



MÜLLER MARTINI

Der gemeinsame Fokus liegt auf der «Smart Factory»

Ende 2023 übernahm *Müller Martini* – für viele überraschend – den «Wettbewerber» *Hunkeler*. Beide arbeiten im Segment der Druckweiterverarbeitung, wobei sich *Hunkeler* jedoch immer mit dem Begriff Paper Processing abgegrenzt hat. Wir haben mit dem nun gemeinsamen CEO BRUNO MÜLLER über die Hintergründe und Perspektiven gesprochen, die sich aus der Übernahme ergeben. So viel vorweg – die Zusammenarbeit ist positiv angelaufen.

Von Knud Wassermann

Die Übernahme von *Hunkeler* durch *Müller Martini* im Dezember 2023 kam doch etwas überraschend. Können Sie uns die Hintergründe dazu erläutern?

BRUNO MÜLLER: Es gab und gibt viele Argumente, die dafür gesprochen haben und noch sprechen. Das fängt bei der gemeinsamen Historie der Gründerfamilien und der geografischen Nähe der Unternehmen an.

HANS MÜLLER, der Gründer von *Müller Martini*, hatte, bevor er sich selbstständig machte, sogar für *Hunkeler* gearbeitet. Die persönlichen Kontakte wurden über all die Jahre und Generationen hinweg gepflegt. Und auch viele Mitarbeiter kennen sich seit Jahren persönlich, was für den Start in die Projektarbeit sehr hilfreich war.

Sozusagen ein «perfect Match»?

Ich denke schon, denn beide Unternehmen legen ihren Fokus auf die Smart Factory. Ziel ist es, Kleinauflagen bis hin zum Einzelexemplar wirtschaftlich zu produzieren. Sowohl *Hunkeler* als auch *Müller Martini* verfolgen ähnliche Entwicklungsstrategien – darauf aufbauend war die Übernahme sinnvoll. Die Überlappungen im Produkt-Portfolio sind eher überschaubar, dennoch sind Synergieeffekte vorhanden.

Wie schätzen Sie die Entwicklung im Transaktionsdruck mittelfristig ein, in dem Hunkeler über eine sehr starke Präsenz verfügt?

Hunkeler ist breit aufgestellt. Das reicht von grafischen Anwendungen über Direct Mailings bis zu Pharma-Applikationen. Transpromo ist ein wichtiges Segment, in dem wir bisher nicht tätig waren. Es ist eine gute Ergänzung für das gemeinsame Produkt-Portfolio. Wenn man den Auguren glauben kann, ist Transpromo zwar ein rückläufiger, aber nach wie vor grosser Markt. Zusätzlich sind die Komponenten auch in anderen Anwendungsgebieten einsetzbar.

Erwarten Sie sich durch die Übernahme auch einen besseren Zugang zum Digitaldruck-Markt?

Davon gehen wir aus, da *Hunkeler* den Markt schon sehr lange intensiv bearbeitet und über einen sehr gu-

ten Zugang zu den einzelnen Herstellern verfügt. Dieser Marktzugang wurde in den vergangenen Jahren auch für das *Müller-Martini*-Produktesortiment immer wichtiger. Deshalb wollen wir die Partnerschaft mit allen Herstellern von Digitaldruckmaschinen weiter ausbauen.

Wie hat der Markt – und vor allem wie haben die Kunden – auf die Übernahme reagiert?

Durchaus positiv, da beide Unternehmen schon in der Vergangenheit zusammengearbeitet haben und die strategische Ausrichtung für Kunden nachvollziehbar ist. Aber auch die Mitarbeiter haben den Schritt verstanden. Wir haben zwar noch viel Arbeit vor uns, aber die Ausgangslage ist sehr positiv und die Zusammenarbeit genauso positiv angelaufen.

Bleibt der Name Hunkeler erhalten?

Die Marke *Hunkeler* bleibt erhalten, sie ist weltweit etabliert und dies auch in Kundensegmenten, wo *Müller Martini* nicht über einen entsprechenden Bekanntheitsgrad verfügt. Wir werden die Geschäfte so ausrichten, dass sie jene von *Müller Martini* sinnvoll ergänzen können.

