



Großer Bahnhof in Stuttgart: Dort veranstaltet das Verlagshaus Gruber zusammen mit der Messgesellschaft alle zwei Jahre die europäische Leitmesse für Textilveredelung und Promotion im Rahmen der Werbesmesse Expo 4.0. Das Foto stammt aus dem Vorjahr, vom 4. bis 6. Februar ist es wieder soweit. Und das zum neunten Mal. FOTO: GRUBER

Spezialwissen aus Eppertshausen

UNTERNEHMEN IM GESPRÄCH Verlagshaus Gruber ist mit seinen Fachzeitschriften in Nischen erfolgreich unterwegs

VON ACHIM PREM

EPPERTSHAUSEN. Das gedruckte Wort hat es in diesen digitalen Zeiten alles andere als einfach. Es wird eher übers Smartphone gewischt, als Papier umgeblättert. Aber es gibt Ausnahmen: Bücher – und Fachzeitschriften. Von diesen sind bundesweit rund 4000 Titel unterwegs. Einige erfolgreiche davon stammen aus dem Verlagshaus Gruber GmbH in Eppertshausen.

Linker Hand der Friedhof – ohne jede Symbolkraft natürlich –, rechts geht es in eines dieser typischen Gewerbegebiete kleinerer Kommunen. Von dort steuert das quickelebendige Verlagshaus Gruber, das gerade 20 Jahre alt geworden ist, seit 2007 seine Geschäfte. Auf dem Drei-Milliarden-Markt zählt man sich zu den „Kleinen“, sieht man einmal von Einzelkämpfern ab. Der Deutsche Fachverlag in Frankfurt etwa, der Süddeutsche Verlag, Weka oder Vogel Business Media spielen in einer ganz anderen Liga, kommen bei den Bruttowerbeumsätzen auf zwei- bis dreistellige Millionenbeträge. Das ist insofern gut, weil den größeren Verlagen die von Gruber bearbeiteten Nischen meist zu klein sind. Dennoch habe man Anfragen zwecks Übernahme gehabt – aber daran kein Interesse. Denn es läuft rund, man hat gut zu tun.

Manche Idee kommt in der Badewanne

Auf diesem breit gefächerten Markt der Spezialisten ist der Verlag deshalb erfolgreich unterwegs, weil der gelernte Industrie-Kaufmann Roland Gruber (59) ein Gespür entwickelt hat, was geht und gefragt ist. Da war denn auch so manche „Badewannen-Idee“ dabei, wie er sagt. Das Ergebnis: Der Betrieb mit 18 Beschäftigten, der auch selbst ausbildet, gehört heute zu den führenden deutschen Fachverlagen bei Textilveredelung und Promotion, bei Arbeitsschutz/Berufsbekleidung und Eventmarketing über eine Tochterfirma. Sogar im Ausland ist man unterwegs, hat ein Fachmagazin in Polen etabliert, tauscht Fachbeiträge mit einem Magazin in Tschechien aus. Weiteres ist denkbar.

Natürlich gab es auch Rückschläge. Etwa als die einstigen Überflieger am Neuen Markt, die Münchner EM.TV – Besitzer der Formel-1-Rechte –, mit der Anleger auch in Darmstadt ein Vermögen machten, den Boden unter den Füßen verlor. Und Gruber einen Kunden. Aber ansonsten ging es meist vorwärts.

1995 zur richtigen Zeit am richtigen Ort

Startschuss war 1995. Da war Gruber, zuvor zwölf Jahre in einer Werbeagentur tätig, zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Nämlich dort, wo der Herausgeber der Fachzeitschrift „Siebdrucker Infopost“, inzwischen an einen Münchner Verlag weitergereicht, in Ruhestand ging und einen Nachfolger suchte. Und letztlich fand mit Gruber, der daraufhin sein Verlagshaus gründete. Er frischte das Produkt auf – und richtete es neu aus, weil die Textilveredelung als neuer Trend an Boden gewann.

Gleichzeitig gründeten sich viele kleine Stickereien, erinnert sich Gruber; ebenfalls seine Leser. „Und das ist immer noch ein Wachstumsmarkt, fast 50 Prozent der Werbemittel sind textile Werbemittel.“ T-Shirts werden für Werbung, Merchandising und Promotion

genutzt.

Weil dieses neue Geschäft noch keine Messeplattform hatte, wurde kurzerhand die Tochter GMK Veranstaltungsservice ins Leben gerufen. Die heutige „TV Tecstyle Visions“, die alle zwei Jahre in Stuttgart mit der dortigen Messgesellschaft veranstaltet wird, ist zur europäischen Leitmesse für Textilveredelung und für Promotion aufgestiegen. Die Give-a-Days, die ebenfalls unter dem Dach der Expo 4.0 (vier Fachmessen aus dem Bereich Werbung) in der Schwabenmetropole stattfindet, befasst sich mit Werbeatikeln.

