

# hosta

ECHT GUT. ECHT GLÜCKLICH.

## HOSTA STARTET EIGENEN ONLINESHOP

NEUER VERTRIEBSKANAL STÄRKT  
KUNDENNÄHE UND ERWEITERT DIE  
DIGITALE MARKTPRÄSENZ

### Pressemitteilung

**Stimpfach, 04. Mai 2026.** HOSTA erweitert seine Vertriebsstruktur und geht den nächsten Schritt in Richtung direkter Kundenansprache: Mit dem Launch des neuen HOSTA Onlineshops Anfang April schafft der Süßwarenhersteller eine eigene Plattform, über die Konsumentinnen und Konsumenten ab sofort das gesamte Sortiment bequem nach Hause bestellen können und schafft somit einen weiteren Ort, der die Marken erlebbar macht.



### Direkter Zugang zum gesamten Sortiment

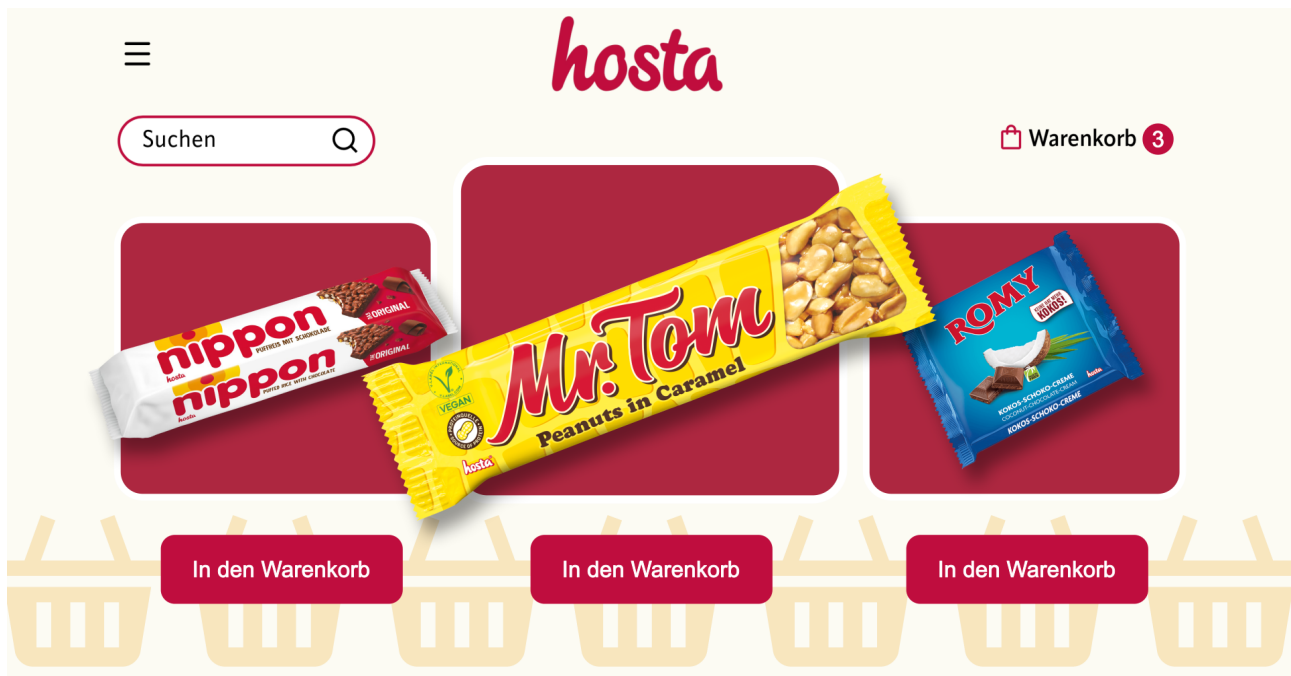
Mit dem [HOSTA Onlineshop](#) macht das Unternehmen erstmals sein komplettes Portfolio zentral verfügbar, darunter auch Produkte, die im stationären Handel nur eingeschränkt oder aktuell nicht erhältlich sind. Neben Klassikern wie nippon, Mr. Tom oder ROMY umfasst das Sortiment auch Artikel aus weiteren Gesellschaften der HOSTA Group, etwa aus Italien von HOSTA Italia. Der Shop richtet sich an Markenfans aller Altersgruppen und liefert zunächst nach Deutschland und Österreich, eine internationale Expansion ist bereits geplant. „Wir verstehen den Launch als nächsten logischen Schritt: weg von reiner Handelsabhängigkeit hin zu mehr direktem Markenzugang“, betont Laura Opferkuch, CEO von HOSTA.

