

PRESSEINFORMATION

Vom Kanzleramt an die Supermarktkasse

Der ungewöhnliche Aufstieg des Gerhard W. Süß zum Chef der andré media AG

Gerhard W. Süß, Vorstandsvorsitzender der andré media AG, gilt als Charismatiker, der nichts anbrennen lässt - weder geschäftlich noch bei seiner privaten Leidenschaft, dem Kochen. Seit 25 Jahren lenkt er die Geschicke der andré media group, zunächst als Geschäftsführer, seit 1989 als Eigentümer. Unter seiner Führung wurde andré zum europäischen Marktführer in der Supermarkt-Werbung.

Der 49-jährige Oberpfälzer wurde in Oberviechtach als Sohn einer Schneidermeisterin und eines Wagners geboren, ist verheiratet und hat zwei erwachsene Söhne. Seine berufliche Karriere begann er beim Bundesgrenzschutz - die Beamtenlaufbahn versprach Sicherheit. Nach der Ausbildung wachte Süß als Polizeihauptwachtmeister in Bonn über den damaligen Bundeskanzler Helmut Schmidt. Doch nach drei Jahren beim BGS hatte Süß die Provinz und die Uniform satt. Er kehrte zurück in die Oberpfalz, nach Regensburg. Der mittlerweile 20-jährige war hungrig auf Neues. Er schulte zum Industriekaufmann um, jobbte nebenher als Aushilfsgärtner und verkaufte Teakholztüren.

1981 kreuzte Klaus André Grünling, Inhaber des Werbestudios andré in Regensburg, den Weg von Süß - eine folgenreiche Begegnung. Schnell entwickelten beide eine ebenso simple wie geniale Idee Grünlings zur Marktreife: die Nutzung von Einkaufswagen als Werbeträger. In Amerika bereits etabliert, war diese Werbeform in Deutschland bis dahin unbekannt. Im Frühjahr 1982 war es schließlich so weit: Die ersten mit Werbetafeln versehenen Wagen rollten durch die Meister-Märkte in Pentling und Regensburg. „Erster Kunde war die Firma Karosseriebau Starzinger“, weiß Süß noch immer. „Die haben uns einfach vertraut.“ „Dann ging es Schlag auf Schlag“, berichtet er. Am Ende des ersten Geschäftsjahres rollten bereits 2.500 Einkaufswagen mit Werbung durch 150 Märkte in Ostbayern. Das Geschäft boomte und nicht selten packte Süß selbst mit an: Eigenhändig montierte er die 30 mal 30 Zentimeter großen Polystyroltafeln an Einkaufswagen und holte sich blutige Finger. Bald schon wurde der

Firmensitz, „ein Dachkammerl in Königswiesen“, zu klein. Ein Neubau entstand. Durch die Vergabe von Lizenzen wuchs das Unternehmen weiter: Die Einkaufswagen rollten - und in den Kassen von andré klingelte es.

Aufbruch unter neuen Vorzeichen

Schon 1983 hatte Klaus Grünling, Inhaber der Firma, Süß zum Geschäftsführer gemacht. Doch Süß wollte mehr: eine Beteiligung. Grünling schlug Süß vor, die Firma zu kaufen. Im November 1989 kam es zum Management Buy-Out: Die von Süß neu gegründete andre Werbung auf Einkaufswagen GmbH kaufte Grünlings Firma mit Hilfe von Risikokapital. Auf den Eigentümerwechsel folgten 5 Jahre mit stetig steigenden Umsätzen - und drückenden Schulden. „Ich hatte schlaflose Nächte“, gibt Gerhard Süß heute zu - keineswegs nur wegen der beiden Kinder, die in jenen Jahren noch klein waren. Doch die Banken blieben dem Unternehmen treu. 1995 konnte Süß seine Beteiligung von 51 auf 80 Prozent aufstocken, und 1999 erzielte die Firma erstmals ein Bilanzplus. Das Expansionsprogramm „andré 2000“ lief an. Innerhalb weniger Jahre gewann andré neue Partner in Deutschland und im europäischen Ausland. Die Firma baute ein neues Verwaltungsgebäude mit 1.200 Quadratmetern Bürofläche. In den Jahren 2007 und 2008 führte andré neben den „CartBoards“ die neuen Produkte „CashPoster“ und „InstoreRadio“ ein.

„Ein krisensicheres Geschäft“

Heute lehnt sich Gerhard W. Süß im 60-Quadratmeter-Büro auch einmal zurück, liest entspannt Zeitung oder geht mit Hündin Julia frische Luft schnappen. *Dolce vita* ist dem Italienliebhaber keineswegs fremd. Und er kann es sich inzwischen ab und zu leisten: Die Gruppe ist gut aufgestellt und kann sich auf ein Netzwerk langjähriger Partner verlassen. Der Klassiker der Supermarkt-Werbung, die CartBoards, rollen inzwischen durch Märkte in ganz Europa und haben immer noch viel Potenzial. Und auch die neuen Produkte, CashPoster und InstoreRadio, haben sich gut etabliert. „Ein krisensicheres Geschäft“, sagt Süß: „Gerade jetzt positionieren sich viele Unternehmen mit gezielter Werbung für den Aufschwung.“

Für die Zukunft von andré hat der Firmeninhaber viele Pläne. Natürlich soll es mit dem Unternehmen weiter aufwärts gehen. Dazu will Süß die Supermarkt-Werbung noch besser am Mediamarkt etablieren. Ein weiterer Schwerpunkt sind die Auslandsmärkte, die Süß stärken und ausbauen will. Weil Gerhard Süß weiß, dass der Erfolg seines Unternehmens nicht nur von Produkten und Märkten abhängt, setzt er auch auf die Motivation und Kundenorientierung seiner Mitarbeiter - 450 sind es in der Gruppe, über 120 in Regensburg.

Herausforderungen? Die gibt es für den 49-jährigen bis heute. „Der schnelle Erfolg ist oft leichter zu haben als der dauerhafte über viele Jahre“, sagt Süß. „Genau das ist aber meine Herausforderung, und ich freue mich jeden Tag aufs neue darauf.“

Pressekontakt:

Angelika Hoppe
andré media AG
Lichtenfelser Straße 10
93057 Regensburg
Telefon: 09 41 - 695 30-131
Fax: 09 41 - 695 40-47
E-Mail: a.hoppe@andre-media.de

Michaela Störr
StörrFaktor - PR, Text, Konzeption
Geyerstr. 20
80469 München
Telefon: 089 - 42 09 56 69 12
Handy: 01 79 - 738 17 81
E-Mail: michaela.stoerr@stoerrfaktor.de

www.andre-media.de