



Wagner präsentierte auf der PaintExpo in Karlsruhe zahlreiche Neuheiten, unter anderem neue Hubtürme mit Servo-Antrieben und neue Automatikpistolen.

Langfristige Strategien trotz Krisenmarathon

Michael Müller, Geschäftsführer der J. Wagner GmbH berichtet über seine Ziele und Herausforderungen

Die mo sprach auf der Messe mit Michael Müller über den Erfolg der PaintExpo, die Zukunft von Präsenzmessen, welche Ansätze es für mehr Digitalisierung in der Oberflächenbranche gibt und welche Strategien helfen, die jüngsten Krisen erfolgreich zu überwinden.

mo: Herr Müller, Sie haben im Mai 2018 ihre Stelle angetreten und nicht einmal zwei Jahre später brach die Corona-Pandemie über die Welt herein. Inwieweit hat diese Entwicklung ihre Pläne beeinflusst?

Müller: Auf die Strategien hatte das inhaltlich keine Auswirkungen. Denn es wäre ja nicht zielführend, wenn man unternehmerische Strategien nach kurzfristigen Inzidenzen gestalten würde. Die Entwicklung war mehr ein Katalysator und Beschleuniger, der dazu geführt hat,

dass wir einiges von dem, was wir ohnehin vorhatten, wesentlich schneller umgesetzt haben.

mo: Wie haben Sie als Geschäftsführer im Allgemeinen die Auswirkungen der Pandemie auf die Branche und Ihre Kunden wahrgenommen?

Müller: Selbstverständlich hat sich die Investitionsbereitschaft in den Branchen, denen es schlecht ging, deutlich reduziert. Dazu gehörte auch die

Automobilindustrie. Das hat sich für uns deutlich ausgewirkt. Bei Investitionsgütern mit hohem Wert, wie dem Anlagenbereich, war es zudem sehr schwierig, mit den stark reduzierten Kundenkontakten ein sinnvolles Engineering umzusetzen. Allerdings lief alles, was in der Wagner Group zum Heimwerkerbereich zählt, sehr gut – viele hatten in der Pandemie einfach mehr Zeit, um ihr Haus zu verschönern. Wir haben das Glück, dass wir sowohl im Heim- und Handwerk als auch im Industriebereich über ein umfassendes Portfolio verfügen.

mo: Zwei Jahre Pandemie bedeuteten auch zwei Jahre ohne größere Messeveranstaltungen und zeitweilig extrem erschwerte Kundenkontakte. Wie hat ihr Unternehmen diese Probleme bewältigt?

Müller: Wir haben Wege gefunden, um dennoch mit unseren Kunden in engem Kontakt zu bleiben. Zum Beispiel haben wir unsere Anwendungsversuche zügig digitalisiert und können diese nun mit Mixed Reality anbieten. Mit der Microsoft HoloLens können unsere Anwendungstechniker den Versuch live zum Kunden

übertragen. Dieser sieht alle Vorgänge direkt aus den Augen des Anwendungsspezialisten. Mit Hilfe von Hologrammen können außerdem bestimmte Bauteile oder Vorgänge optisch hervorgehoben werden. Dadurch entsteht eine Situation, die sich beinahe so unmittelbar anfühlt, als würde man im Technikum direkt neben der Kabine stehen.

mo: *Inwieweit werden solche Mixed-Reality-Sitzungen reale Termine vor Ort künftig ersetzen?*

Müller: Das ist erst der Anfang – dieser Bereich wird sich kontinuierlich bei uns weiterentwickeln. Solche virtuellen Versuche werden sicherlich einen Teil der normalen Versuchstätigkeit ersetzen und den Reiseaufwand reduzieren helfen. Wir haben bereits viele Versuche für internationale Kunden gemacht, zum Beispiel in den USA, und konnten daraus auch Aufträge generieren.

mo: *Werden digitale Formate künftig Präsenzmessen in größerem Umfang als bisher Konkurrenz machen?*