## Mehr als ein Vertriebskanal

Der HOSTA Onlineshop ist bewusst als Ergänzung zum bestehenden Geschäft im Lebensmitteleinzelhandel angelegt. Während der Handel weiterhin eine zentrale Rolle für Reichweite und Sichtbarkeit spielt, schafft der eigene Onlinevertrieb zusätzliche Möglichkeiten, Produkte flexibler anzubieten und direkter auf Konsumentenbedürfnisse einzugehen. Gerade im wachsenden E-Commerce-Markt für Süßwaren eröffnet dies neue Potenziale: Produkte können unabhängig vom Einzelhandel verfügbar gemacht, individuell kombiniert und gezielt inszeniert werden. „Mit dem Onlineshop schaffen wir eine Plattform, die uns deutlich mehr Flexibilität in der Vermarktung gibt und gleichzeitig neue Wege eröffnet, unsere Marken erlebbar zu machen“, erklärt Felix Gössling, Marketing Team Lead bei HOSTA. Zudem bietet der Onlinevertrieb die Möglichkeit, Neuprodukte frühzeitiger zugänglich zu machen und Konsumenten bereits vor einer breiten Markteinführung einzubinden.

## Community, Innovation und Weiterentwicklung

Mit dem neuen Shop stärkt HOSTA den direkten Kontakt zu seinen Kundinnen und Kunden und baut gleichzeitig eine Plattform für Innovation auf. Ein begleitender Newsletter informiert über Produktneuheiten, Aktionen und exklusive Angebote. Bereits vor dem Launch am 07. April erhielten Abonentinnen und Abonnenten im Rahmen eines Early Access vorab Zugang zum Shop. Gleichzeitig dient der Onlineshop als Testfeld für neue Produkte, Bundles und Konzepte, die hier schneller erprobt werden können als im klassischen Handel. Ergänzt durch zusätzliche Inhalte und Storytelling wird der Shop perspektivisch zu einer zentralen Plattform für das gesamte Portfolio der HOSTA Group weiterentwickelt und stärkt langfristig Markenbindung sowie Kundennähe.



## Ausbau, Wachstum und Perspektiven

Der Aufbau des Onlineshops erfolgte in enger Zusammenarbeit verschiedener Unternehmensbereiche wie E-Commerce, Marketing, IT, Logistik und Vertrieb. Ziel war es, eine funktionale Basis zu schaffen, die kontinuierlich weiterentwickelt werden kann. Entsprechend wird der Shop sukzessive um neue Features, Inhalte und Angebote ergänzt. Auch künftig sieht HOSTA im E-Commerce großes Entwicklungspotenzial.

Neben der geplanten internationalen Expansion stehen neue Angebotsformate wie saisonale Boxen oder thematische Bundles im Fokus. Perspektivisch sind zudem exklusive und limitierte Produkte, eine stärkere Personalisierung sowie neue Geschäftsmodelle geplant. Darüber hinaus ist der Aufbau einer ergänzenden B2B-Plattform vorgesehen. „Langfristig liegt im Onlineshop ein enormes Potenzial: bessere Produktentwicklung, stärkere Markenbindung und mehr Unabhängigkeit“, betont Opferkuch. Markenversprechen ein: nippon bringt Leichtigkeit in den Alltag – mit süßen Genussmomenten und frischen Ideen“, erklärt Laura Frömberg.

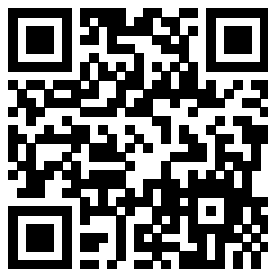
### **Über die HOSTA-Gruppe**

Seit 75 Jahren fertigt HOSTA in Stimpfach (Baden-Württemberg) qualitativ hochwertige Süßwaren. Zum Sortiment gehören Klassiker wie der Erdnussriegel Mr. Tom, das Puffreishäppchen nippon und die Kokos-Schokolade Romy. Alle Produkte erfüllen die strengen Richtlinien des International Food Standard (IFS). Die lange Tradition als Markenhersteller beruht nicht zuletzt auf der gleichbleibenden Qualität aller HOSTA Produkte und den ausnahmslos hochwertigen Rohstoffen, die in ihnen verarbeitet werden. Zur HOSTA-Gruppe gehören Wawel S.A. in Polen, Hosta Meltis Ltd. in Großbritannien und Hosta Italia Srl in Italien. In dritter Generation wird das Familienunternehmen seit 2019 von Laura Opferkuch geführt.

### **Folgen Sie HOSTA im Web**

[Website](#) | [Facebook](#) | [Instagram](#) | [LinkedIn](#) | [Onlineshop](#)

HOSTA Onlineshop:



### **Pressekontakt:**

Wake up Communications – Agentur für PR und Social Media  
Flügelstraße 47, 40227 Düsseldorf  
Lea Rosenstein, +49 157 50661125  
Laura Cremers, 0162 3216381  
[hosta@wakeup-communications.de](mailto:hosta@wakeup-communications.de)