



DR. MÜLLER
DIAMANTMETALL



**Führungsteam der Dr. Müller Diamantmetall AG:
Martin Unteregger, Michael Schulze, Marcus Kanis**

Schleifen ist mehr als eine Wissenschaft, Schleifen ist eine Kunst...

Nur einen Steinwurf vom Starnberger See entfernt liegt die Dr. Müller Diamantmetall AG. Eigentlich ist es eine Manufaktur, wie man sie aus der schweizer Uhrenindustrie kennt – Präzision in allen Bereichen. Dabei agiert die Dr. Müller Diamantmetall AG wie ein Großkonzern mit einem straffen Prozessmanagement, eigener Softwareentwicklung zur Steuerung des Unternehmens und einem extrem eingeschworenen Managementteam. Vertretungen der Dr. Müller Diamantmetall AG findet man rund um den Erdball. Produziert werden die kunstharz-, metall- und keramisch gebundenen Werkzeuge jedoch in Oberbayern – und das nicht ohne Stolz!

_____ von Katja Dümpert



Seit 2003 hat Michel Schulze die Unternehmensnachfolge angetreten. Er liebt die Extreme und mag alles andere als Routine in seinem Leben. Er sprüht vor Begeisterung, feilt stets an seinen neuen Ideen und überzeugt durch seine Beharrlichkeit und Schaffensfreude. Er selbst bezeichnet sich als kreativen (Charakter)-

Kopf und als Mensch voller Visionen, der gerne in alle Richtungen denkt. Wahrscheinlich sind das auch jene Wesenszüge, die es ihm als Geschäftsführer und Inhaber der Dr. Müller Diamantmetall AG ermöglichen, das Familienunternehmen in dritter Generation so zu führen, dass es sich im globalen Wettbewerb

sicher behaupten kann. Zusammen mit seinem Führungsteam Herrn Kanis und Herrn Unteregger verrät er in einem Interview, wie wichtig der Generationswechsel für die Dr. Müller Diamantmetall AG gewesen ist und wohin die Reise des Diamant- und cBN-Werzeugherstellers zukünftig gehen soll.



Luftbildaufnahme der Dr. Müller Diamantmetall AG

DIAMOND BUSINESS: Aus welcher Idee heraus ist die Dr. Müller Diamantmetall AG entstanden?

Michael Schulze: 1920 fing mein Großvater an, Diamantwerkzeuge herzustellen. Er hatte seinen Doktor in Physik und experimentierte vor allem in der optischen Industrie, um Werkzeuge zu entwickeln. Bald brachte er auch das Patent für die erste metallgebundene Schleifscheibe auf den Markt. Damit war der Grundstein für das Familienunternehmen gelegt.

Dr. Wilhelm Müller war 1935 der Unternehmensgründer in Berlin. Er hat an verschiedenen Patenten, nicht nur im Werkzeugbereich, gearbeitet. Findet man bei der Dr. Müller Diamantmetall AG auch heute noch so etwas wie einen Pioniergeist?

Wir haben mittlerweile mehr als 138000 verschiedene Artikel, die per Knopfdruck produziert werden können, in unserem EDV-System gespeichert und haben es uns zum Ziel gesetzt, für unsere Kunden das bestmögliche Ergebnis aus der Schleifscheibe herauszuholen. Nur durch Erfahrung, eine eigene F & E Abteilung und eine gesunde Portion Pioniergeist können wir unsere Kunden langfristig überzeugen.

Wenn Sie die Entwicklungen auf den nationalen/internationalen Märkten beobachten, was bereitet Ihnen hier den meisten Kummer?

Kummer ist vielleicht das falsche Wort. Wir beobachten derzeit stark die Entwicklungen auf dem asiatischen Markt. Diese Länder nutzen einen Faktor den wir nicht schlagen können - den Kostenfaktor „Personal“. Letztendlich werden dort nur ca. 1/3 der europäischen Löhne bezahlt. Hinzu kommt ein flexiblerer Arbeitsmarkt, durch welchen asiatische Unternehmen schneller auf Schwankungen des Marktes reagieren können. Aber auch hier haben wir unser Unternehmen in den letzten 1,5 Jahren zusammen mit unseren Mitarbeitern durch Ausschöpfung aller Möglichkeiten wesentlich „wendiger“ gemacht. Wir wissen uns durch ständige „Bewegung“ sowie Innovation, kontinuierlich hohe Qualität und schnelle Lieferung zu behaupten.

Wo liegt das Kerngeschäft der Dr. Müller Diamantmetall AG?

