

Mit einem Umsatzplus von rund sieben Prozent und einem Jahresumsatz von 172,5 Millionen Euro setzt [SONAX](#) ein starkes Signal im Autopflegemarkt. In einem Umfeld, das zunehmend von Austauschbarkeit geprägt ist, behauptet sich die Marke nicht nur als einer der führenden Anbieter, sondern auch als verlässlicher Partner für freie Kfz- und Nfz-Werkstätten.

Neue Impulse durch Innovation, Markenstärke und Marktorientierung

Während der Gesamtmarkt seit Jahren stagniert, gelingt es SONAX, durch Innovation, Markenstärke und konsequente Marktorientierung neue Impulse zu setzen. Wachstumstreiber waren neben dem Inlandsgeschäft insbesondere internationale Märkte, neue Zielgruppen sowie eine hohe Innovationsfrequenz mit praxisgerechten Lösungen für unterschiedlichste Anwendungen.

Für Werkstätten besonders relevant: Das Sortiment geht weit über klassische Autopflege hinaus. Programme für den professionellen Einsatz in Werkstätten, Waschanlagen und im Detailing-Bereich sorgen für zusätzliche Ertragspotenziale. Hinzu kommen spezialisierte Lösungen für Nutzfahrzeuge, Caravaning und den Agrarbereich – Segmente, die im Werkstattalltag zunehmend an Bedeutung gewinnen.

Enge Verzahnung mit dem Markt

Ein entscheidender Erfolgsfaktor ist die enge Verzahnung von SONAX mit dem Markt. Präsenz auf über 90 Messen und Branchenveranstaltungen sowie die kontinuierliche Zusammenarbeit mit Handelspartnern stärken die Nähe zur Praxis. Für Werkstätten bedeutet das: Produkte und Konzepte, die sich am tatsächlichen Bedarf orientieren und sich direkt im Tagesgeschäft umsetzen lassen.

Gleichzeitig steht die Marke SONAX für Verlässlichkeit und Wiedererkennungswert. Entwicklung, Tests und Produktion erfolgen am Standort in Deutschland – ein klarer Qualitätsanspruch, der sich in konstant hoher Produktperformance widerspiegelt. Für Werkstätten und Handelspartner zahlt sich das doppelt aus: durch hohe Kundenzufriedenheit und eine starke Nachfrage, die den Abverkauf aktiv unterstützt.

Investitionen in Produktionskapazitäten und

Logistik

Der Rekordumsatz ist dabei kein Endpunkt, sondern Ausgangsbasis für weiteres Wachstum. Investitionen in Produktionskapazitäten, Logistik und Marketing sichern die Lieferfähigkeit und erhöhen die Marktdurchdringung. Umfangreiche Kampagnen sorgen zusätzlich für Sichtbarkeit und Nachfrage beim Endkunden.

Für freie Werkstätten eröffnet diese Entwicklung konkrete Chancen: Zusatzgeschäft im Bereich Fahrzeugpflege, stärkere Kundenbindung und eine Differenzierung über Qualität und Markenstärke. Ergänzend lohnt sich ein Blick auf verwandte Themen wie Zusatzgeschäftspotenziale im Werkstattalltag, professionelle Fahrzeugaufbereitung oder die Bedeutung starker Marken für die Kundenzufriedenheit – zentrale Erfolgsfaktoren in einem wettbewerbsintensiven Markt.