SONAX Presseinformation, Februar 2025

75 Jahre Sonax: „Blick nach vorn“

**2025 feiert der Neuburger Fahrzeugpflegespezialist Sonax das 75-jährige Jubiläum. 1950 kamen die ersten Produkte unter dem Namen Sonax auf den Markt. Seitdem steht diese Marke wie kein andere als Synonym für hochwertige Autopflegeprodukte. Das aktuelle Kapitel der erfolgreichen Unternehmensgeschichte schreibt Sonax mit wegweisenden Expansionsaktivitäten, jungen Talenten in allen Unternehmensbereichen und einer stetig weiterentwickelten Markenphilosophie.**

„Wir sind sehr stolz auf die erfolgreiche Geschichte der Unternehmensgruppe, die mein Ur-Großvater begründet und die vor allem mein Großvater und Vater mit Ideenreichtum und Engagement weiterentwickelt haben. Unser Blick ist jedoch klar nach vorne gerichtet – auf die Fans und Kunden von heute und morgen,“ stellt Manfred Hoffmann, geschäftsführender Gesellschafter der Sonax GmbH heraus: „Die Weichen für die Zukunft sind gestellt. Mit unserem Know-how, dem modernen Markenauftritt, der leistungsfähigen Infrastruktur in Forschung und Entwicklung sowie Produktion und Logistik ist unsere Wettbewerbsfähigkeit und weiteres Wachstum auch zukünftig gewährleistet.“

Motor des Erfolgs ist die umfassende Expertise, die hinter dem leistungsstarken Produktprogramm steht: Zu diesem zählen nicht nur einzigartige Innovationen im Bereich der Lackpflege, der manuellen Innen- und Außenreinigung von Fahrzeugen, der Wintersaison oder der Produktlinien „Bike“ und „Caravan“. Mit einem bewährten Produktportfolio für Nutzfahrzeugpflege, den Waschanlageneinsatz, die professionelle Fahrzeugpflegedienstleistung sowie für vielfältige Industrieanwendungen ist der Hersteller heute so breit aufgestellt wie kaum eine andere Dachmarke.

**Premium-Marke für die Autopflege**

Am 11. Mai 1949 wurde die Marke Sonax eingetragen und rechtlich geschützt. In den Anfangsjahren des Unternehmens wurde die Marke „SONA“ für Haushaltsprodukte wie Silberputzmittel verwendet. Für die Autopflegesparte entwickelten die Gründer daraus den Markennamen „SONAX“ mit dem Zusatz „X“ als Synonym für „Wax“. So startete das Unternehmen 1950 in die Automobilpflegesparte.

Seitdem hat sich Sonax zur globalen Marke mit einem Umsatz von mehr als 147 Millionen Euro im Jahr 2023 entwickelt. Der Exportanteil ist auf über 43 Prozent gestiegen. Heute beschäftigt Sonax rund 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sonax Produkte sind in ganz Europa und auf allen Kontinenten verfügbar – insgesamt in 110 Ländern. Damit ist die Sonax GmbH der umsatzstärkste Zweig der Unternehmensgruppe Hoffmann. Zu dieser gehört auch die Hoffmann Mineral GmbH, die Kieselerde abbaut und veredelt – ein Geschäft, dass bereits 1903 durch die Gründer der Unternehmerfamilie Hoffmann aus der Taufe gehoben wurde. Ein weiterer Geschäftsbereich der Gruppe ist die Duro Druck GmbH, die sich als Etikettendruckerei erfolgreich im Markt bewegt.

Mitte der 1980er Jahre begannen die Neuburger, Sonax mit dem heutigen Schriftzug in roten großen Lettern, zielgerichtet als Premium-Dachmarke für das Auto aufzubauen. Das Produktprogramm wurde seitdem permanent ausgebaut und weiterentwickelt. Das einprägsame Markenbild, Werbung und Motorsport-Sponsoring – etwa in der Formel 1 oder der DTM – verhalfen zu immer größerer Bekanntheit. Das Feedback und die positiven Erfahrungen aller Kunden, ganz gleich ob Profi oder Hobbyanwender, Branchenkenner oder Motorsport-Ikone, haben der Marke Sonax über Jahrzehnte Erfolg gebracht. Bestätigt wurde dieser Erfolg immer wieder durch herausragende Auszeichnungen in unabhängigen Produkttests und Leserwahlen.

**„Made in Germany“ – auf Wachstum ausgerichtet**

Die beachtliche Historie, die hinter den roten Lettern steht, wird heute insbesondere von umfangreichen Expansionsaktivitäten begleitet. Das neue und großzügige Empfangs- und Verwaltungsgebäude mit repräsentativen Räumlichkeiten für die Fahrzeugaufbereitung ist längst zum Aushängeschild des Unternehmens an der Münchener Straße geworden. Für die permanenten Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten wurde ein modernes Zentrum für Anwendungstechnik errichtet.