>



Schule für Gestaltung Zürich

Weiterbildungsmöglichkeiten in der grafischen Branche ab Sommer 2024

Media Producer/in

August 2024 bis Januar 2026

Betriebsfachmann/fachfrau Druck- und Verpackungstechnologie

August 2024 bis Januar 2026

HF Interaction Design

August 2024 bis Juli 2027

HF Produkt Design

August 2024 bis Juli 2027

Jetzt informieren und anmelden!
www.sfgz.ch

Schule für Gestaltung Zürich
Ausstellungsstrasse 104
8005 Zürich
044 446 97 77

Auch die *Hunkeler Innovation Days* werden im bekannten Rahmen durchgeführt. Das Konzept ist erfolgreich und international etabliert.

Der Termin vom 24. bis zum 27. Februar im nächsten Jahr steht. Der Event wird auch wie bisher in Luzern stattfinden. Wir werden nach der *drupa 2024* einen weiteren tollen Event erleben.

Welche Synergien ergeben sich im Vertrieb?

Natürlich gibt es vertriebsseitig Chancen, da wir als *Müller Martini* in vielen Ländern mit eigenen lokalen Organisationen vertreten sind. *Hunkeler* bespielt verschiedene Kanäle, die wir als *Müller Martini* ebenfalls nutzen wollen.

Wird die Übernahme schon auf der kommenden drupa sichtbar sein?

Wir mussten das Rad ja nicht komplett neu erfinden, da die Zusammenarbeit ohnehin schon sichtbar ist. Vor einer *Müller-Martini*-Maschine stehen ja schon seit längerer Zeit des Öfteren Abrollungen oder Querschneider von *Hunkeler*.

«Trends sind sinkende Volumen, individuelle Inhalte und nicht zuletzt eine möglichst lokale Produktion».

Die Messeauftritte beider Unternehmen waren natürlich schon aufgegleist, aber die Besucher werden eine Weltneuheit von *Hunkeler* in Kombination mit einem Klebebander von *Müller Martini* zu sehen bekommen. Darüber hinaus werden wir einen *Connex*-Workflow präsentieren, in den Maschinen von *Hunkeler* integriert sind.

Wird Connex in Zukunft der Workflow für das gesamte Produkt-Portfolio sein?

Wir haben die Workflow-Lösungen von *Hunkeler* und *Müller Martini* miteinander verglichen. Dabei haben wir festgestellt, dass der *Connex*-Workflow in seiner Funktionalität umfassender ist als die Lösungen von *Hunkeler*. Immerhin stecken in *Connex* 20 Jahre Entwicklungsarbeit.

Der *Hunkeler*-Workflow hat aber auch seine Stärken, etwa bei der Qualitätskontrolle oder bei der Produktverfolgung. Die haben wir in *Connex* integriert. *Connex* wird der Produktname für alle Workflow-Entwicklungen. Teile aus dem *Hunkeler*-Workflow werden wir darin wiederfinden.

Wo wird Müller Martini in fünf Jahren stehen?

Die Trends, die wir unabhängig von den Segmenten sehen, sind ein sinkendes Druckvolumen sowie individualisierte Inhalte mit einer möglichst lokalen Pro-

duktion und einer hohen Qualität des Endprodukts. Gedruckte Produkte, wenn sie werthaltig sind, werden auch in zehn und mehr Jahren noch gefragt sein. Wichtig ist es, diese betriebswirtschaftlich herzustellen. Es wird zwar noch grosse Volumen geben, aber die wesentlichen Chancen liegen in Klein- und Kleinstauflagen.

Damit Geld zu verdienen, darin liegt die Herausforderung. Für die Zukunft stelle ich mir ein Gesamtsystem vor, das unabhängig von der Art des Finishing vollautomatisch mit voller Variabilität und minimalem Personaleinsatz absolut zuverlässig Produkte herstellen kann. In dieser Vision sehen wir noch beträchtliches Potenzial.

Und erst mit der Digitalisierung der Produktion wird das möglich?

Absolut. Die Digitalisierung ist der Schlüssel, um solche Ansätze in der Produktion umzusetzen. Im *Connex*-Workflow können wir alle Parameter entlang der Fertigungslinie berücksichtigen, sodass wir am Schluss ein perfektes Produkt erhalten. Die zum Einsatz kommenden Maschinen müssen genau diese Flexibilität in der laufenden Produktion abbilden können. Da sind wir auf einem guten Weg, um in der Praxis wirtschaftliche Lösungen zu etablieren.

Im Rahmen einer On-Demand-Produktion müssen aber auch andere Themen in die Gesamtbetrachtung mit einfließen. Dazu gehören etwa der Wegfall der Lagerhaltung und die Entsorgung von Druckprodukten. Hier liegt ein grosses Einsparungspotenzial. Der Buchmarkt, aber auch andere Marktsegmente wie Transpromo oder Direct Mailing sind für solche Produktionsszenarien prädestiniert.

