

Murexin

Kurs auf Deutschland

Der deutsche Standort von Murexin in Mühlheim sei ein klares Bekenntnis für Deutschland, erklärt der Geschäftsführer von Murexin Deutschland, Wolfgang Hormuth. Denn was vorher von Österreich aus eher ein »Zusatzmarkt« war, ist jetzt für Murexin Deutschland ausdrücklich der Zielmarkt. Der Geschäftsführer weiter: »Deutschland ist der größte Markt für bauchemische Produkte in Europa und wir werden uns hier eine deutliche Marktposition erarbeiten. Wir haben uns damit zwar viel vorgenommen, sind aber schon jetzt auf einem guten Weg, um diese Position – nämlich unter die ›Top 5‹ der Bauchemie zu kommen – in den nächsten Jahren zu erreichen.« Wie sie das umsetzen wollen, das verriet er in einem Gespräch mit der Redaktion OBJEKT.

Erst vor rund vier Jahren entschied sich der österreichische Hersteller von bauchemischen Produk-

ten, ein Werk in Mühlheim am Main zu bauen – mit allem, was dazugehört. »Wir hatten die ersten zwei Jahre Baustelle; in der Zeit haben wir die Produktion, das Lager- und Logistikcenter sowie unser ›Technikum‹ für Kundens Schulungen neu- und ausgebaut sowie das Büro ertüchtigt, die Infrastruktur auf Vordermann gebracht und das komplette Außengelände angelegt. Jetzt sind wir fertig damit und unsere Firma ist in voller Funktionalität«, freut sich Hormuth.

Herzlich willkommen!

Parallel wurde die Organisation an Stellen ausgebaut und umstrukturiert, wo es notwendig war – vor allem aufseiten des Verkaufs. »Wir holen uns momentan viele neue Leute an Bord, denn wir wollen den Verkauf so weit ausbauen, dass wir in ganz Deutschland vertreten sind«, verrät Hormuth. Gestartet war Murexin Deutschland mit insgesamt 42 Mitarbeitern, davon

18 in der Verkaufsorganisation; mittlerweile liegt die Zahl bei knapp 70, wovon wiederum 28 in der Verkaufsorganisation tätig sind.

»Wir haben damit nach wie vor eine kleine, dafür aber flexible, schnell agierende Organisation mit kurzen Entscheidungswegen«, so Hormuth. »Genau diese Nahbarkeit dürfen wir bei allem Auf- und Umbau der Organisation nicht aus den Augen verlieren. Deshalb suchen wir Leute, die die Bereitschaft haben, als Team stark zu performen und mitzuwirken. Noch gibt es Gebiete in Deutschland, in denen Murexin keine Präsenz hat – und hier gibt es die Möglichkeit, die Zukunft mitzugestalten. Das muss man als Mitarbeiter wollen und solche Leute sind bei uns im Team herzlich willkommen.«

Süd-Nord-Gefälle

Tatsächlich gibt es noch weiße Flecken für Murexin in Deutschland. So ist unbenommen, dass das Unternehmen im südlichen Deutschland bekannt ist, sich dieser Bekanntheitsgrad aber in Richtung Norden verliert. Hier möchte Hormuth mit seinem Team angreifen: »In Zukunft werden wir überall gut aufgestellt sein. Denn der Markt ist groß und wir sehen noch viel Potenzial: Wir bieten ein breites, ausgereiftes Portfolio für unterschiedlichste Zielgruppen an, bekennen uns zum dreistufigen Vertrieb und haben zudem mit unserem Standort in Mühlheim eine sehr gute Logistiklösung geschaffen, um fast jeden Ort in Deutschland innerhalb von 24 Stunden mit unserer Lieferung erreichen zu können.«

Zielgerichtete Produkte

Doch das war noch längst nicht alles. Zusätzlich wurde der Markenauftritt von Murexin weiterentwickelt, um mit neuer Bild- und Textsprache in Deutschland präsent zu sein. Eben-



Von links: Geschäftsführer Wolfgang Hormuth und Evelyn Grau, zuständig für die PR von Murexin Deutschland, im Gespräch mit Henrike Sühling, Redaktion OBJEKT. Fotos: Redaktion OBJEKT



Murexin-Deutschland-Geschäftsführer Wolfgang Hormuth ist guter Dinge, in den kommenden Jahren vom Standort Mühlheim aus den deutschen Markt weiter ausbauen zu können.