Mit Investitionen im oberen zweistelligen Millionenbereich werden Schritt für Schritt die Produktions- und Logistikkapazitäten nicht nur am Neuburger Stammsitz deutlich ausgebaut. Im nahegelegenen Ort Oberhausen wurde zunächst ein großer Logistik-Standort errichtet, der 2024 in Betrieb genommen wurde. Mit dem Aufbau einer zweiten Produktion verfolgt das Unternehmen dort eine ehrgeizige Wachstumsstrategie und treibt die Nachhaltigkeit und Digitalisierung mit großen Schritten voran. Damit stellt sich das Unternehmen den globalen Anforderungen mit hoher Standortverbundenheit, wie Manfred Hoffmann betont: „Wir stehen nicht nur zum Standort Deutschland und fühlen uns dem Qualitätsversprechen ‚Made in Germany‘ sehr verbunden. Wir fühlen uns wohl in Neuburg und Umgebung, die Region ist unsere Basis und ein Teil von uns.“

„**Bereit für alles, was kommt“**

Hinter den ehrgeizigen Zielen, so Manfred Hoffmann, stehe ein leistungsstarkes Team aus hochqualifizierten und motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern: „Viele junge Talente bringen neue und spannende Impulse in Marketing, Forschung & Entwicklung und andere Unternehmensbereiche ein. Gemeinsam mit den erfahreneren Kolleginnen und Kollegen schreiben wir ein neues Kapitel der Erfolgsgeschichte von Sonax.“

„Ich bin sehr stolz darauf, wie dynamisch und selbstbewusst Sonax das 75-jährige Markenbestehen zelebriert – mit Enthusiasmus und einem modernen und zukunftsorientierten Markenauftritt. Das ist es, was unseren Leitgedanken „Bereit für alles, was kommt.“ überzeugend zum Ausdruck bringt.“ Der junge und dynamische Markenauftritt des Unternehmens und das unverwechselbare Produktdesign sorgen in vielen Produktbereichen für Aufmerksamkeit. Die bewährte Marke genießt nach wie vor hohes Ansehen bei Stammverwendern, spricht aber auch mit Kreativität, Know-how auf allen Medienplattformen neue und junge Zielgruppen an, die sich für die Pflege und Werterhaltung von Fahrzeugen begeistern.

Die hohe Zuneigung und die Begeisterung, so Manfred Hoffmann, sei natürlich dem Engagement der Menschen bei Sonax zu verdanken. Daher sind schon die Vorbereitungen für ein Sommerfest im Gange, in dessen Rahmen das Jubiläum gemeinsam mit allen Mitarbeitenden gefeiert wird.

*Fotos:*

*(SX\_TOWER\_80er.jpg)   
Mitte der 1980er Jahre begann das Unternehmen, die Marke Sonax mit dem heutigen Schriftzug in roten großen Lettern, zielgerichtet als Premium-Dachmarke für das Auto aufzubauen.*

*(SONAX\_Headquarter.jpg)  
Seit 2008 präsentiert sich Sonax am Stammsitz in Neuburg an der Donau mit einem neuen Verwaltungsgebäude und modernen Schulungsräumlichkeiten.*

*(SONAX\_Portrait\_M\_Hoffmann.jpg)  
„Wir haben die Weichen für die Zukunft gestellt“, so Manfred Hoffmann, Gesellschafter der Unternehmensgruppe Hoffmann und Geschäftsführer der Sonax GmbH.*

*(SONAX\_Erweiterung\_Vogelperspektive.JPG / SONAX\_Logistik\_Oberhausen.jpg) Mit Investitionen im oberen zweistelligen Millionenbereich werden Schritt für Schritt die Produktions- und Logistikkapazitäten nicht nur am Neuburger Stammsitz (Luftaufnahme) deutlich ausgebaut. Im nahegelegenen Ort Oberhausen wurde der neue Logistik-Standort bereits in Betrieb genommen.*

*(SONAX-ABT-DTM024-1.jpg) Das einprägsame Markenbild, Werbung und Motorsport-Sponsoring – etwa in der Formel 1 oder der DTM – verhalfen zu immer größerer Bekanntheit. Heute glänzt Sonax als Partner des Teams Abt Sportsline in der DTM.*

*(SONAX\_Geschichte\_Zapfsaeule.jpg / SONAX\_Werbung\_Gruenderzeiten.jpg)  
Sonax zeichnete sich bereits in den 50-er-Jahren durch hohe Produktqualität, professionelle Außendienstbetreuung und kreative Marketingmaßnahmen aus.*

*(SONAX\_Made\_in\_Western\_Germany.jpg / SONAX\_Sortiment.png)  
Der einprägsame Name ist geblieben – das Erscheinungsbild hat sich deutlich gewandelt. Sonax Produkte in den Gründerjahren und heute.*

*(SONAX\_Produktion\_Nachhaltigkeit.tif) Mit dem Aufbau weiterer Produktionskapazitäten verfolgt das Unternehmen eine ehrgeizige Wachstumsstrategie und treibt die Nachhaltigkeit und Digitalisierung mit großen Schritten voran.*

*(SONAX\_Social\_Media1.jpg / SONAX\_LEMON\_ROCKS\_Kampagne\_1\_2024.png)  
Mit einem zukunftsorientierten Markenauftritt, den der Leitgedanke „Bereit für alles, was kommt.“ überzeugend zum Ausdruck bringt, spricht Sonax auch neue und junge Zielgruppen an, die sich für die Pflege und Werterhaltung von Fahrzeugen begeistern.*

*...*

*Weitere Informationen für Redaktionen:*

*AP CONNECTIONS*

*André Preiß*

*andre.preiss@apconnections.de*

*+49 40 59 45 71 16*