



Heinz Wurzel, 60, Chef und Gründer der Wurzel-Mediengruppe mit Sitz in Waiblingen

Wurzels Welt

Die Druckbranche darbt, doch in der Nische regt sich Leben:
Wie der Medienunternehmer Heinz Wurzel dem Trend trotzt

So sieht also ein Retter aus. **Heinz Wurzel** blickt ein wenig spitzbübisch hinter seiner Brille hervor, wenn man ihn nach seiner Strategie fragt. „Fleiß, das richtige Gespür – und Glück. Man muss sich vom Markt abheben. Dinge anders machen“, sagt Wurzel dann. Seine Finger wischen über ein Tablet, das vor ihm auf dem Tisch des Besprechungsraums des Stammsitzes der Wurzel-Mediengruppe in Waiblingen-Hohenacker liegt. „Und man muss die Trends erkennen.“

Dabei ist doch alles so schlecht, verzweifelt in seiner Branche. Den Druckereien geht es schlecht. Print ist tot. Aber das sagen andere. Heinz Wurzel lächelt. „Es wird auch in zehn und in zwanzig Jahren Druckereien geben“, sagt einer, in dessen Unternehmensgruppe neun Tochterfirmen organisiert sind und 270 Menschen arbeiten – acht Prozent mehr als im Vorjahr. „Das haptische Gefühl von Papier ist einmalig.“ Er

blättert durch einen Flyer für einen Kunden, einem großen Autohersteller, schnappt sich dann das Tablet und hält es über das Bild eines Autos.

Auf dem Bildschirm erwacht das Fahrzeug zum Leben, brettet durch eine Mauer, unbeschadet. Eine selbst entwickelte Applikation bringt die Bilder in Bewegung. Eines der Steckenpferde von Wurzel Medien, einer Tochterfirma die der Unternehmer 2009 gegründet hat und die sich mit den Möglichkeiten der Neuen Medien beschäftigt. CAD, Augmented Reality, das volle Programm. Mehr als 30 Mitarbeiter beschäftigt er inzwischen in dieser Sparte. „Wir sind ein multimediales Unternehmen“, sagt Wurzel. „Wir versuchen, die verschiedenen Medienkulturen zusammenzubringen.“

Aber zurück zum Retter Wurzel. Die Unternehmensgeschichte ist in den vergangenen Jahren vor allem eins: die Geschichte von Übernahmen kriselnder, teils insolventer

Unternehmen, die Wurzel gekauft und wieder aufgepäpelt hat – und aus diesem Geflecht ein höchst erfolgreiches Gebilde formt.

Vor zwei Jahren übernimmt er den Schwäbisch Haller Rollen-Offset-Drucker **Schaupp**. Ein Jahr später kauft Wurzel die **Dr. Cantz'sche Druckerei**, in der Branche ein traditionsreiches Schwergewicht mit tollen internationalen Kunden, aber eben auch so gut wie pleite.

Um vier Millionen Euro ist der Umsatz im vergangenen Jahr auf 40 Millionen Euro gestiegen. Der Gruppe geht es gut. An den Standorten druckt Wurzel Kunstkataloge für anspruchsvolle Kunden ebenso wie Flyer für die Discounter, selbst in die preisaggressive Online-Druck-Branche ist er eingestiegen.

Schon mit 16 war ihm klar: „Ich will was Eigenes machen.“ Damals lässt er sich zum Drucker ausbilden, studiert über den zweiten Bildungsweg, wird 1980 kauf-

männischer Leiter beim Siebdrucker **Domberger**. Von damals rührt seine Liebe zur Kunst. Nach 14 Jahren als Verkaufsleiter und Minderheitsgesellschafter beim Medienzentrum Aichelberg übernimmt er 2002 die Druckerei Scheel und legt den Grundstein für die eigene Mediengruppe.

Auf fünf Standorte ist die Gruppe aktuell verteilt. Wurzel würde das gerne ändern und zumindest vier Standorte zusammenlegen. Die Standortsuche läuft. Ein weiteres Ziel hat sich Wurzel gesetzt: Die 50 Millionen Euro Umsatz sollen früher oder später fallen.

Wurzel ist in diesem Jahr 60 geworden. Manche denken da an die Rente. Wurzel scheint die Frage zu überraschen. Dann lächelt er. Spitzbübisch. Und sagt: „Also bis 70 mache ich auf jeden Fall weiter.“ Der Retter hat noch einiges vor. Der Unternehmer sowieso.

Robert Schwarz