

# „Heutzutage braucht es einfach intelligente Kooperationen“

**MASCHINENBAU** ■ Unter der neuen Geschäftsführung hat der Schwarzwälder Maschinenbauer MB Bäuerle einige Veränderungen vorgenommen. Das Unternehmen, das in erster Linie mit seinen Falz- und Kuvertiermaschinen am Markt vertreten ist, setzt verstärkt auf IT-Kompetenz und Kooperationen im Digitaldruckbereich. Darüber hinaus streckt man die Fühler in neue Märkte aus. Offenbar mit Erfolg, wie der aktuelle Auftragsbestand zeigt.

■ „Wir haben sicherlich eine bewegte Geschichte hinter uns.“ So fasst Dieter Busenhart die vergangenen vier Jahre des Falzmaschinenherstellers MB Bäuerle (St. Georgen), dessen Hauptgesellschafter er ist, zusammen. Seit Oktober ist er zudem alleiniger Geschäftsführer des Unternehmens. Mit seiner Aussage bezieht sich der 57-Jährige auf die Insolvenz, aus der sich die Schwarzwälder 2013 erfolgreich befreit haben. Positiv sei vor allem der aktuelle Auftragsbestand, der inzwischen auf das Doppelte von 2013 angestiegen sei.

**VON DER MASSE IN DIE NISCHE.** „Auf der anderen Seite befinden wir uns natürlich in einem äußerst kompetitiven Markt ...“, stellt Dieter Busenhart fest. Für das Unternehmen MB Bäuer-

Integration von Kamerasystemen zum Auslesen verschiedener Codes, Lichtschranken, Zuführ- und Abgangssystemen – alles ebenfalls eingebunden in die kundenspezifische IT. „Entscheidend ist, dass die Schnittstellen passen.“

Seine Kunden verortet der Geschäftsführer nicht mehr zwingend nur in den klassischen Druckereien oder Buchbindereien. So seien die Maschinen aus dem Schwarzwald beispielsweise häufig in den Logistikzentren dieser Welt gefragt. „Wenn der Logistiker ein Produkt verpackt, muss er oftmals noch eine Bedienungsanleitung mit einlegen, die dann auf Bedarf produziert wird. Und da sind wir dann dabei“, erklärt Busenhart. „Da gibt es dann eine Broschüre mit fünf, die nächste mit zehn Seiten, dann wieder eine mit sie-

## KOOPERATIONEN IM DIGITALDRUCKBEREICH.

Viel interessanter als die großen Formate sei für MB Bäuerle die Verarbeitung aus dem Digitaldruck heraus – inline oder offline, je nachdem. Das ist es auch, was das Unternehmen auf der Drupa gezeigt hat. Zwar ohne eigenen Stand, dafür aber als Partner für verschiedene Digitaldruckmaschinenhersteller, mit denen man zusammenarbeitet. Für Busenhart sind diese Kooperationen eine Win-Win-Situation: Mit den Systemen, die wir anbieten und für die Märkte, in denen wir uns bewegen, sind die Digitaldruckmaschinenhersteller für uns sehr wichtig. Und wir sind ein interessanter Partner für diese Firmen. Heutzutage braucht es einfach intelligente Kooperationen.“ Marketingleiter Matthias Siegel ergänzt:



Dieter Busenhart, MB-Bäuerle-Mehrheitsgesellschafter und -Geschäftsführer, sieht das Unternehmen in einem kompetitiven Markt gut aufgestellt.



