

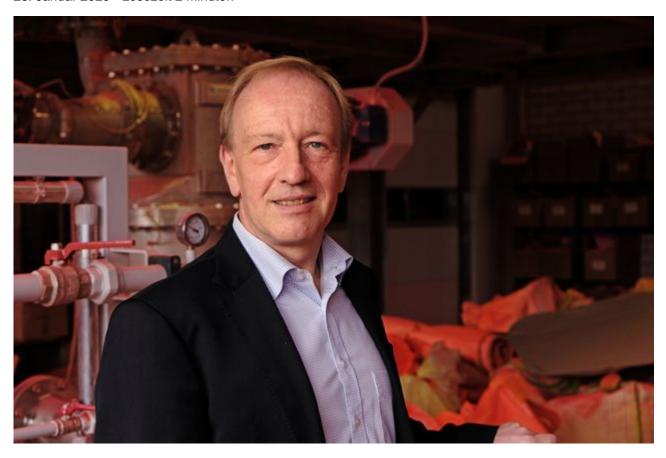
Mein Arbeitsplatz

Aralon-Marketingchef: "Meine Hauptaufgabe ist Wachstum"

Aralon Color: So arbeitet Vertriebs- und Marketingmanager Matthias Stümcke.

von Nicolas Schöneich

23. Januar 2020 - Lesezeit 2 Minuten



Manager Sales und Marketing bei Aralon Color: Matthias Stümcke. Foto: Florian Lang

Ich heiße Matthias Stümcke, bin 59 und Manager Sales & Marketing bei Aralon Color in Heiligenroth. Ich verantworte also Vertrieb und Marketing unserer Tagesleuchtpigmente. Nach meinem BWL-Studium habe ich lange für einen großen US-Chemiekonzern in der Schweiz und anderen Ländern gearbeitet. Danach war ich selbstständiger Berater für den Chemie-Mittelstand – und so habe ich 2014 auch den Geschäftsführer von Aralon, Rami Ismael, kennengelernt.

Das Unternehmen hatte er damals frisch gegründet. Weil ich schnell gemerkt habe, wie gut das funktionieren

könnte, habe ich ihn gefragt, ob ich auch in Aralon investieren könne. Und seit Anfang 2015 bin ich Teilhaber und Angestellter. Wir sind sehr profitabel und innovativ. Meine Hauptaufgabe ist vor allem Wachstum, Wachstum: mehr umsetzen mit bestehenden Kunden und neue Kunden für uns gewinnen.

Vertrieb



Unsere Nische ist klein: Lacke- und Farbenindustrie, Sportartikelhersteller, Produzenten von Stiften und ein

paar andere Branchen. Ich betreue den deutschsprachigen Raum und bin zwei Tage pro Woche bei Kunden. Leuchtpigmente machen nur einen kleinen, aber kritischen Teil von deren Einkäufen aus. Läuft es erst mal, ändert der Kunde nichts am System. Überzeugen wir aber mit Produkten und nehmen diese Eintrittshürde, schützt sie uns fortan.

Arbeitsteilung



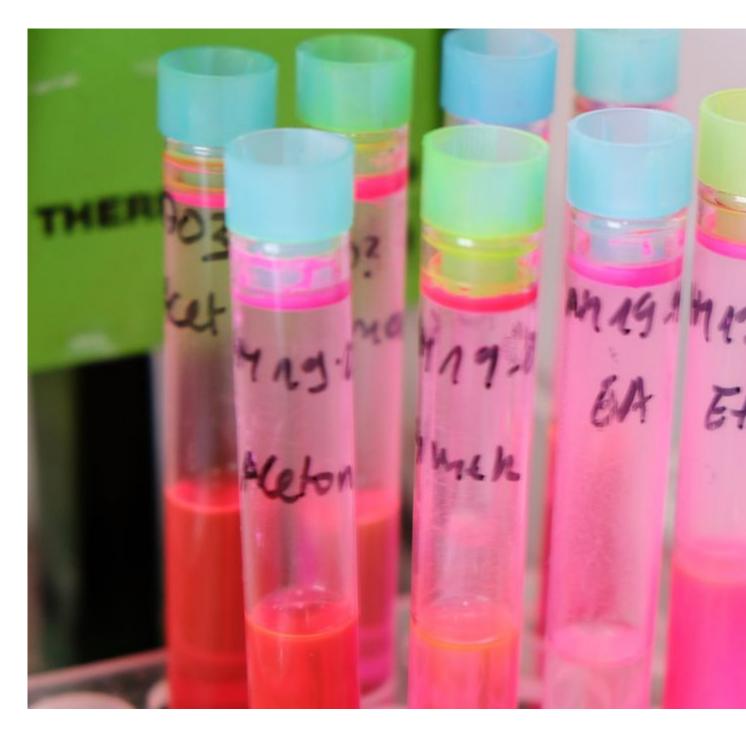
Wir ergänzen uns. Herr Ismael ist eine Koryphäe, er kann im besten Sinne nichts anderes als Tagesleuchtpigmente und geht auch mal am Wochenende ins Labor. Er ist größter Anteilseigner und verantwortet Forschung, Entwicklung und Produktion. Gemeinsame Entscheidungen treffen wir innerhalb von 24 Stunden.