Natürlich ist Gruber auch selbst auf Messen unterwegs, etwa der A+A und der Itma in Mailand, aber auch bei diversen Fachveranstaltungen hierzulande. Ende der neunziger Jahre und mit seiner Agenturerfahrung im Hinterkopf „entdeckte“ Gruber einen weiteren Markt, den für Marketing, Merchandising und Events, was zu einem neuen Fachmagazin führte. Über diese Schiene ist der Verlag zum Medien- und Kooperationspartner vieler internationaler Veranstaltungen geworden. Zeit, die Beine hochzulegen?

Das ist nicht Grubers Art, der stets mit offenen Augen durch die Welt geht. Da fiel ihm unweigerlich eine Veränderung in der Branche für Arbeits-

schutz auf – eine ganz neue Baustelle für sein Verlagshaus. Berufskleidung wurde nämlich immer modischer, gleichzeitig gab es nur „angestaubte und paragrafenlastige“ Zeitschriften der Berufsgenossenschaften. Schlussfolgerung: Eine weitere Fachzeitschrift musste her – heute der „Branchenprimus“, wie es heißt.

Die inzwischen fünf Titel erreichen Auflagen zwischen 7000 und 11 500, erscheinen vier- bis sechsmal pro Jahr, werden im Abo verkauft und erfreuen sich bei Anzeigenkunden großer Beliebtheit. Denn diese Zielgruppen seien „sehr printaffin“. Von einem Rückgang beim Verkauf von Werbemillimetern ist jedenfalls in Eppertshausen noch nicht viel angekommen. Das Anzeigengeschäft sei stabil, heißt es.

Jahresumsatz von rund 1,5 Millionen Euro

Mit seinem Team aus Mediengestaltern, Grafikern, Redakteuren und Kaufleuten erwirtschaftet Gruber einen Jahresumsatz von rund 1,5 Millionen Euro – ohne das Messengeschäft. Unterm Strich dürften rund zwei Millionen erreicht werden. Und schwarze Zahlen. Jüngstes Baby ist übrigens ein Magazin für den digitalen

Textildruck, was die Kundschaft erweitert um Innenarchitekten, Hotellerie, Möbelfirmen oder Hersteller von Heimtextilien. So lässt sich nämlich das Wohnzimmer kostengünstig individualisieren und personalisieren, können Unikate angeboten werden zum Preis von Serienprodukten: Ungeahnte Möglichkeiten und ein weiterer Beleg für Grubers Spürsinn.

Produziert werden die Zeitschriften in Kassel

In Eppertshausen wird alles erledigt – außer Druck und Versand. Produziert wird inzwischen in Kassel, weil es das Druckhaus Darmstadt nicht mehr gibt. Der gebürtige Offenbacher Gruber, Vater von zwei Söhnen, denkt längst nicht an den Ruhestand. Dazu hat er noch zu viele Ideen, die der Umsetzung harren. Dazu machen das Geschäft und der direkte Kundenkontakt offenbar noch zu viel Spaß.

Weniger trifft das auf die Breitband-Anbindung seines Verlages zu, die „noch schlecht“ ist und damit ein Wettbewerbsnachteil. Im März/April freilich soll sich das ändern – endlich, so der in der Kommunalpolitik engagierte Gruber, der auch Stickerei-Fachbücher sowie eine Marktstudie zu Textilveredelung in Deutschland publiziert hat.

Spezialwissen aus Eppertshausen ist also gefragt, weil die Relevanz solcher Informationen für professionelle Entscheider groß genug ist trotz digitaler Offerten. Das sichert die Geschäfte – und Arbeitsplätze. Gute Perspektiven für die Zukunft.



Roland Gruber (Mitte), Chef des Verlagshaus Gruber in Eppertshausen, während einer Redaktionskonferenz mit Andreas Farnung und Daniela Klinder. FOTO: KARL-HEINZ BÄRTL

STECKBRIEF

Verlagshaus Gruber GmbH

Branche: Fachverlag
Produkte: Fachzeitschriften für Textilveredelung und Promotion, Arbeitskleidung, Eventmarketing sowie digitalen Textildruck, Veranstaltungsservice (Tochterfirma GMK)
Standort: Eppertshausen
Umsatz: rd. zwei Millionen Euro
Geschäftsführer: Roland Gruber
Gründung: 1995
Mitarbeiter: 18