PRESSEINFORMATION

Die Sonnenzeit 2025 übertraf alle Erwartungen

Düsseldorf, 27. Mai 2025 – Am 24. Mai 2025 verwandelte Sonnen Herzog seine Zentrale in Düsseldorf in einen lebhaften Kirmesplatz. Für die zweite „Sonnenzeit“ lud der Farbengroßhandel seine Profikunden und deren Familien ein, um sie mit einer inspirierenden Hausmesse zu begeistern. Dort bot das Event nicht nur zahlreiche Ideen für Malerinnen und Maler, sondern auch ein buntes Rahmenprogramm, das bei Groß und Klein für Begeisterung sorgte.

Parkeinweiser aus dem eigenen Logistikteam lotsten die Gäste an die Pinienstraße. Neben zahlreichen Düsseldorfer Handwerkern strömten auch Kundinnen und Kunden der zwölf Niederlassungen in die Zentrale. Im vergangenen Jahr hatte Sonnen Herzog das neue Konzept zum ersten Mal unter dem Namen „Sonnenzeit“ umgesetzt. Die Premiere kam so gut an, dass die Hausmesse, die traditionell im Zweijahresrhythmus stattfand, bereits nach einem Jahr neu aufgelegt wurde – mit noch größerem Erfolg. Wer die erste Sonnenzeit erlebt hatte, wusste: Dieser Branchentreff hat Eventcharakter. Mitarbeitende von 325 Firmen meldeten sich an und dreimal mehr Lieferanten als 2024 beteiligten sich an der Veranstaltung. „Die Resonanz hat unsere Erwartungen weit übertroffen“, freute sich Inhaberin Margarete Sonnen, die das Familienunternehmen in fünfter Generation leitet.

Eine perfekte Bühne, um Kundenbeziehungen zu vertiefen

Von der Zuckerwatte bis zum Kamelrennen – das Eventteam um Marketing Managerin Katharina Sonnen griff die rheinische Kirmestradition in vielen Details auf. Vor dem Eingang amüsierten sich die kleinen Gäste auf einem Riesenrad und einem Kettenkarussell. Auf dem Außengelände gab es Getränkewagen und Foodtrucks. Auch wenn die Sonne am Messetag nur symbolisch über der Sonnen Herzog-Zentrale strahlte, standen Malerinnen und Maler, Mitarbeitende von Sonnen Herzog und Industrievertreter gerne draußen bei einem Füchschen-Alt zusammen. Im Gebäude fanden die Besucherinnen und Besucher ausreichend Sitzgelegenheiten, um vielfältiges Streetfood in entspannter Atmosphäre zu genießen.

Die Sonnenbande – so nennt sich die Belegschaft von Sonnen Herzog selbst – hatte das Lager umgeräumt und zur Messehalle herausgeputzt. Mit der Düsseldorfer Skyline als Hintergrund und üppiger Blumendekoration in den Unternehmensfarben bot sich ein ansprechender Rahmen. „Ich bin sehr stolz, was mein Team alles auf die Beine gestellt hat, um unseren Industriepartnern eine Bühne und unseren Kundinnen und Kunden einen inspirierenden Tag zu bereiten“, sagte Margarete Sonnen.

Erstmals organisierte Sonnen Herzog eine Sonnenzeit-Rallye für Kinder, bei der sie an Ständen Aufgaben lösten und Stempel sammelten. Für die volle Stempelkarte gab es Süßigkeiten und ein personalisiertes Lebkuchenherz mit Zuckerguss – eine süße Idee, die gut ankam.

Innovationen erregten viel Aufmerksamkeit

Die ganze Sonnenbande war bei der Sonnenzeit im Einsatz. Sonnen Herzog präsentierte die eigene Marke SONNIT. Die neue Lackserie, die sich auch für Airlessgeräte eignet, sowie die neuesten Tapeten- und Bodenkollektionen stießen auf großes Interesse. Manche Handwerker

zeigten sich überrascht, wie leicht sich die SONNIT-Designböden zum Klicken verlegen lassen, nachdem sie einmal selbst Hand angelegt hatten.