Marketingleiter Matthias Siegel stellt ein Umdenken bei den Kunden fest: Die Weiterverarbeitung rücke stärker in den Fokus.

le, das ursprünglich aus dem Massengeschäft kommt, bedeutet dies, dass man sich nun gewissermaßen neu positionieren und sich eine eigene Nische suchen muss. „Wir sind inzwischen vor allem im Hightech-Bereich zuhause“, meint Busenhart. „Also in dem Bereich, in dem es vor allem um kundenindividuelle Anpassungen und Entwicklungen geht.“

Das Falzen sei bei diesen customized Aufträgen nur noch ein Teil der Anforderung. Immer wichtiger dagegen sei die Integration in bestehende Workflowumgebungen. Hinzu komme die

ben. Unsere Falzwerke stellen sich on the fly darauf ein.“

In der grafischen Industrie wiederum produzieren mittlerweile viele der großen Onlinedrucker ihre Broschüren auf den 52er-Falzmaschinen aus dem Hause MB Bäuerle, wobei vor allem die Kombination mit der Inline-Rillfunktion gefragt sei. Vor diesem Hintergrund sieht Busenhart auch keine Veranlassung, den Formatbereich der Falzmaschinen zu vergrößern und beispielsweise in den B1-Bereich vorzustoßen. „Das ist nicht unser Markt. Da wollen wir nicht hin.“

„Die Kunden verstehen mehr und mehr, dass man eigentlich erst einmal die Nachverarbeitung betrachten muss, dass man den Weg zur Druckmaschine sozusagen rückwärts gehen muss.“

Es gehe also längst nicht mehr darum, einfach nur Falzmaschinen zu verkaufen. Die Kunden mit ihren immer spezielleren und individuelleren Anforderungen benötigen Systemlösungen, bei denen die Systeme verschiedenster Hersteller ohne Reibungsverluste miteinander kommunizieren müssen. Und das ist weniger eine Frage des Maschinenbaus als vielmehr einer sauber aufge-



**Man muss den Weg zur Druckmaschine sozusagen rückwärts gehen.**

Matthias Siegel, Marketingleiter MB Bäuerle.

setzten IT. Aus diesem Grund verfügen die Schwarzwälder inzwischen über eine IT-Entwicklungsabteilung, die so groß ist wie das Pendant für die entsprechende Hardware.

**KUVERTIEREN.** Dieses Know-how sitzt samt und sonders am Standort St. Georgen. Dort wird programmiert und mit einer Fertigungstiefe von rund 70 Prozent die Hardware produziert. Nur 30 Prozent werden zugekauft. Das gilt sowohl für den Falzmaschinenbereich als auch für das zweite Standbein des Unternehmens, die Kuvertiermaschinen. Und auch in diesem Bereich geht

es nicht zuletzt um eine lückenlose Eingliederung der Kuvertiersysteme in den bestehenden Workflow des jeweiligen Kunden. Hier geht es um eine fehlerfreie Zuordnung von Kuvert und Inhalt, Fehlertoleranz: Null Prozent. „Sie wären auch nicht begeistert, wenn Ihr Kollege Ihre Gehaltsabrechnung bekommt.“ Insofern gehören integrierte Kamera- und Monitoringsysteme auch hier zum Standard.

Die Kunden, die MB Bäuerle mit seinen Systemen beliefert, sind vor allem Dienstleister sowie Banken und Versicherungen, also äußerst sensible Branchen. Allerdings, so Busenhart, sei auch in diesen Bereichen ein Trend zum Outsourcen der Druck- und Verarbeitungstätigkeit zu erkennen. Auch Werbeversender zählen laut Busenhart zu den Kunden, von denen man 2016 einige habe beliefern dürfen.

**LEAFLET-FOLDING.** Ein weiterer Bereich, den MB Bäuerle für sich als möglichen Wachstumsmarkt erkoren hat, ist die Herstellung von Packungsbeilagen, so genannten Leaflets. Hier profitiert man von dem nach wie vor wachsenden Verpackungsmarkt sowie dem boomenden Gesundheitsbereich. Dementsprechend nimmt für das Schwarzwälder Unternehmen die Fachmesse Interpack an Bedeutung zu, wo man sich als Lösungsanbieter für die Leaflet-Produktion in Szene setzt. Ebenso war das Unternehmen auch

## ZUR PERSON

### Dieter Busenhart (57)

Vor seiner Tätigkeit bei MB Bäuerle (St. Georgen) war der Schweizer Dieter Busenhart unter anderen in verschiedenen Führungspositionen bei der Swiss Post sowie als Verkaufsberater bei IBM in Zürich tätig. Seit 1993 ist er CEO der Unternehmensberatung KMU Ratgeber AG (CH-Effretikon). Seit Oktober 2015 ist er sowohl Mehrheitsgesellschafter als auch alleiniger Geschäftsführer von MB Bäuerle mit aktuell 115 Mitarbeitern.

auf internationalen Messen präsent, bei dem es unter anderem um das Thema Kartonieren ging.

