



„Produkte diversifizieren“

Interview | Seit dem 1. März 2024 ist Dmitry Bakumenko neuer Deutschland-Chef vom Schmierstoff-Hersteller Motul. Wir haben mit dem Nachfolger von Armin Bolch über seine Ziele und Strategien für das Unternehmen gesprochen.



Foto: Motul

Dmitry Bakumenko ist der neue Geschäftsführer der Motul Deutschland GmbH in Köln.

asp: Herr Bakumenko, was möchten Sie anders machen als ihr Vorgänger Armin Bolch?

D. Bakumenko: Mir ist es besonders wichtig, den Kunden mehr in den Fokus zu rücken und unseren Service zu verbessern. Das haben wir etwas aus dem Blick verloren, weil wir sehr mit internen Abläufen beschäftigt waren. Dafür wollen wir auch unser Sales-Team vergrößern und haben Stellen ausgeschrieben. Ein Ziel ist es außerdem, im Motorrad-Bereich Marktanteile zurückzugewinnen und im Auto-Bereich weiter zu wachsen.

Kurzfassung

Der Schmierstoffhersteller Motul möchte sein Produktportfolio breiter aufstellen. Der neue Geschäftsführer Dmitry Bakumenko hat uns im Interview erklärt, was künftig neben Motorenölen wichtig wird.

Auf Produktseite setzen wir auf Diversifikation und wollen mehr Produkte auf den Markt bringen, beispielsweise unsere nachhaltigen Schmierstoffe der NGEN-Serie oder unsere Care-Produkte.

asp: Sie waren zuvor für die Türkei sowie den Nahen und Mittleren Osten zuständig. Sehen Sie Unterschiede in diesen Ländern zum deutschen Markt?

D. Bakumenko: Ja, sicherlich. Eine Erfahrung, die ich über die Jahre gemacht habe, lautet aber: Jeder Markt ist anders und Erfahrungen lassen sich nicht immer 1:1 übertragen. Das gilt auch für die unterschiedlichen Märkte im Nahen und Mittleren Osten. Saudi-Arabien ist beispielsweise ein anderer Markt als Libyen, da dort andere Fahrzeuge unterwegs sind und beispielsweise das Klima heißer ist. In der Türkei gibt es wiederum eine andere Distributionsstruktur, die ähnlicher dem deutschen Markt ist. Es gibt aber trotz der Unterschiede in den Ländern viele Parallelen und Synergien, die man

nutzen kann. Man muss sich aber auf jeden Markt individuell einstellen.

asp: Was gibt es für Neuheiten bei Ölen?

D. Bakumenko: Wir entwickeln weiter und verfeinern unsere 8100-Linie. Eine Besonderheit dieses Öls ist, dass wir mit einem Produkt besonders viele Fahrzeugtypen abdecken können. Damit müssen Werkstätten weniger Produkte vorhalten, können die Lagerfläche minimieren und binden weniger Kapital. Dafür war es notwendig, die entsprechenden Freigaben der OEM zu bekommen. Um mehrere Freigaben abzudecken, ist viel Forschung notwendig. Dafür haben wir mehrere R&D Center, wo wir die Rezepturen für die Öle entwickeln und intensiv testen. Wenn die Autohersteller bestimmte Vorgaben ändern, müssen wir auch die Produkte wieder anpassen.

asp: Was verstehen Sie unter dem Slogan „Re-Generation 2030“?

D. Bakumenko: Die Welt ist im Wandel mit Alternativen zu den fossilen Energieträgern. Wir wollen uns dieser Herausforderung stellen und unsere Produkte darauf ausrichten. Konkret heißt das, dass wir unser Produktportfolio diversifizieren wollen und nicht nur neue Motorenöle entwickeln. So investieren wir beispielsweise seit Jahren in neue Bereiche wie Pflegeprodukte und Additive. Unsere Care-Produkte sind sowohl für Endanwender als auch für Werkstätten interessant. Für Werkstätten haben wir beispielsweise die „Workshop Range“ mit Pflege- und Reinigungsprodukten wie Parts Clean oder Bremsenreiniger. Die „Car-Care“-Linie für Endverbraucher enthält unter anderem Pflegeprodukte für Reifen, Glas oder Felgen. Ein ganz aktuelles Thema ist „Bike Care“, also Reinigungs- und Pflegeprodukte für Fahrräder, die wir erweitert haben. Wir bieten auch ein Elektrorad- und Motorrad-Abo an.

„Die Welt ist im Wandel. Wir wollen uns dieser Herausforderung mit neuen Produkten stellen.“

Dmitry Bakumenko, Motul

asp: Was bieten die neuen nachhaltigen Motorenöle der NGEN-Produktserie?