Ist das nicht auch ein Verkaufsproblem, wenn sich die Branche zu sehr auf den Druck fokussiert und andere Faktoren bei der Kostenbetrachtung vernachlässigt?

Es ist ein Thema, das schon über 20 Jahre lang diskutiert wird. Anfangs schleppend, über die Jahre hat es etwas an Fahrt aufgenommen, und in den letzten Monaten sehen wir, dass das Thema im Markt auf breiter Front angekommen ist. Die USA übernehmen hier eine Vorreiterrolle – gerade in der digitalen Buchproduktion, aber Europa und Asien werden nachziehen. Der Trend zur digitalen Produktion spiegelt sich auch in unseren Auftragsbüchern wider, was aber nicht heissen soll, dass wir unser konventionelles Portfolio vernachlässigen und nicht weiterentwickeln werden. Ganz im Gegenteil, denn darauf entfallen nach wie vor etwa 50 Prozent unseres Umsatzes. Mit der Übernahme von *Hunkeler* wird sich der Trend in Richtung digital jedoch beschleunigen.

Herr Müller, danke für das Gespräch!



Museum Enter in Derendingen SO

*In der Enter Technikwelt Solothurn wird analoge
und digitale Technikgeschichte lebendig.*

Samstag, 22. Juni 2024

Am 22. Juni besuchen wir das im Dezember 2023 neu eröffnete Museum, ein Ort der analogen und digitalen Technik. Einzigartige Sammlungen machen die rasante Entwicklung von den Anfängen bis zur Gegenwart für alle Generationen erlebbar. In einem ersten Teil findet eine fachkundige Führung statt, anschliessend kann der Ort nach eigenen Vorstellungen und Schwerpunkten erkundet und vertieft werden.

Viele Ausstellungstücke des ehemaligen Gutenberg Museums Fribourg haben hier einen neuen Platz gefunden. Dieser Tempel der Technik bietet eine faszinierende Zeitreise durch nationale und internationale Errungenschaften. Zu sehen sind unzählige Exponate, viele in Grossserie produziert, sind heute Kult, andere Wegweiser der Technik konnten sich nicht durchsetzen. Aber auch Sonder-Einzelanfertigungen aus Elektronik, Informatik, Kommunikationstechnik und filmreife Fahrzeuge, die in Kinofilmen Starrollen spielten, sind zu bestaunen. Von Gutenberg und dem ersten Schweizer Radiostudio über unzählige Kameras bis hin zu den neusten Erfindungen: In der Enter Technikwelt wird analoge und digitale Technikgeschichte lebendig.

Ort:

Enter Technikwelt Solothurn
Stiftung Enter
Gewerbstrasse 4
4552 Derendingen
www.enter.ch

Datum:

Samstag, 22. Juni 2024
11.00 Uhr Eintreffen
11.30 Uhr Führung

**Preise (Eintritt inklusive
Führung):**

Mitglieder, Partnermitglieder
sowie je 1 Begleitperson:
CHF 30.– pro Person
Nichtmitglieder:
CHF 45.– pro Person

Anmeldeschluss:

Freitag, 14. Juni 2024

Es gilt die Reihenfolge der Anmeldung.
Programmänderungen vorbehalten. Die
Haftung wird ausgeschlossen. Die
Annullationsversicherung ist Sache der Teil-
nehmer. Mit der Anmeldung wird dem
Veranstalter die Erlaubnis erteilt, wäh-
rend dem Anlass Foto- und Filmaufnah-
men zu machen und diese Aufnahmen
im Zusammenhang mit der Veranstal-
tung für die Öffentlichkeitsarbeit und
die Dokumentation, analog und digital,
zu verwenden. Bei unangemeldetem
Nichterscheinen (No-Shows) werden die
Kosten verrechnet.



22. Juni 2024, Besuch der Enter Technikwelt Solothurn in Derendingen SO

Name / Vorname

Beruf / Funktion

Mitgliedschaft GFZ dpsuisse VSD LGB BBZB

Telefon

E-Mail

Korrespondenzadresse Rechnungsadresse (wenn abweichend von Korrespondenzadresse)

Firma

Strasse / Postfach

PLZ / Ort

Anmeldung auch unter www.gfz.ch

Anmeldeschluss: **14. Juni 2024**