Müller: Die heutige Technologie ist noch nicht in der Lage, konkurrenzfähig zu aktuellen Präsenzmesskonzepten zu sein. Bisher fehlt das assoziative Element, das die Anwesenheit vor Ort bietet. Denn der Grund einer Messe ist das Netzwerken und das findet auf digitaler Ebene einfach nicht ausreichend und in der notwendigen Bandbreite statt. Digitale Konzepte sind bisher noch sehr produktbezogen. Allerdings darf man das Thema nicht unterschätzen, in dem Moment wo man sich tatsächlich in einem virtuellen Raum als Avatar gegenüber stehen und begegnen kann, gewinnt das ganze buchstäblich eine neue Dimension.

mo: *Wie bewerten Sie die diesjährige PaintExpo, sowohl in Bezug auf die Aussteller, als auch bezüglich der Besucher und Kontaktqualität?*

Müller: Ich bin sehr zufrieden, denn sowohl vom Besucherverkehr als auch von der Anzahl der Kontakte haben wir schon am zweiten Messetag mehr erreicht als vor vier Jahren während der gesamten Zeit.

mo: *Wie bewerten Sie den neuen Messeveranstalter und den Wechsel in der Messeleitung?*

Müller: Wir hatten schon ein sehr gutes Gespräch mit dem Geschäftsführer der Leipziger Messe, der sich mit seinem Team persönlich vorgestellt hat. Trotz alledem verläuft eine solche Übergabe nie

ganz verlustfrei und manches muss sich in der Übergabe und Zusammenarbeit zwischen der Messe Leipzig als Planer und der Karlsruher Messe als ausführendem Organ noch einspielen. Positiv hat sich sicherlich ausgewirkt, dass die Ansprechpartner zumindest in Teilen die gleichen geblieben sind.

mo: *Welche technologischen Entwicklungen wurden in den letzten Jahren in Ihrem Hause vorangetrieben und was sind diesbezüglich Ihre persönlichen Ausstellungshighlights?*

Müller: Wir haben vor vier Jahren zunächst ausgesuchten Kunden unser IPS Beschichtungszentrum vorgestellt, das inzwischen erfolgreich in den Markt eingeführt wurde und in der Stückzahl auch sehr gut im Vergleich zu den normalen Midrange- Pulverzentren läuft. Persönlich begeistert mich unser neuer Achsturm, der über die flexibelste und anpassungsfähigste Mechanik verfügt. So können die Pistolen in Z-Richtung auch den Abstand untereinander ändern und sich je nach Werkstück individuell positionieren. Auch haben wir eine komplett neue Pistolengeneration für Bewegungseinheiten und Roboteranwendungen.

mo: *Was gibt es Neues im Nasslackbereich?*

Müller: Im Liquidbereich steht das Thema Komplett-Lösung im Fokus vieler Anwendungen. Deshalb stehen vollständig montierte Anlagen von 2K bis 4K hier am Stand. Auch haben wir die Produkte über die gesamte Wagner Gruppe harmonisiert, sodass es nun wesentlich mehr Optionen für die Kunden gibt. Auf der PaintExpo stellen wir zum ersten Mal unsere neue Glocke mit Außenaufladung als Highlight auf der Messe vor, mit der man sehr gut wasserbasierte Lacke verarbeiten kann. Außerdem präsentieren wir auf der Messe erstmals unsere Wagner Academy.

mo: *Warum baut Wagner eine eigene Akademie auf?*

Müller: Wir verkaufen unsere Produkte weltweit über Systemhäuser und Integratoren und müssen dafür sorgen, das Schulungs- und Know-How-Level aufrecht zu erhalten. Aus diesem Grund bauen wir ein Wissensmanagement auf, sowohl für unsere Mitarbeiter als auch für Kunden und strategische Partner. Unsere Schulungen vermitteln das nötige Theorie- und Praxiswissen, um Anwender in der Bedienung unserer Anlagen optimal auszubilden. Das

Unser Gesprächspartner:



Michael Müller,
Geschäftsführer
der J. Wagner GmbH

Seit Mai 2018 ist
Michael Müller
im Vorstand
der Wagner

Gruppe und Geschäftsführer der J. Wagner GmbH. Als Leiter der Division Industrial Solutions verantwortet er gleichzeitig das internationale Industriegeschäft. Zuvor leitete Michael Müller drei Gesellschaften der Wittenstein Gruppe. Zuletzt war er Geschäftsführer der Wittenstein alpha GmbH, einem führenden Unternehmen im Segment mechatronischer Antriebstechnik. Der diplomierte Mechatronik-Ingenieur mit internationalem Hintergrund war unter anderem in den Bereichen Entwicklung, Produktmanagement und internationaler Vertrieb tätig.

reduziert die Fehlerquote und steigert die Produktivität.

mo: *Welche Rolle spielt die Digitalisierung im Bereich der Anlagensteuerung?*

Müller: Mit Coatify bieten wir eine IoT-Plattform, die dem Thema und der Produktivitätssteigerung Rechnung trägt. Das bieten wir inzwischen standardmäßig für neue Pulveranlagen an. Allerdings ist unser System auch rückwärts kompatibel mit bereits installierten Anlagen, sodass Nachrüstungen möglich sind. Bisher ist das ein Alleinstellungsmerkmal. Mit Coatify geben wir den Kunden ein Werkzeug in die Hand, um den eigenen Prozess wirksam zu optimieren und stets im Blick zu haben, unabhängig davon, wo man sich befindet.

mo: *Gerade als wir das Gefühl hatten, wir bekommen die Corona-Pandemie in den Griff, folgte der Überfall auf die Ukraine – und löste heftige Turbulenzen aus. Welche Rolle spielen diese Entwicklungen für Ihre Strategien und Ziele?*

Müller: Es geht um zwei Effekte, die weltweit eine Rolle spielen, zum einen der Ukraine-Konflikt und die damit verbundene humanitäre Katastrophe. Das führt natürlich dazu, dass westeuropäische Hersteller sich mit Investitionen nahe der russischen Grenze eher zurückhalten werden. Das sehen wir bereits deutlich bei

der Zurückhaltung der Geschäfte in Osteuropa bei Investitionsgütern und größeren Anlagen. Das bezieht sich jedoch nicht nur auf direkte Anrainerstaaten, sondern auf ganz Osteuropa. Der zweite Effekt, der massiv zum Tragen kommen wird, sind die Auswirkungen der Lockdowns in China. Das China-Geschäft ist aktuell tot. Wir haben in Shanghai über unsere lokale Geschäftsführung die Nahrungsmittelversorgung der Mitarbeiter sichern müssen – und das war nur über Preise möglich, die eine normale chinesische Familie nicht aufbringen kann. Der gigantische Stau allerdings, der sich in sämtlichen Wertschöpfungsketten entwickeln wird, weil der größte Containerhafen der Welt für viele Wochen außer Gefecht war, lässt sich auch für Experten nur erahnen.

mo: Was ist Ihre Einschätzung zu den Entwicklungen bei den Energiepreisen und deren Folgen auf die Kriterien derjenigen, die Neuinvestitionen planen?

Müller: Das Energiekostenthema ist brandaktuell, auch wenn wir das schon seit längerem über das Energieeffizienzpaket für unsere Anlagen adressieren. Auch unsere Bewegungsachsen arbeiten nur noch mit Servo-Antriebstechnik, die wesentlich kompakter gebaut und energieeffizienter ist, als übliche Asynchron-Antriebstechnik. Auch im Bereich der Absaugung ermöglichen wir durch die Optimierung der Luftführung und Luftströmung deutliche Einsparungen.

mo: Gibt es für die entsprechenden Maßnahmen auch Förderungen aus dem Umweltministerium?