Alles in allem sieht Dieter Busenhart das Unternehmen sehr gut aufgestellt. Man habe auch intern alle Hausaufgaben erledigt und die haus-eigenen IT-Systeme umgestellt, womit sich beispielsweise die Angebotserstellung deutlich beschleunigen lässt. Auch komplexe Projekte ließen sich nun schnell und effizient abbilden, ebenso funktioniere die Integration von einem Angebot zur Website, zu Videos, Fotos und den zugehörigen technischen Datenblättern. „Ich glaube, wir sind da auf einem guten Weg.“

Martina Reinhardt

# MKM Media investiert in Mailingmodule von MB Bäuerle

■ Der im brandenburgischen Stahnsdorf beheimatete Medien-Dienstleister MKM Media Verlags- und Medienproduktionsgesellschaft mbH & Co. KG hat seinen Maschinenpark um mehrere Systemmodule für die Mailingproduktion aus dem Hause MB Bäuerle erweitert. Seit einigen Jahren produzierte MKM auf einer halbautomatischen Falzmaschine CAS 52 mit Leimsystem von MB Bäuerle. Da man den Markt der Selfmailer noch stärker bedienen möchte, galt es, in diesem Bereich aufzustoßen.

So investierte das Unternehmen in die beiden MB-Falzwerke der Baureihe Prestige-Fold Net 52 sowie das Schneidmodul CM 52. Die beiden Falzwerke verfügen über eine Einrichtautomatik, welche die Einstellung aller wichtigen Komponenten steuert. Ausgehend vom Planformat, der gewählten Falzart und der Papierdicke errechnet die Computersteuerung die Position der verschiedenen Stellelemente.

Eine Besonderheit der Module ist, dass diese mit anderen Modulen kombiniert und angeordnet werden können. Hierfür ist zum Beispiel der Flachstapelanleger als mobile Variante und mit eigener Steuerung konzipiert. Ebenso verfügen beide Falzwerke über eine eigene Steuerung. Das Schneidmodul CM 52 ist fahrbar, so dass es in jeder Position an Falzmaschinen und anderen Systemen eingesetzt werden kann. Die Perforiermesser werden in der Regel für Kopf-, Rücken- oder Abrissperforationen genutzt. Für



Die beiden MKM-Geschäftsführer Thomas Müller (re.) und Sören Patz (li.) zusammen mit Harald Schöning (MB Bäuerle Service, Region Ost).

das Trennen in Mehrfachnutzen, für Streifenausschnitt und Randbeschnitt stehen Kreismesser und Gegenmesser zur Verfügung.

MKM Media ist aktiv im Bereich Dialogmarketing. Darüber hinaus bietet das Unternehmen das Leistungsspektrum eines klassischen Lettershops vom Druck, über die Personalisierung bis zur Übergabe an die Deutsche Post.

Unter [www.selfmailer.com](http://www.selfmailer.com) wurde zudem ein Portal für Print-Mailings geschaffen. Zum Portfolio zählen unter anderem individualisierte,



Das Produktportfolio umfasst unter anderem Kartenmailings, Werbebriefe, Selfmailer oder aufmerksamkeitsstarke Premium-Mailer.

personalisierte oder auch serialisierte Mailings. Ein weiteres Standbein stellt die Bildpersonalisierung dar. Das Portal [www.bildpersonalisierung.com](http://www.bildpersonalisierung.com) bietet dafür ein Sortiment an personalisierten Kalendern wie Tischkalender, Wandkalender, Kalenderboxen, Kalender mit Zusatzfunktion wie Notizfelder, 3-Monats-Übersicht oder Kalender mit abtrennbarer Postkarte.