Unser Produktportfolio ist recht umfangreich. Die größten Umsätze generieren wir jedoch durch kunstharz-, metall- und keramisch gebundene Werkzeuge. Natürlich liefern wir auch galvanisch gebundene Werkzeuge und

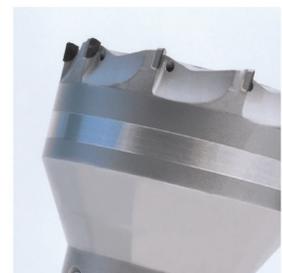
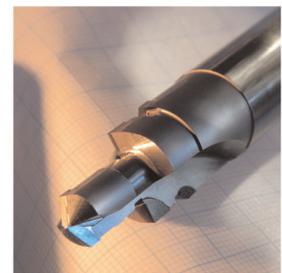
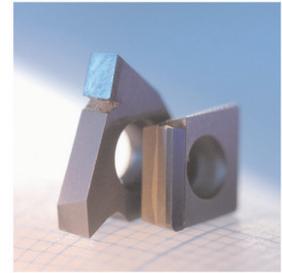
sind in der Lage unsere Kunden mit dem kompletten Spektrum für die Hochpräzisionsindustrie zu versorgen. Der Anteil der Hybrid-Werkzeuge, eine Mischung aus metallgebundener und kunstharzgebundener Bindung, nimmt in den letzten Jahren auf Grund steigender Nachfrage rasant zu.

Mit welchen Produkten ist das Unternehmen „groß“ geworden?

„Groß“ geworden ist die Dr. Müller Diamantmetall AG durch die Kunstharzbindung, den Werkzeugbau und der Werkzeugindustrie.

In welchen Bereichen ist die Dr. Müller Diamantmetall AG besonders leistungsstark und innovativ?

Unser Leitspruch: „engineering on demand“ bringt es auf den Punkt. Wir bieten dem Kunden die beste Lösung durch kundenbezogene Produktentwicklung für seine Prozesse. Das setzt natürlich eine präzise Beratungstätigkeit voraus. Daneben haben wir eine hohe Qualitätsanforderung an uns selbst, hier geht es nicht nur um das Produkt an sich. Unser Qualitätsanspruch beginnt bereits beim ersten Kontakt, z.B. dem Telefonat mit unserem Empfang, ferner geht es um den Anspruch eines jeden Mitarbeiters an sich selbst und endet bei einer hundertprozentigen Endkontrolle aller auszuliefernden Produkte. Der Kunde will sich vor allem auch im After-Sales-Bereich hervorragend technisch betreut wissen. Um mit dem Kunden auf Augenhöhe technische Lösungen zu entwickeln, haben wir unseren Außendienst in den vergangenen Jahren um fast 50 % ausgebaut. Bei der Auswahl haben wir dabei größten Wert auf das technische Know how unserer neuen Anwendungsberater gelegt. Unser Ziel ist es, dadurch noch schneller und vor allem präziser gemeinsam mit dem Kunden das passende Produkt zu entwickeln, zu produzieren und letztendlich liefern zu können.



Wie sieht aktuell die Situation bei Ihnen aus?

Gegenwärtig befinden wir uns auf Wachstumskurs. Glücklicherweise haben wir in den letzten Jahren den Generationswechsel abschließen können. Diese Zeit verlangte uns allen viel ab. Hinzu kam der Neubau und Umzug in unser neues Firmengebäude nach Weilheim, die mittelschwere Wirtschaftskrise im Jahr 2009 und die Einführung einer weiteren Stufe unseres EDV-Systems – vergleichbar mit der Einführung von SAP – welche uns 2011 zusätzlich an unsere Grenzen brachte. All diese Aktivitäten sind positiv abgeschlossen. Unser Team ist jung, motiviert und das Motto lautet: „Volle Fahrt voraus!“.

Welche Chancen sehen Sie im Hinblick auf Ihre Produkte in den nächsten Jahren?

Wir möchten uns den Kundenwünschen immer mehr anpassen. Dafür ziehen wir auch das Internet zukünftig stärker mit ein. Es ist natürlich nicht unser Bestreben, einen Webshop für 138000 Werkzeuge aufzubauen, da findet sich niemand wirklich gut zurecht. Aber wir werden eine digitale Umgebung entwickeln, in der sich unsere Kunden in ihrem persönlichen Bereich hervorragend orientieren können und wir ihnen in ihren Portfolios Produkte anbieten, die sie einerseits interessieren und wodurch sie andererseits auch einen Überblick über die Werkzeuge erhalten, die sie bereits eingesetzt haben.

Vor welche Herausforderungen wird vermutlich das Unternehmen in den nächsten Jahren gestellt werden?

Ich bin ein sehr visionärisch denkender Mensch, sprühe vor lauter Ideen und Routine ist für mich wie stehen bleiben. In den letzten Jahren habe ich meine Mitarbeiter sehr stark „heraus“-gefordert, es wurde Vieles geändert und Neues geschaffen. Für dieses Jahr habe ich mein Versprechen abgegeben,

nichts Neues zu „erfinden“ und etwas Ruhe und Beständigkeit walten zu lassen. Dennoch haben wir in naher Zukunft vor, neue Märkte zu erschließen und weitere Produkte aufzunehmen. Das wird vermutlich neben anderen Dingen, die wir nicht beeinflussen können, die größte Herausforderung sein.

In welchen Ländern liegen Ihre wichtigsten Märkte?

In Deutschland liegt nach wie vor unser wichtigster Markt. 75 Prozent unserer Produkte werden hierzulande vertrieben. Die restlichen Prozente verteilen sich auf Mitteleuropa, China, Nord- und Südamerika.