Müller: Es gibt zum Beispiel aus dem Umwelt-Innovations-Programm (UIP) Mittel des Umweltministeriums im siebenstelligen Bereich, die nicht zurückgezahlt werden müssen. Um das zu ermöglichen, bieten wir eine Dokumentation an, die nachweist, dass das, was eingesetzt wird, höchste Energieeffizienz und Einsparungsmöglichkeiten bietet, die weit über das hinausgehen, was der übliche Marktstandard ist. Das entwickeln wir in vielen Facetten immer weiter. Noch dazu betrachten wir zunehmend auch die Fragestellung, was ein Produkt während seines Betriebes beim Kunden an Ressourcen verbraucht. Das sind holistische Betrachtungen, die Konsequenzen auf unsere zukünftige Produktentwicklung haben.

mo: Betrachten Anwender bei Investitionsentscheidungen die Lifecycle-Kosten in ausreichendem Maße?

Müller: Tendenziell betrachten leider nach wie vor viele die Investitionssumme als ausschlaggebendes Kriterium, ohne zu bedenken, dass es eine Frage der Zeit ist, bis eine technologisch schlechter aufgestellte Anlage ihren Invest-Vorteil wieder verbraucht hat. Und ab diesem Zeitpunkt verbrennt sie für den Rest ihrer Laufzeit Geld. Unsere Argumentation zielt darauf ab, über die Laufzeit einer Anlage deutlich mehr Betriebskosten einzusparen,

als im initialen Invest ausgegeben werden musste. Darin sehen wir die Daseinsberechtigung eines Technologieführers und füllen diese Rolle nach Kräften aus.

mo: Welche Auswirkungen erwarten Sie von den aktuellen Entwicklungen auf Ihr Geschäftsfeld?

Müller: Die nächsten Monate und auch wahrscheinlich nächsten zwei Jahre werden auf jeden Fall herausfordernd und vieles hängt davon ab, wie wir und der Rest der Welt mit der Lieferkrise umgehen können. Die aktuellen Auswirkungen lassen sich nur durch eine gute Planung ansatzweise kompensieren. Deshalb haben wir in der Rohmaterialversorgung von Anfang an vorausschauend disponiert, sodass wir immer genügend Material im Vorlauf haben. Die aktuellen globalen Decoupling-Szenarien werden dazu führen, dass sich Wertschöpfungsketten nicht mehr primär an niedrigsten Herstellungskosten orientieren, sondern auch an der Lieferzuverlässigkeit und Qualität, selbst wenn das dann einen höheren Preis nach sich zieht. Ich denke, dass sich in diesem Zusammenhang in Osteuropa einiges tun wird und auch Regionen, die bisher bei der Zuwanderung von Industrie relativ schlecht weggekommen sind, wie zum Beispiel Spanien und Portugal, eine Renaissance erfahren werden. Denn dort gibt es gut ausgebildete Leute und eine hohe Arbeitslosigkeit. Insgesamt werden sich die Wertschöpfungsketten auch im Bereich der Konsumgüter neu organisieren und auch die Lage der Firmensitze werden sich verschieben. Für Westeuropa ist das eine Chance, in welchem Ausmaß das aber zum Tragen kommt, wird sich zeigen.

mo: Welche Trends sehen Sie aktuell im Bereich der Oberflächentechnik?

Müller: Bei der Digitalisierung und Intelligenz der Anlagen wird sich einiges tun, genauso bei der Predictive Maintenance. Im Beschichtungsbereich war bisher die Applikationstechnik der Taktgeber und die Senkung von Schichtdicken und Materialverbrauch standen im Fokus. Zukünftig wird es immer wichtiger werden, wie die Inhaltsstoffe des Lackes und dessen Herstellung noch nachhaltiger werden können. Die sich dadurch möglicherweise ergebenden Veränderungen bei den Verarbeitungseigenschaften müssen wir dann als Applikationshersteller ausgleichen, ohne dass es zu Qualitätsverlusten kommt. Aber vieles ist hier eher ein evolutionärer als ein revolutionärer Prozess. CB



Auf ihrem Messestand zeigte die J. Wagner GmbH unter anderem typische Anwendungsbeispiele aus der Nasslackbeschichtung, darunter auch flexible und hocheffiziente Roboterlösungen.