

Interview mit Bruno Müller, CEO Müller Martini

Chancen der digitalen Transformation

Unter dem Motto „Driving the Digital Transformation“ präsentierte sich Müller Martini auf der drupa als kompetenter und zuverlässiger Partner rund um die Themen Smart Factory und Finishing 4.0. Den Besuchern wurde eindrucksvoll aufgezeigt, wie mithilfe der neuen SigmaLine Compact, dem neu entwickelten Klebender Antaro Digital und dem Schneidroboter Infini-Trim eine innovative Smart-Factory-Lösung für die industrielle Buchfertigung für eine wirtschaftliche Produktion von Kleinstauflagen bis zum individuellen Einzelbuch entsteht. Wir sprachen mit Bruno Müller, CEO Müller Martini, über die Herausforderungen des Marktes, aktuelle Trends der Branche und die tiefe Verbundenheit mit dem heimischen Produktionsstandort.

Wie zufrieden sind Sie mit der Resonanz der drupa 2024?

Für Müller Martini war der Messeauftritt überaus erfolgreich und wir haben uns sehr über die beeindruckende Resonanz der Besucher gefreut. Wir haben viele intensive Gespräche geführt und durchweg positive Rückmeldungen für unsere Lösungen erhalten. Dies zeigt, dass wir mit unserem drupa-Motto „Driving the Digital Transformation“ den richtigen Akzent für unseren Messeauftritt gewählt haben. Der Fokus unserer neuen Technologien lag primär im digitalen Bereich, und wir konnten den Besuchern eindrucksvoll demonstrieren, wie Müller Martini die digitale Transformation im Sinne seiner



Müller Martini CEO Bruno Müller zieht aufgrund zahlreicher Verkaufsabschlüsse, vielversprechender neuer Kundenkontakte und einer sehr guten Zusammenarbeit im Team eine rundum positive Bilanz des drupa-Auftritts.

Kunden umsetzt und verwirklicht. Obwohl der Digitaldruck in unserem Metier zunehmend relevanter wird, dürfen neben den digitalen Exponaten selbstverständlich die konventionellen Lösungen nicht fehlen. Wir haben viel Lob und positive Rückmeldungen für die gezeigten Lösungen erhalten und haben direkt vor Ort mehrere Vertragsabschlüsse realisiert. Darüber hinaus haben wir den Grundstein für zahlreiche weitere Investitionen gelegt. Daher sind wir sehr zufrieden mit dem Verlauf der Messe und sehen uns in unserer strategischen Ausrichtung bestätigt. Die drupa 2024 hat uns gezeigt, dass wir mit unseren Lösungen und Ansätzen optimal die Anforderungen unserer Kunden erfüllen.

Die drupa markiert von jeher einen sehr wichtigen Meilenstein und man darf die Bedeutung und die Strahlkraft dieser Leitmesse nicht unterschätzen. Sie beflügelt einerseits unsere Branche mit neuen Ideen und setzt wichtige Impulse, andererseits vermittelt sie ein positives Image unserer Branche nach außen.

Die Druck- und Weiterverarbeitungsbranche sieht sich nach wie vor mit großen Herausforderungen konfrontiert und ein Ende scheint nicht in Sicht.

Wie begegnet Müller Martini diesem anhaltenden Negativ-Trend?

Seit 2008 ist das Geschäft für uns anspruchsvoll und herausfordernd. Diese Zeit ist einerseits durch zahlreiche Anpassungen an den Markt gekennzeichnet und andererseits durch bedeutende Innovationen und neue Technologien geprägt, die man heute nutzen kann. Wir können uns jedoch nicht über mangelnde Arbeit beklagen. Sicherlich gab es Phasen, in denen mitunter der Auftragseingang auch uns zeitweilig Anlass zur Sorge gegeben hat. Doch diese wurden immer wieder von spannenden neuen Chancen abgelöst, die durch innovative Technologien und neue Anwendungsbereiche für unsere Lösungen entstanden sind. Entscheidend ist, diese Chancen auch zu nutzen!