Naturwissenschaft



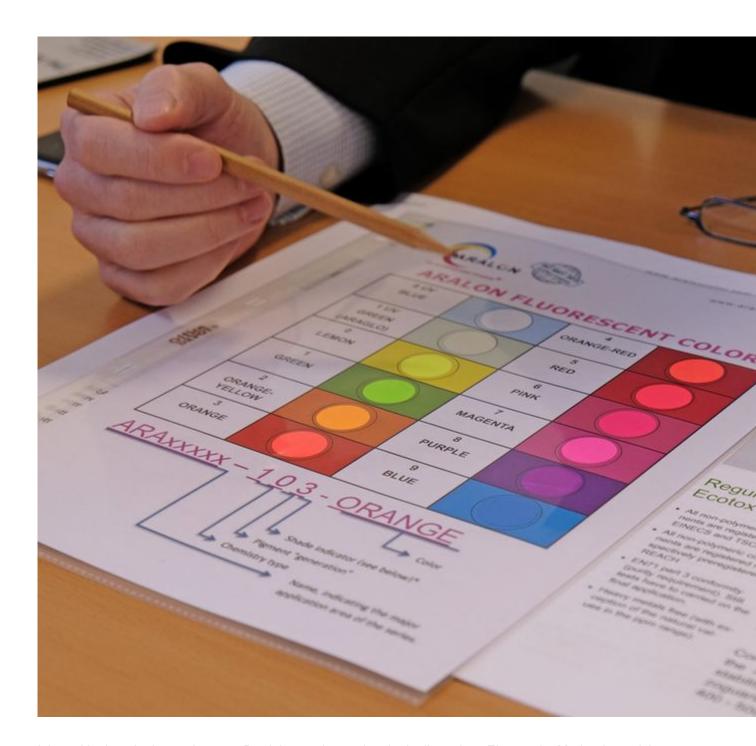
Wir ummanteln Farbstoffe mit Kunststoff. Dazu kaufen wir Monomere, die wir im Reaktor zu Polymeren verketten, hinzu kommen Additive. Es hat mich einige Zeit gekostet, unser Produkt in jeder Anwendung zu verstehen. Soll es ein Aerosol für eine Spraydose werden, ein Dekoelement für Sportschuhe oder ein WC-Stein? Da unterscheiden sich die chemischen Prozesse und die Produktionsmaschinen, also müssen wir unsere Pigmente entsprechend "einstellen". Heute habe ich auf fast alle Kundenfragen eine Antwort. Und im Zweifel rufe ich Herrn Ismael an.

Formulierung



Anfang 2016 hat die EU Formaldehyd als krebserregend eingestuft. Darauf haben wir mit der Entwicklung zweier formaldehydfreier Serien von Tagesleuchtpigmenten reagiert, die heute unsere absoluten Bestseller sind. Diese Produkte machen inzwischen 50 Prozent unseres Umsatzes aus, Tendenz steigend.

Marketing



Ich positioniere Aralon und unsere Produkte auch emotional: als disruptives Element im Markt, denn nichts muss bleiben, wie es ist. Bis zu unserer Gründung ist da Jahrzehnte nichts passiert. Wir aber glauben wieder an Innovation. Für die Dokumentation haben wir ein Ampelsystem entwickelt, das Kunden anzeigt, wie sie welches Pigment nach welchen Regularien einsetzen können. Im Service reagieren wir binnen eines Tages, und die Lieferzeiten sind gering, weil viele Produkte auf Lager sind.

Weitere spannende Arbeitsplätze und Karrieren in der Chemieindustrie.