Auf welchen Messen stellen Sie aus? Welche Messe ist für Sie entscheidend?

Die Grindtec ist bezüglich Schleiftechnik nach wie vor unsere wichtigste Messe. Im Bereich der Optik ist es die Optatec in Frankfurt. Außerdem stellen wir in Brünn (Tschechien), auf der Mach-Tec in Budapest und in Japan auf der Jimtof aus.

2007 wurde das Familienunternehmen in eine Aktiengesellschaft gewandelt. Welche Gründe waren dafür entscheidend?

Eigentlich kommen wir aus einer Personengesellschaft, respektive einer KG. Zum einen war es mein Ziel mit einer Aktiengesellschaft künftige Generationswechsel zu erleichtern, zum anderen haben wir dadurch die Fähigkeit ein börsennotiertes Unternehmen zu werden.

Weltweit hat die Dr. Müller Diamantmetall AG elf Mitbewerber, alleine in Deutschland sind sieben davon zu finden. Welche Strategien verfolgen Sie gegenüber den Marktteilnehmern?

Wir haben beide Ohren am Markt und beobachten was geschieht. Aber unser Unternehmen ist in seiner Konstellation einzigartig, wodurch sich ein direkter Vergleich mit dem Wettbewerb als schwierig erweist. Jedes Unternehmen agiert anders am Markt, hat andere Prioritäten und bewegt sich in einem differenzierteren Umfeld. Unsere Kunden schätzen die langfristige, vertrauensvolle Zusammenarbeit und Partnerschaft auf Augenhöhe. Außerdem ist der Markt tatsächlich groß genug für alle Marktteilnehmer. „Leben und leben lassen“, ist ein Motto, welches ich auch sehr gerne nach außen kommuniziere. Was uns aber ganz klar vom asiatischen Wettbewerb unterscheidet, sind die umfassenden Dienstleistungen und der schnelle Service vor Ort. Unser Kunde kauft für den Preis nicht nur das Produkt an sich, sondern den kompletten Service. Dann kann es auch schon mal sein, dass unsere Anwendungstechniker am Wochenende ausrücken, um eine Lösung vor Ort beim Kunden zu besprechen.

Sie führen das Familienunternehmen in dritter Generation. War es schon immer Ihr Wunsch in die Fußstapfen des Großvaters/Vaters zu treten?

Ein (Lebens-)Ziel von mir war es schon immer, ein Unternehmen zu führen. Es hätte aber nicht unbedingt zwangs-

läufig das Unternehmen meines Vaters sein müssen. Schon während meiner Schulzeit gründete ich zusammen mit einem Freund mein erstes IT-Unternehmen. Durch meine hohe Affinität zur EDV begann ich nach meinem Schulabschluss eine Lehre als Datenverarbeitungskaufmann und arbeitete leidenschaftlich gerne an Soft- und Hardwarelösungen. Irgendwann kam der Gedanke in den elterlichen Betrieb einzusteigen und das Unternehmen in dritter Generation weiter zu führen. Mittlerweile arbeitet meine Softwarefirma Hand in Hand mit der Dr. Müller Diamantmetall AG. Durch ein umfangreiches Softwaresystem können wir nun von einem gläsernen Industrieunternehmen sprechen, das jeden einzelnen Prozess verfolgt und dokumentiert. Das verschafft uns einen beachtlichen Wettbewerbsvorteil.

Wer ist für Sie ein guter Ratgeber?

Mein Vater steht mir auch heute noch stets mit „Rat und Tat“ zur Seite und ich profitiere sehr gerne von seiner langjährigen Erfahrung. Natürlich ziehe ich auch meine gesamte Führungscrew bei Entscheidungen mit ein. Die Sichtweisen von Menschen, die ich schätze, beeinflussen mich selbstverständlich auch.

Wofür sind Sie dankbar?

Dankbar bin ich für meine gesunden Kinder, für meine tolle Frau sowie für die gute Beziehung zu meinen Eltern und Schwiegereltern und meine Freunde.



Produktportfolio der Dr. Müller Diamantmetall AG

**GRINDTEC 2014
HALLE 1 | STAND 1077**

FIRMEN-INFORMATION

Dr. Müller Diamantmetall AG

Leprosenweg 34
0881 / 90 11 55 – 0
vertrieb@muedia.de

Geschäftsführer:

Michael Schulze

Gegründet

1935, Gründung der Firma durch Dr. Wilhelm Müller in Berlin. Patentierung und Herstellung von metallgebundenen Diamantscheiben.

Produktportfolio:

- Diamant Schleifscheiben
- Diamant Schleifstifte
- cBN-Schleifscheiben
- cBN-Schleifstifte
- Diamant-Feilen
- Diamant-Hohlbohrer
- Diamant-Handläpper
- Diamant-Abrichtrollen
- CNC-Abrichtrollen
- Diamant-Abrichter
- Diamant-Abrichtplatten

- Diamant-Pasten
- Diamant-Zentrierscheiben
- Diamant-Fräser
- Diamant-Pellets
- Centerless-Schleifen

Mitarbeiter:

90

Exportanteil:

25%

Auszeichnungen/Standards:

Iso 9001:2008