



Beim Rundgang durch die Fertigung von Münchenstein: Roland Tanner, Managing Director der Müller AG Verpackungen (l.), und Christian Reinau, CEO Müller Group. Foto: Nicole Pont

Der Weg eines Familienunternehmens zum grossen Player

125-Jahr-Jubiläum Die Erfolgsgeschichte von Müller Verpackungen setzt sich heute bereits in der fünften Generation fort. Grund genug für einen Besuch in der Zentrale in Münchenstein.

Dorothea Gängel

Die Geschichte der Müller AG Verpackungen begann im Jahre 1897 mit der Firmengründung durch das Ehepaar Rudolf und Elisabeth Müller-Thommen und der Einstellung des ersten Mitarbeiters. Heute ist daraus eine Unternehmensgruppe entstanden, die 120 Millionen Franken Umsatz pro Jahr macht und 400 Mitarbeitende an verschiedenen Standorten in der Schweiz und in Deutschland beschäftigt. Viel ist in den 125 Jahren passiert, eines hat sich nicht verändert: Das Unternehmen ist nach wie vor in Familienhand.

Wachstum dank Chemie- und Pharmabranche

«Die Familie Müller lebt das Unternehmen effektiv seit 125 Jahren», sagt Christian Reinau, CEO der Müller Group. «Auch jetzt in der fünften Generation hat man alle in den Nachfolgeprozess involviert, und nach und nach hat sich herauskristallisiert, wer Interesse hat», ergänzt Roland Tanner, Managing Director der Müller AG Verpackungen. In der sechsten Generation könnten wieder weibliche Hände das Ruder übernehmen – wie ganz zu Anfang der Unternehmensgeschichte. Vier Mädchen sind am Heranwachsen, ein fünftes ist soeben zur Welt gekommen und ein weiteres hat sich angekündigt.

Angefangen hat alles mit dem schnellen Wachstum der chemischen Industrie in Basel in den 1910er-Jahren und der damit verbundenen grossen Nachfrage nach Verpackungen. Dieses Po-

«In der Schweiz haben wir keinen direkten Mitkonkurrenten.»

Christian Reinau
CEO Müller Group

tenzial erkannte einst Ernst Müller, der Sohn des Gründerhepaares, und begann mit der Produktion von Weissblechbüchsen. Die Kapazitäten wurden rasch ausgebaut, 1922, also vor genau 100 Jahren, wurde im Werk in Münchenstein die erste Automatisierungsphase eingeleitet.

Ein weiterer wichtiger Pfeiler, die Pharmaindustrie, kam rasch hinzu. In den 60er-Jahren eröffnete man ein Werk in Rheinfelden, das sich auf die Produktion von Spezialanfertigungen, einer Kombination aus Serienproduktion und traditioneller Handwerkskunst, fokussierte. Im gleichen Jahrzehnt ging in Muttenz das dritte Werk auf, das sich auf die Herstellung von Kanistern und Formteilen aus Kunststoff spezialisierte.

«Es sind immer wieder neue Branchen dazugekommen wie Mineralöl, Lebensmittel, Kosmetik, Farben und Lacke», sagt Reinau. «Und damit neue Kunden mit neuen Anforderungen.» Das Fass, das heute mehrheitlich aus Stahl besteht, sei aber nach wie vor das Hauptstandbein und ma-

che 50 Prozent der Gesamtproduktion aus. Das erklärte Ziel für die Zukunft sei, dass die drei heute bestehenden Geschäftsbereiche gleichwertig nebeneinander existierten und sich gegenseitig ausbalancierten.

Im Jahr 2009 erfolgte mit der Anschaffung von Robotern für die Gebindeproduktion der erste grosse Automatisierungsschritt. Auf Kosten von Mitarbeitern? «Nein», entgegnet Tanner: «Wir haben damit den Ausstoss in den letzten 10 bis 15 Jahren mit gleich vielen Mitarbeitern wesentlich erhöhen können.» So ginge die Umstellung einer Produktionslinie inklusive Werkzeugwechsel, die früher eine Stunde gedauert habe, heute innerhalb von 15 Minuten. «Das erhöht die Auslastung und die Effizienz enorm und senkt letztlich den Preis pro Stück», sagt Tanner.