Ich kann mich noch gut an die drupa 2008 erinnern, die für Müller Martini die größte und unter dem Verkaufaspekt die erfolgreichste Messe überhaupt verkörperte. Unmittelbar darauf folgte im September die Bankenkrise, die letztlich zu einer Beschleunigung der Veränderungen innerhalb der Druckbranche führte. Diese Veränderungen hätte es sicherlich auch ohne diesen markanten Einschnitt gegeben, aber deutlich langsamer. Die massiven und weitreichenden Veränderungen unse-

rer Branche wurden durch dieses Ereignis forciert und stellten uns alle vor große Herausforderungen. Da es immer wieder neue Optionen, neue Einflüsse und neue Technologien gibt, die es uns ermöglichen, effizienter, wirtschaftlicher und nachhaltiger zu produzieren, wird der Umstrukturierungsprozess in unserer Branche nie abgeschlossen. Unser Ziel ist es, auszuloten, wie wir diese Möglichkeiten im Sinne unserer Kunden nutzen können.

Trotz sinkender Stückzahlen und Auflagen dienen die voranschreitende Digitalisierung und die Transformation der Branche jedoch nicht dazu, das gedruckte Produkt vermehrt durch digitale Inhalte, die man am Bildschirm lesen kann, zu ersetzen. Ich bin nach wie vor überzeugt, dass ein gelesenes Druckprodukt – sei es ein Buch, ein Magazin oder auch nur ein Direktmail – eine andere Wertigkeit besitzt, als wenn man zum Lesen über einen Bildschirm wischt. Wir müssen die Digitalisierung jedoch im Sinne der Rentabilität und der Nachhaltigkeit dazu nutzen, den Druck auf Papier auf das zu begrenzen, was auch wirklich genutzt wird! Möglich wird dies durch ein präzises Drucken mit Blick auf die Stückzahl und unter Verzicht überflüssiger Inhalte. Hier besteht noch ein großes Optimierungspotenzial.

Mit dem Kauf von Hunkeler hat Müller Martini ein klares Statement zugunsten der Druck- und Weiterverarbeitungsbranche gesetzt. Wie schreitet die Integration voran und von welchen Synergien profitieren Sie seither?

Unsere Zusammenarbeit hat vom ersten Tag an sehr gut funktioniert. Wir haben seit 1946 viel in diese Branche investiert und uns in den letzten Jahren, als der Markt anfang, sich in eine andere Richtung zu bewegen und die Volumen abnehmen, überlegt, was dies für uns als Müller Martini bedeutet. Wir haben uns konsequent an den wandelnden Bedürfnissen des Marktes ausgerichtet, indem wir unser Sortiment entsprechend angepasst haben. Wir haben bereits sehr früh erkannt, welchen Einfluss die Digitaldrucktechnologie auf die Herstellung von gedruckten Produkten nehmen würde und haben schnell begriffen, was dies in letzter Konsequenz für die Logistik in einem Druckunternehmen