Mit mehr als 24 Marken waren die Industriepartner vertreten: Akzo Nobel, Ardex, Caparol, Dörken, Erfurt, Excess, Festool, Geiger, Henkel, Jaeger, Jansen, Keim, Korff, Leco, Mirka, One Flor, PROFITEC, Pufas, Storch, Thomsit, Sika, Coretec und Wagner. Einige der Lieferanten stellten sich bei Sonnen Herzog erstmals im Rahmen einer Hausmesse vor. Die Aussteller punkteten mit zahlreichen Innovationen. Einige Beispiele: Wagner brachte den leichten Spraypack-18V-Rucksack mit, Jansen den Fensterlack Iso-Venti Xtrem, Keim präsentierte die Grundierfarbe Innoprim, Korff die Superwand-Dämmplatten für Innenwände, Ardex neue Malerboxen, Excess die aktuellen Arbeitshosen-Modelle. Storch führte die Vorteile eines neuen Kreuzlinienlasers und einer digitalen Wasserwaage vor, die im Juli auf den Markt kommt. Bei PROFITEC sprangen unter anderem die Silikat-Evolution evoSOL und die neuen Gebinde mit Mandalas der Berliner Street-Art-Künstlerin Gita Kurdpoor ins Auge, die auf der Messe schnell allgegenwärtig waren. Die Farbeimer verschiedener Marken dienten als Behältnis für Infomaterial und Give-aways.

Doch es waren nicht nur die Neuheiten, die Beachtung fanden. Die Gespräche kreisten um Produkteigenschaften und Anwendungsmöglichkeiten unter speziellen Bedingungen. Interessiert verfolgten die Malerinnen und Maler technische Vorführungen und machten rege Gebrauch von der Möglichkeit, Materialien selbst auszuprobieren. Auch der Vorstand der Malerinnung Düsseldorf zeigte Flagge und nutzte die Sonnenzeit, um sich mit Kolleginnen und Kollegen auszutauschen und Netzwerke in Verbände anderer Standorte zu knüpfen.

An allen Ständen wurden viele Aufträge geschrieben

Während die Kinder beim Dosenwerfen auf kleine Farbgebinde zielten, Glitzer-Tattoos malen ließen oder Popcorn naschten, konnten sich die Eltern in Ruhe informieren und Produkte vergleichen. Die Aussteller überzeugten mit hochwertigen Angeboten für jeden Bedarf. Viele Malerinnen und Maler kauften direkt zu den attraktiven Messekonditionen ein. So fiel die Bilanz auf allen Seiten positiv aus. „Wir haben intensive Gespräche geführt und von unseren Gästen ein tolles Feedback erhalten. Dass sich so viele Kundinnen und Kunden an einem Samstag Zeit nehmen, um in lockerer Atmosphäre die ganze Bandbreite unseres Sortiments kennenzulernen und Neuheiten zu entdecken, zeigt uns, dass wir mit der Sonnenzeit Maßstäbe gesetzt haben“, sagt Margarete Sonnen. „Die Stimmung war super, alle Aussteller waren hochzufrieden und auch die Umsätze stimmten.“

ÜBER SONNEN HERZOG

Mit 13 Standorten zählt Sonnen Herzog zu den führenden Farbengroßhändlern im Rheinland. Das inhabergeführte Familienunternehmen ist seit 1888 ein verlässlicher Partner des Malerhandwerks. Sonnen Herzog bietet Profis und Privatkunden ein breites Sortiment an Farben und Lacken, Tapeten, Bodenbelägen, Wärmedämmung, Werkzeug und Maschinen namhafter Lieferanten. Exklusiv vertreibt Sonnen Herzog zudem die eigene Marke SONNIT. In der Düsseldorfer Zentrale und den 12 Niederlassungen setzen sich insgesamt 140 Mitarbeitende für die Kundinnen und Kunden ein. Ihr Leitspruch ist „Alles, außer oberflächlich."

Die beigefügten Pressefotos sind honorarfrei. Bitte verwenden Sie folgenden Fotonachweis: ©Sonnen Herzog/Melanie Zanin

Wir freuen uns, wenn Sie uns ein Belegexemplar zusenden.

Ansprechpartnerin:

Katharina Sonnen

Marketingmanagerin

0211 7373135

Katharina.sonnen@sonnen-herzog.com