jener soll 2025 weiter intensiviert werden, verspricht Hormuth. Darüber hinaus hat Murexin im letzten Jahr damit begonnen, die Rezepturen zu bearbeiten, damit die Produkte besser auf den deutschen Zielmarkt ausgerichtet sind – etwa mit einem komplett neuen Sortiment an selbstverlaufenden und staubreduzierten Spachtelmassen, die unter dem Begriff »Fließmassen Top-Level« firmieren, sowie Produktsystemen, die in Kooperation mit Junckers, einem dänischen Hersteller von Massivholzböden und Holzpflegeprodukten, exklusiv in Deutschland vertrieben werden (siehe Seite 90).

»Unser Fokus liegt ganz klar auf dem deutschen Markt«, so der Geschäftsführer weiter. »Daher brauchen wir ein Portfolio, das deutlich auf die Kunden in diesem Markt abgestimmt ist – nicht nach dem Motto: Wir haben 3000 Produkte, suchen Sie sich was aus... Stattdessen bieten wir eine klare Schärfung und Produkte mit eindeutigen USPs, um so unser Angebot für die Kunden weiter hochzuhalten und zu optimieren. Das ist zwar viel Arbeit, aber wir haben keinen an Bord, der sagt, dass es schade ist, dass man hier so viel entwickeln und gestalten kann. Im Gegenteil ist es doch genau das, was Spaß macht!«

Kooperation mit Junckers

»Wir hatten festgestellt, dass wir besonders im Bereich der Oberflächenbehandlungsprodukte noch nicht optimal für unsere Kundengruppe aufgestellt waren und standen vor der Frage: Schaffen wir die Entwicklung aus eigener Kraft? Oder suchen wir uns einen starken Partner?« Man entschied sich für Letzteres und fand ihn in Junckers. »Dieser verfügt über ein großes Portfolio an Oberflächenprodukten, die

kompatibel mit unseren Produkten sind. Mittlerweile wurden die Systemprüfungen abgeschlossen und funktionieren in dieser Kombination optimal, auch wenn auf dem einen Produkt Junckers und auf dem anderen Murexin steht – dafür legen wir unsere Hand ins Feuer.«

Durch die strategische Kooperation mit Junckers ist Murexin nun in der Lage, Komplettsysteme für Parkettleger anzubieten, die von der Untergrundvorbereitung über Klebstoffe bis hin zu Oberflächenbehandlungsprodukten reichen. »Wir sind unheimlich froh, mit Junckers einen Partner zu haben, der bei den Themen Forschung und Entwicklung sowie Technologie stark aufgestellt ist und der mit dem Feedback, das wir ihm aus dem Markt geben, umgehen und daraus gegebenenfalls neue Produkte entwickeln kann«, sagt Hormuth.

Erfolgsmodell

Die strategische Kooperation gilt vorerst nur für Deutschland, die Möglichkeit, dass sie sich auch auf andere Länder und andere Modelle ausweiten könnte, schließt Hormuth allerdings nicht aus. »Hierzulande ist Murexin derjenige, der sowohl die eigenen als

auch die Junckers-Produkte anbietet. Das ist in sich rund«, freut er sich und führt mit großem Optimismus weiter aus: »Wenn dieses Modell in Deutschland ein Erfolgsmodell wird – wovon wir fest ausgehen –, dann kann es natürlich auch auf die anderen Länder, in denen Murexin aktiv ist, übertragen werden. Das wird die Zukunft zeigen.«

Voll des Mutes

2024 ist Murexin Deutschland bereits zweistellig gewachsen und auch in das Jahr 2025 blickt das Unternehmen äußerst positiv. »Wir sind erwartungsfroh in das neue Jahr gestartet und haben die »BAU« als Auftakt gesehen. Jetzt muss sich zeigen, wieviel wir an Neugeschäften und Neukundenakquise in den nächsten Monaten abschließen können. Wir sind aber voll des Mutes!«, so Hormuth optimistisch. »Der Standort Mühlheim wurde mit Ausbaupotenzial gebaut, um das zu erwartende Wachstum wirklich schultern zu können. Wir haben die Hardware geschaffen, jetzt werden die Dinge sukzessive hochgefahren.«



In Mühlheim wurde der erste deutsche Murexin-Standort angesiedelt.

Fotos: Murexin