bedeutet. Wenn man die Möglichkeit hat, ein Buch in einem Durchgang von der ersten bis zur letzten Seite zu drucken, dann hat das logistische Einflüsse und ermöglicht es, deutlich gezielter zu drucken und die Inhalte präzise an den Endkunden anzupassen. Darauf haben wir unsere Systeme ausgerichtet. Zunächst ist dieser Trend jedoch sehr langsam angelaufen und hat erst in den letzten Jahren Fahrt aufgenommen. Da im Umfeld der Digitaldruckmaschinen neben Büchern und Magazinen auch zahlreiche weitere Produkte hergestellt werden – darunter Direktmails, Poster, Postkarten, Pharmabepackzettel – und wir festgestellt haben, dass das Sortiment von Hunkeler immer näher an unser Angebot heranreicht und es sehr gut zu unserer strategischen Ausrichtung passt, haben wir uns zu einer Zusammenführung entschlossen. Müller Martini mit Hunkeler als Mitglied unserer Gruppe bietet vielfältige Weiterverarbeitungs-Möglichkeiten für Druckmedien jeder Art und ein breites, zukunftssicheres Lösungsportfolio. Zudem sind die beiden Unternehmen nur vier Kilometer entfernt voneinander und in der Region zwei der größten Arbeitgeber. Daher war es sehr naheliegend, diese Chance zu nutzen, beide Firmen zusammenzuführen und auf globale Marktchancen auszurichten. Sowohl Müller Martini als auch Hunkeler sind sehr innovative Firmen und starke Brands, mit sehr erfahrenen, loyalen Mitarbeitenden. Dies gibt uns die Möglichkeit, künftig noch innovativer und noch schneller mit neuen Lösungen in den Markt zu treten und unsere Kunden bei all seinen vielfältigen Herausforderungen und Ansprüchen zu unterstützen.

Wir werden die Stärken beider Firmen nutzen, und Hunkeler wird als eigener Brand weitergeführt. Ebenso werden die Hunkeler Innovationdays selbstverständlich als sehr wichtiger Meilenstein fortgesetzt. Auch der Hunkeler-Vertriebskanal mit seinen jeweiligen Druck- und Finishing-Partnern wird so weitergeführt, wie es in der Vergangenheit der Fall war. Derzeit befinden wir uns inmitten des Integrationsprozesses. Da die Kulturen beider Familienunternehmen sehr ähnlich sind und beide Seiten davon überzeugt sind,

dass wir einen sinnvollen, zukunfts-trächtigen Weg eingeschlagen haben, schreitet die Integration sehr erfolgreich voran.

Welche konkreten Lösungen aus dem Hause Müller Martini und Hunkeler konnten die Besucher in Düsseldorf erleben?

Wir haben unseren Messeauftritt dazu genutzt, unsere Vorreiterschaft in Sachen Smart Factory zu unterstreichen und haben unsere Expertise hierbei mit hoch automatisierten Systemen unter Beweis gestellt. Vor einigen Monaten haben wir unser Portfolio an digitalen Buchblockproduktions-Systemen um die SigmaLine Compact erweitert. Auf der drupa haben wir gezeigt, wie aus drei separaten Systemen – der neuen SigmaLine Compact, dem neu entwickelten Klebebinder Antaro Digital und dem Schneidroboter InfiniTrim – eine revolutionäre Smart-Factory-Lösung für die industrielle Buchfertigung realisiert werden kann. In dieser Kombination entsteht auf kleinstem Raum eine smarte Lösung für die wirtschaftliche Produktion von Kleinstauflagen bis zum individuellen Einzelbuch mit bis zu 2.000 Exemplaren pro Stunde. Der Schlüssel für eine effiziente Produktion in der Smart Factory ist jedoch der Workflow. Mit Connex, unserem skalierbaren Workflow-System, können unsere Kunden wählen, welche Bausteine sie benötigen, und es ist mit seinen zahlreichen Modulen ein entscheidender Treiber für die digitale Transformation.

Darüber hinaus haben wir zum ersten Mal eine Kombination aus dem Starbook Sheetfolder von Hunkeler und dem Klebebinder Vareo PRO von Müller Martini vorgeführt. Die Besucher lobten die nahtlose Integration und die vielfältigen Möglichkeiten, die sich durch diese Kombination ergeben. Der digitale Bogendruck hat deutlich an Gewicht gewonnen, daher zeigten sich die Besucher besonders für neue Lösungsansätze offen, die den digitalen Druckprozess effizienter und flexibler gestalten. Die Kombination aus dem Starbook Sheetfolder und dem Vareo PRO war ein herausragendes Beispiel hierfür.

Herr Müller, wir danken Ihnen vielmals für das interessante Gespräch!