



Matthias Jung

KENNISMAKEN MET MATTHIAS JUNG (AMS OSRAM)

'PASSIE NOOIT VERANDERD, DE MARKT WEL!'

Matthias Jung (global sales manager voor entertainmentverlichting) trad in 2007 in dienst bij ams OSRAM met als focus entertainmentverlichting, net toen hun belangrijkste producten zoals SharXS, Lok-it! en later SIRIUS HRI werden geïntroduceerd. Deze producten zijn vandaag de dag nog steeds leidend in de entertainmentsector.

Ik ben in 2007 bij OSRAM in dienst getreden als verkoopmanager voor de regio Azië-Pacific en West-Europa. met daarbij de verantwoordelijkheid voor de wereldwijde commerciële verkoop van projectielampen”, begint Matthias Jung zijn verhaal als we hem vragen naar zijn start bij OSRAM en waar zijn focus ligt, gezien de huidige marktomstandigheden. “Voordat ik bij OSRAM kwam, bekleedde ik verschillende verkoopfuncties in key-accountmanagement en business development voor prestigieuze mondiale handelsondernemingen. Het creëren van de hoogste lichtkwaliteit voor onze klanten en markten was de kern van de OSRAM bedrijfscultuur en dat is vandaag de dag nog steeds zo.”

PASSIE

In 2015 nam Jung de rol van global-salesmanager voor entertainmentproducten op zich. “Persoonlijk heb ik entertainmentverlichting altijd erg boeiend gevonden, omdat het erg klant-gedreven is en opereert in een nichemarkt met uiteenlopende behoeften voor theater, concerten, clubs en zelfs filmproductie. Het sloot ook perfect aan bij mijn hobby’s in muziek en concertbezoek”, geeft hij aan. “Mijn passie voor entertainmentverlichting is in al die jaren niet veranderd, maar de markt zeker wel! In de beginjaren bestond onze concurrentie duidelijk uit andere lampenfabrikanten. We concentreerden ons op het uitbreiden van ons productportfolio met hoogwaardige producten van de beste

kwaliteit om de nummer één positie in onze markten in te nemen.”

WERELDWIJDE FOCUS

De sterke familiemerken zoals Lok-it!, SharXS, SIRIUS HRI en XBO vormen samen met de sterke halogeenportfolio van ams OSRAM het bewijs van die focus, hard werken en toewijding aan de klant. Jung: “We hebben een wereldwijde focus gehouden om te zorgen voor sterke ontwikkelings- en verkoopteams in groeigebieden zoals China. Er viel natuurlijk veel te leren en het wakkerde mijn passie aan om de behoeften van onze diverse klanten te begrijpen en om die kennis terug te brengen naar onze ontwikkelingsteams.”

MISSIE

“Het is duidelijk dat LED-producten blijven groeien en een sterke rol blijven spelen op verschillende gebieden van entertainmentverlichting, met name op OEM-niveau”, gaat Jung verder. “We weten ook dat traditionele lampen nog steeds van cruciaal belang zijn voor onze klanten met veel vaste armaturen en moving heads, voor studio- en concertdoeleinden die nog steeds veel gebruikt worden met een aanzienlijke vraag naar vervangende lampen. Onze missie is dus nog steeds duidelijk; een nummer één-positie behouden in entertainmentlampen en onze klanten blijven ondersteunen met een breed portfolio om aan hun behoeften te voldoen.” ◀