant.“

Doch für die Planungssicherheit braucht es nicht nur Platz – auch bei den Produkten soll es bei steigender Nachfrage zu keinen Lieferengpässen kommen. Abhilfe schaffen innovative, technische Lösungen. „Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir TEEodor in Betrieb genommen“, erklärt Geschäftsführer Klaus Doppler und ergänzt: „Es handelt sich dabei um unsere neue Verpackungsmaschine für lose Tees, die gemeinsam mit einem Tiroler Unternehmen entwickelt wurde.“ Auch wenn rund 85 Prozent der losen Tees per Hand verpackt werden – dank der technischen Verstärkung können Bestseller wie Brennessel oder Frauenmantel hier rasch nachproduziert werden.

Der deutsche Markt – Franchise-Expansion als Ziel

Schon kurz nach der Gründung entdeckte Johannes Gutmann den Bio-Markt in Deutschland für sich. Hier war die Nachfrage nach Kräutern und Gewürzen, die frei von chemisch-synthetischen Pestiziden produziert werden, ungleich größer als in seiner Heimat. Die Verpackungen aus nachhaltigen Materialien und mit verspielten Etiketten wurden zum begehrten Regal-Hit im Fachhandel. Es folgten erste Geschäfte in München, Aachen, Dresden und Regensburg. Eine doch kleine Anzahl im Vergleich zu Österreich, wo bereits 27 Geschäfte existieren – davon werden 23 als Franchise geführt. Diese Franchise-Strategie möchte das sonnige Team der Gründungshelfer:innen nun gemeinsam mit dem erfahrenen Franchise-Experten StarDev auf den deutschen Markt ausweiten. „Unser Ziel ist es, mit dieser Strategie unsere eigenen Vertriebskanäle und damit auch die Marke SONNENTOR langfristig zu stärken“, betont Geschäftsführerin Manuela Raidl-Zeller und ergänzt: „Das StarDev-Team teilt unsere Begeisterung und unterstützt SONNENTOR dabei, geeignete Franchise-Partner:innen zu finden, die unsere Werte leben.“

Fans langfristig begeistern

Fans der Marke erwartet in diesem Geschäftsjahr ein neues Kund:innenbindungsprogramm. Der **Es Geht Auch Anders Klub** ist für Kund:innen des stationären Handels genauso gedacht wie für die Zielgruppe des Online-Shops. Ein Mehr an Hintergrundinfos und Involvement soll das Vertrauen in die Marke stärken und Kund:innen zu langfristigen Fans machen, die Produkte aus Überzeugung konsumieren.

Fakten-Check zum jüngst abgeschlossenen Geschäftsjahr

- Umsatz Standort Österreich von April 2024 bis März 2025:
rund 62 Mio. Euro
- SONNENTOR Geschäfte:
Umsatzwachstum von rund 6% - die Geschäfte erbringen rund 16% vom Gesamtumsatz
- Online-Shop:
Wachstum von rund 8% - der Online-Shop macht rund 9% vom Gesamtumsatz aus
- Investitionen in das eigene Unternehmen:
1,2 Mio. Euro

- Eigenkapitalquote:
über 80%
- Mitarbeitende:
350 (AT+DE) / 600 (international)
- Sortiment:
rund 900 Produkte
- Bestseller:
Seit Jahren über alle Vertriebswege hinweg unangefochtener Platz 1: Tee Adventkalender (Fun Fact: Auch in Japan ein Bestseller!)
In den Geschäften und im Online-Shop war die größte Überraschung des vergangenen Jahres die Wilde Lilli – ein alkoholfreier Cocktailsirup – Fixstarter unter den Top 10!
- Blick hinter die Kulissen:
Gemeinwohlbericht:
<https://www.sonnentor.com/de-at/ueber-uns/kreislaufwirtschaft/gemeinwohl-oekonomie-was-ist-das>
Betriebsführungen:
<https://www.sonnentor.com/de-at/besuchen/fuehrungen/betriebsfuehrung>

Bildmaterial

PR-Bilder zu dieser Aussendung können [hier](#) heruntergeladen werden und unter presse@sonnentor.at angefragt werden.

Kontakt für Rückfragen:

SONNENTOR Kräuterhandels GmbH

Marie-Theres Feytl-Chaloupek

Telefon: 0043 2875 7256

E-Mail: presse@sonnentor.at