D. Bakumenko: Wir haben hier unterschiedliche Ansätze: Wir forschen einerseits an Organic-Base-Ölen aus nachwachsenden Rohstoffen, also Motorenölen ohne mineralische Basisöle. Hier hat Motul schon eine lange Tradition. Auf der anderen Seite entwickeln wir Motorenöle, in denen zu einem gewissen Prozentsatz regenerierte Basisöle in Premiumqualität zum Einsatz kommen. Dadurch sparen wir auch CO₂. Im Autobereich haben wir mit den NGEN-Motorenölen mit Organic-Base-Basisölen für Hybridfahrzeuge angefangen, im Laufe des Jahres werden noch weitere NGEN-Produkte für Verbrenner mit der Viskosität 10W-40 (NGEN 4) und 5W-30 (NGEN 6) sowie Automatikgetriebeöle auf den Markt kommen. Mit diesen Produkten erreichen wir sogar eine bessere Performance als mit herkömmlichen Ölen.

asp: E-Autos brauchen kein Motorenöl mehr. Was gibt es in diesem Bereich für Neuheiten?

D. Bakumenko: Im Bereich der E-Mobilität entwickeln wir EV-Fluids. Das sind beispielsweise Kühlflüssigkeiten für die Kühlung der Traktionsbatterie in E-Autos. Ganz neu ist das Konzept der Immersionskühlung, die verhindert, dass sich Batterien entzünden können. Aber auch für Getriebe von E-Autos haben wir bereits Produkte oder entwickeln sie gerade. Für diese Flüssigkeiten gibt es jedoch noch keine einheitlichen Standards wie ACEA, ILSAC oder API.

asp: Ist der Classic-Bereich noch relevant?

D. Bakumenko: Ja, dem Classic-Bereich sind wir aus der Historie heraus verpflichtet. Das Sortiment deckt sämtliche Anwendungsbereiche ab. Wir haben Einbereichs-Motorenöle für Fahrzeuge ohne Hauptstromölfilter sowie Mehrbereichsöle für Fahrzeuge aus den 1950er-Jahren

bis in die 1970er-Jahre oder danach. Auch Motorenöle für Youngtimer haben wir parat, die werden bei uns als „Eighties“ und „Nineties“ bezeichnet. Für historische Motorsport-Fahrzeuge haben wir ebenfalls passende Öle in unserem 300V-Sortiment.

asp: Nimmt der Motorsport weiterhin einen wichtigen Stellenwert bei Motul ein?

D. Bakumenko: Wir kommen aus dem Motorsport und können diese Erfahrung für die Entwicklung neuer Ölformulierungen nutzen. Im Motorsport sind die Anforderungen an das Öl deutlich höher als bei Autos im Straßenverkehr. Wir liefern das Motorenöl für 200 verschiedene Motorsport-Veranstaltungen weltweit wie das 24-Stunden-Rennen von Le Mans, den Nürburgring oder für die Rallye Dakar. Wir sind bei diesen Veranstaltungen auch mit unseren Laboren vor Ort und können Ölproben sammeln, die wir wiederum für unsere Produktentwicklung nutzen.

asp: Wie entwickelt sich das Thema Getriebeölsplüfung?

D. Bakumenko: Das ist aus unserer Sicht ein wichtiges Thema für Werkstätten und Endverbraucher. Eine Splüfung für Automatikgetriebe ist nach einer gewissen Zeit notwendig, da Verunreinigungen die Performance des Getriebes beeinträchtigen. Ein Ablassen des Öls alleine bringt da

nicht viel, da der Großteil der Verunreinigungen im Getriebe verbleibt. Eine Getriebeölsplüfung ist daher sinnvoll und eine günstige Lösung, um Problemen vorzubeugen oder sie zu beheben. Mit Motul Evo haben wir ein entsprechendes Konzept für Werkstätten parat, sprich die passenden Reinigungsgeräte und auch die Schulungen dazu. Ebenfalls interessant für Werkstätten ist der Motul Performance Service, mit dem Werkstätten die Injektoren des Motors und den Partikelfilter reinigen können.

asp: Planen Sie auch ein eigenes Motorenöl-Werkstattkonzept wie einige ihrer Mitbewerber?

D. Bakumenko: Nein, wir wollen kein eigenes Werkstattkonzept für Motorenöle anbieten. Für Werkstätten haben wir neben den genannten Lösungen wie Motul Evo und dem Motul Performance Service noch weitere Lösungen wie etwa unsere Refill-Reinigungsstation, die wiederbefüllbare Sprühflaschen mit Reinigungs- und Pflegeprodukten enthält, oder das Bioclean-Konzept, den biologisch abbaubaren Teilereiniger. Wir machen auch Schulungen zu Gefahrstoffen und Mehrwertkonzepten und unterstützen Werkstätten mit technischen Trainings und Beratung.

Interview: Alexander Junk |

Vita Dmitry Bakumenko

Dmitry Bakumenko startete seine Karriere als Berater (Senior Consultant) bei der Automotive-Beratung Wolk After Sales Experts. Nach fünf Jahren Beraterstätigkeit wechselte er zu Motul. Zunächst war er zuständig für den Export, darunter 14 Länder in Südosteuropa. Vor sieben Jahren baute Bakumenko dann in der Türkei eine Motul-Niederlassung als eigene Business Unit auf. Die Niederlassung startete mit einem Mitarbeiter und ist mittlerweile auf 23 Mitarbeiter angewachsen. Vor drei Jahren übernahm Bakumenko zusätzlich die Region Middle East mit zwölf Ländern. Zum 1. März 2024 wurde er zum Geschäftsführer Motul Deutschland ernannt.