



Von Hans-Georg Wenke

Rentabilität nach dem Druck

PostPress-Anbieter Müller Martini mit klarer Produkt- und Effizienz-Strategie:
»Komplexe Produktionen brauchen den sicheren Prozess«

INTERVIEW



In Buchbinderei oder Ausrüsterei wird oft gebastelt und improvisiert. Dieser Eindruck

aus der Vergangenheit ist sicher nicht falsch, vor allem in Bezug auf die umgekehrte Proportion zur Betriebsgröße. Seit Jahrzehnten ist Müller Martini – Systemanbieter mit ultra-breiter Produktpalette – erfolgreich, nach dem Druck für verlässliche und stabile Produktionsverhältnisse zu sorgen und damit jedes Improvisieren überflüssig zu machen. Mit einzelnen Aggregaten und mit kompletten Straßen, mit speziellen Geräten oder mit maßgeschneiderten Integrationslösungen im Mailroom hinter den mächtigen Zeitungsrotationen.

Müller Martini Vorstandsmitglied Hans Peter Sutter: »Automatisierung und funktionelle Stabilisierung ermöglichen den Anwendern ein Höchstmaß an produktiver Flexibilisierung.« Frei übersetzt: Wenn man sich auf die Maschinen und Prozesse verlassen kann, kann man sich voll und ganz auf das Produkt und die Produktion konzentrieren.

Gespür für den Markt

Und deshalb ist die Entwicklungs-, Implementierungs- und Produktstrategie von Müller Martini ein Weg, der von drei Faktoren bestimmt wird:

Erstens Innovationskraft im Sinne neuer Möglichkeiten, stabil hoher Produktionskapazität und – wo und wenn machbar – uniquer Funktionalität. Zweitens von den Anforderungen, die sich in der täglichen Praxis der Kunden stellen, die sich aus den Veränderungen ergeben, die Kunden auf ihren Märkten erfahren oder anstreben. Und drittens vom Grad der Möglichkeit, völlig Neues in die durchgängige Produktphilosophie einzufügen.

Und zudem wird dieser Weg von einem vierten Faktor bestimmt, der eben jenes Gespür für Markt und Rentabilität bedeutet, der zur Gradwanderung zwischen totaler Flexibilität und verlässlicher Konstanz wird, der aber sowohl dem Maschinenbauer Müller Martini wie auch dessen Kunden wirtschaftlich zum Erfolg verhilft. Nämlich dem richti-



gen Zeitpunkt der Einführung von Neuerungen oder dem Angehen von Veränderungen. Nicht jedem Impuls nachgeben auf der einen Seite, aber auch nicht zu lange warten, bis sich Probleme stauen. Bislang, so Hans Peter Sutter, sei dies gelungen. Durch konsequentes Innovationsmanagement und keineswegs nur durch Anleihen auf das sprichwörtliche Glück des Tüchtigen.

Höchst unterschiedliche Bedingungen

Maschinen, Systeme, Lösungen, die auf den Markt kommen, müssen vier Bedingungen erfüllen, damit sie dem Stil des Hauses Müller Martini entsprechen, erläutert das für Gesamtmarketing und den Produktionsbereich Mailroom zuständige Vorstandsmitglied Hans Peter Sutter.

Längst sieht Müller Martini den gesamten Produktionsbereich der Weiterverarbeitung (PostPress) als einen strategischen Erfolgsfaktor für Druckereien jeder Größe und Auftragsstruktur an. Vorstandsmitglied Hans Peter Sutter, zuständig für Marketing und den Produktionsbereich Mailroom, spricht gar von der Printlogistik als dem Mittelpunkt eines zukunftsorientierten Dienstleistungsbetriebes in der Printindustrie.



An erster Stelle stehen für den Anwender tiefe Lifecycle-costs. Und das schließt die Gesamtkosten der Lebensdauer ebenso ein wie niedrige Stückkosten in der jeweiligen Fertigung.

Zweitens müssen angebotene, ausgelieferte Lösungen – egal wie komplex – einen extrem hohen Grad an Verfügbarkeit haben. Das heißt, sie sollen ausfallsicher sein, jederzeit verlässlich und verfügbar auch unter Bedingungen extremer Höchstbelastung. Oder sie müssen zumindest – durch eine Mischung aus Bauweise, Ersatzteilversorgung und Servicefreundlichkeit – sehr schnell reparierbar sein, falls doch einmal irgendwo – Technik ist Technik – etwas den Dienst versagt.

Drittens, denn schließlich liefert man weltweit in praktisch alle Länder und in Produktionsumgebungen, die höchst unterschiedlichen Standard haben können, muss die Bedienbarkeit der Systeme und Maschinen so einfach wie möglich sein. Was meistens heißt, dass Einstellungen, Überwachungen, Steuerungen, Funktionen innerhalb von Maschinen einen hohen Autonomiegrad haben. Sie sind also, so weit es geht, automatisch.