Alle Produktionsschritte auf einer Ebene

Der jüngste Automatisierungsprozess fand 2019 statt mit dem Umbau des Gebäudes in Münchenstein und der Anschaffung einer vollautomatischen Stanzanlage. «Damit haben wir den Schritt hin zu einer kompletten Lean-Fertigung geschafft», verkündet Tanner mit Stolz. Vom Stanzen über das Waschen der Teile, die Lackierung sowie die Fertigstellung der Fässer und die Verladung auf Paletten – sämtliche Produktionsschritte finden seitdem auf einer Ebene und in einem Gebäude statt, ganz ohne lange Transportwege. Diese Investition sei eine wichtige Etappe und entscheidend zur Positionierung gegenüber der Konkurrenz.

«In der Schweiz haben wir keinen direkten Mitkonkurrenten, unsere Wettbewerber sitzen in Europa», sagt Reinau. Müller Verpackungen müsse täglich beweisen, dass man im Hinblick auf Qualität und Service besser sei. Weite Strecken legen die Fässer keine zurück. «Der Fassmarkt ist ein lokaler Markt», so Tanner. Zwar gingen 40 Prozent in den Export, doch letztlich bestünden die Fässer aus viel Luft und seien relativ günstig. Da fielen lange Transportwege überproportional stark ins Gewicht. Es seien lediglich die speziellen Produkte, teils kundenspezifische Anfertigungen, die in den globalen Markt exportiert würden.

Der aktuelle Konflikt in der Ukraine hat bis heute noch keine gravierenden Auswirkungen auf das Unternehmen. «Im Gegensatz zu einigen unserer Konkurrenten beziehen wir den Stahl

nicht aus dem jetzt stillgelegten Werk in Mariupol», sagt Tanner. Kritisch seien die stark gestiegenen Rohstoffpreise. Die Stahl- und Holzpreise hätten sich mehr als verdoppelt – diesen Anstieg müsse man mittelfristig auf das Endprodukt umlegen.

Einbindung der Mitarbeiter ist eine Herzenssache

Mit Blick auf die nächsten 10 Jahre stehen einige Themen an. «Wir sind in Indien ein Joint Venture eingegangen. Dort bauen wir eine Fassproduktion auf, ähnlich wie die in Münchenstein, um den indischen Markt zu bedienen», sagt Reinau. Auslöser sei gewesen, dass einige der bestehenden europäischen Kunden die Produktion nach Indien verlagert hätten und man diese vor Ort bedienen wolle. Ein weiteres Thema sei die Digitalisierung, ganz aktuell in den Bereichen Cyberkriminalität und Prozessoptimierung.

«Dann liegt uns die Einbindung der Mitarbeiter in die Prozesse und deren Weiterbildung am Herzen», sagt Reinau. In gewissen Berufsgruppen sei es schwierig geworden, Mitarbeiter zu finden. «Wir bilden daher selbst aus, doch leider können wir nicht alle unsere Lehrstellen besetzen», bedauert er. Zwei weitere wichtige Themen für die Zukunft seien Nachhaltigkeit und Energieeffizienz. «Wir haben das Budget erhalten, auf fast allen von unseren Werksdächern Fotovoltaikanlagen anzubringen», freut sich Reinau. Einig sind sich Reinau und Tanner darin: Das Unternehmen soll weiterwachsen, so wie in den letzten 125 Jahren.

Die Aktivitäten zum Jubiläum

- Jubiläumstafeln rund ums Betriebsgelände in Münchenstein mit Wettbewerb
 - Aktuell: Mal- und Bastelwettbewerb «Rund ums Fass» für Primarschulen und Familien
 - 18. Juni: Tag der offenen Türen mit der ersten Gewinnziehung des Jubiläumstafeln-Wettbewerbs
 - Oktober: Eröffnung des Vitaparcours Münchenstein mit Sponsoring der Müller AG Verpackungen
 - Dezember: Zweite Gewinnziehung des Jubiläumstafeln-Wettbewerbs
- Eine Übersicht finden Sie unter: www.mueller-group.com/125.html