Der vierte Punkt ist eine Art Generalstrategie: Sowohl Kosten, Energieverbrauch als auch Lärmemissionen müssen gemessen an Vorgängeraggregaten stets sinken, sonst stellen sie im Verständnis von Müller Martini keinen Fortschritt dar.

Zu einzelnen Aggregaten von Müller Martini gibt es immer Gegenstücke und Alternativen der Wettbewerber. Die Art, wie Systeme zu Online-Straßen zusammengefügt werden, ist nicht einzigartig. Doch in der Vielfalt, der Bandbreite, der Variabilität, mit der ein einzelner Hersteller die Produktionsstufen »nach dem Druck« abdeckt, ist in dieser Form einzigartig. Man muss klar sehen, dass der Markt Müller Martini zu dem Unternehmen gemacht hat, was es heute ist. Die Akzeptanz der Schweizer Lösungen ist hoch, die Konstanz, mit der sich die Kundenlisten weiterentwickelt haben, ist beredt. Die Sympathie, die der Hersteller weltweit genießt, kommt nicht von ungefähr.

Einer der Erfolgsfaktoren ist, dass die Produktphilosophie verständlich und stimmig zugleich ist. Nicht einzelne Tüftler, denen mal ein großer Wurf gelungen ist, bestimmen die Produktcharakteristik, sondern eine kontinuierliche Innovationsstrategie, die Technik stets als Basis betrachtet, um qualitative Stabilität mit Rentabilität auch unter extremen Belastungen zu erreichen. Dabei sind die »Traditionalisten« aus Zofingen extrem modern, wenn es um Maschinenbau geht: vollelektronisiertes Schwermetall, das HighTech-Präzision mit Dauerbelastbarkeit verbindet. Und die auf Marktführerschaft konzentrierten Manager sind diszipliniert genug, Effekthascherei zu widerstehen und Solidität nicht durch Spektakuläres um seiner selbst willen aufs Spiel zu setzen. Weil Müller Martini die »Arbeitstiere« unter den Buchbinderei-Maschinen nicht weiter zu entwickeln vergisst, weil die scheinbar »banalen« Anforderungen des Ausrüsterei-Alltags ebenso präzise und robust bedient werden wie die supermonströsen Jahrhundert-Projekte in Versand-räumen weltbekannter Verlagshäuser, die wie ein Designer-Anzug maßgeschneidert werden können, konnte sich am Platz Zofingen ein Know-how ansammeln und verdichten, das aus sich heraus immer neue Kompetenz gebiert.

Insofern zählt Müller Martini zu den festen Größen in der ansonsten in Bewegung geratenen Welt der grafischen Zulieferindustrie. Und man kann ziemlich sicher sein, dass das Unternehmen auch in überschaubarer Zukunft so etwas wie eine Konstante sein wird, die die jeweilige Hochleistungsklasse definiert und zugleich realisiert. Insofern kann man die einzelnen Lösungen aus dem Hause bestaunen, aber die Gesamtleistung über Jahrzehnte hinweg darf durchaus auch bewundert werden.

Denn jetzt schon ist klar, was Müller Martini auch bei der übernächsten drupa zeigen will und wird: das maximal Machbare zu optimal realistischen Konditionen.

hgw

Kennzeichen Vielfalt

Kennzeichnend für Müller Martini-Produkte (und das sind immer sowohl Einzelaggregate aus Standard-Baureihen als auch funktionstypische Einzelanfertigungen wie beispielsweise Mailroom-Lösungen an Rotationsmaschinen oder zu ganzen Straßen und Systemen zusammengefügte Online-Ketten verschiedener Einzelaggregate unter anderem in der Bücherfertigung) ist das Wechselspiel von Automatisierung und der Konzentration auf Papier als den Werkstoff, um den sich alles dreht. Beides bildet die Voraussetzung dafür, das Papier nach dem Drucken zu verändern, zu gestalten und gebrauchsfertig zu machen.

Daher grenzt sich das Produktportfolio praktisch wie von selbst »nach unten« ab. Die Einsatzbereiche konzentrieren sich auf die professionelle grafische Industrie. Bei Büroumgebungen oder die kleineren Bereiche des Digitaldrucks hat das Familienunternehmen aus Zofingen keine Ambitionen: »Wir liefern Weiterentwicklungen automatisierter Maschinen, die Profis ermöglichen, rentabler und vielfältiger zu produzieren und gleichzeitig Qualität und Zuverlässigkeit in extrem hohe Grade hinein zu stabilisieren.«

Und das, unter anderem, verträgt sich eben nicht mit »Bastel-Mentalität« in der Ausrüsterei. »Mit dem sequentiellen Denken sollte es vorbei sein«, rät Hans Peter Sutter.



»Integration – Lösungen von A bis Z« überschreibt Müller Martini seine Messepräsenz in Halle 14. Neuheiten aus den Konzernbereichen Druckverarbeitungs-Systeme, Buchbinde-Systeme, Hartdecken-Systeme, Versand-Systeme, OnDemand-Solutions und Druckmaschinen werden den Messebesucher in den Bann ziehen. Denn Müller Martini setzt mit richtungsweisenden Konzepten auf die Zukunft. Dabei wird der Digitaldruck eben so wenig ausgeklammert wie die Vernetzung von Weiterverarbeitungssystemen per JDF.

Als Weltpremiere präsentiert Müller Martini auf der drupa mit der »SigmaLine« die erste vollintegrierte Gesamtlösung für Book on Demand – von den Daten der Vorstufe über den Digitaldruck bis zum fertigen, klebegebundenen oder sammelgehefteten Produkt. Mit dieser Neuheit setzt Müller Martini einen Meilenstein für die Herstellung von Printmedien im Kleinauflagenbereich. Und wagt sich damit als erster PostPress-Hersteller auch an den Inhalt einer Drucksache.

Hans Peter Sutter ist sich sicher, dass die neue Book-on-Demand-Lösung »den Anspruch verdient, Maßstäbe zu setzen. Denn wir wollen nicht einzelne Bücher fertigen, sondern große Mengen an Büchern, die Stück für Stück individualisierten Inhalts sind oder sein können. Viele Unikate in Serie, nicht gelegentlich Einzelprodukte.«



wird: eine Buchfertigungslinie inklusive Drucksystem. Und das ist fast eine Revolution. Denn erstmals wagt sich ein PostPress-Anbieter bis ans RIP vor und liefert ein geschlossenes All-in-one-System.

Freilich keins, das in die Nische einer Hausdruckerei oder den Kellerraum eines überschaubaren Bürogebäudes passen würde. Müller Martini stellt ein System vor, das industrielle Dimensionen und Umgebungen erfordert. Dann jedoch, so Hans Peter Sutter, »sicherlich den Anspruch verdient, Maßstäbe zu setzen. Denn wir wollen nicht einzelne Bücher fertigen, sondern Mengen an Büchern, die Stück für Stück individualisierten Inhalts sind oder sein können. Viele Unikate in Serie, nicht gelegentlich Einzelprodukte.«

»Integrierte Fertigung im PostPress ist ja längst Realität. Insofern verlagern sich auch die Anforderungen an die Bediener und die Organisationsformen. Je mehr Automatik in den Systemen vorhanden ist, desto mehr verlagert sich die Steuerung und intelligente Nutzung der Systeme in die Auftragsvorbereitung und Disposition.«

Erfolgsfaktor Printlogistik

Müller Martini ist aktives Mitglied im CIP4-Konsortium, stattet sämtliche zukünftigen Maschinen, soweit machbar, mit JDF-Kompatibilität aus, fördert und installiert »CIM«, computer-integrated manufacturing, also die rechner- und netzba-

sierte Produktionssteuerung der Aggregate, im Solo-Betrieb ebenso wie zu online-Straßen konfiguriert. Längst sieht Müller Martini den gesamten Produktionsbereich PostPress als einen strategischen Erfolgsfaktor für Druckereien jeder Größe und Auftragsstruktur und spricht von der Printlogistik als dem Mittelpunkt erfolgsversprechender Dienstleistungsbetriebe.

Mit Nachdruck weist Hans Peter Sutter auf den entscheidenden Faktor hin: »Automatisierungsprozesse bedingen in fast allen Fällen für den Investor beachtliche Initialkosten. Daher muss es uns als Lieferanten in Zusammenarbeit mit dem jeweiligen Anwender gelingen, eine maximale Anpassung an die gegebenen

Bedürfnisse, Ansprüche und Einsatzbereiche zu erreichen. Je intensiver die Vorbereitungen, desto ertragsreicher das Ergebnis.«

Dazu gehört eben, dass Müller Martini »hellwach und proaktiv Märkte und Trends erkennt und analysiert«, in Maschinen, Systeme und Lösungen umsetzt, die dem heute üblichen Baukasten-Prinzip entsprechen und demzufolge multipel kombinierbar sind und gleichzeitig Materialflüsse installieren können, die sowohl stabil wie flexibel sind.

Große Mengen einzelner Bücher

Eine Neuerung aus dem Hause ist eine komplette Book-on-Demand-Straße, die zur drupa präsentiert

Die Individualisierung als Mengengeschäft, davon sprechen die Digitaldrucker schon lange und etliche Installationen dieser Art gibt es bereits. Doch jetzt eben hält Müller Martini den Zeitpunkt für richtig, diese Produktionsmöglichkeit massiv dem Markt anzubieten. Was vor Jahren wie ein irrziges Kuriosum klang, dass der Buchbinder nun auch selbst der Buch-Drucker und sogar der Daten-Separator der Büchermacher sein könnte und sein würde, ist jetzt ab drupa aus dem Hause Müller Martini vom Stand weg kaufbar. »Wir sind zuversichtlich, dass unsere Lösung den Markt anregen wird«, ist sich Hans Peter Sutter sicher.

» www.mullermartini.com

