

**Zeitlos** | Die rollenden Einkaufstaschen von Andersen entstammen der Ära des Wirtschaftswunders. Als Garant für Mobilität sind sie noch immer gefragt. Auch weil neue Zielgruppen erschlossen wurden.

Es gibt Unternehmen, die starten in einer Garage. Es gibt aber auch solche, bei denen ein Pferdestall als Wiege eines Verkaufsschlagers diente. Bei der Firma Andersen war das so. Die ersten selbstgefertigten Shopper entstanden in einem ausgedienten Stall. Die Gründer Christa und Günter Andersen legten so im Jahr 1958 den Grundstein für eine bis heute anhaltende Erfolgsgeschichte. Denn die großen, rollenden Einkaufstaschen, gerne auch Hackenporsche genannt, erfreuen sich ungebrochener Beliebtheit.

Während der beginnenden Wirtschaftswunderzeit stiegen die Herstellungszahlen jährlich so beachtlich an, dass bereits 1962 eine eigene Produktionshalle errichtet werden musste. Bis in die 1980er-Jahre verdoppelten sich die



Fotos: Carsten Milbret

## Immer hart am Wind segeln



flachen Land in dem kleinen Ort Satrup, unweit von Flensburg. Auf die eigene Fertigung legt der Firmenchef unverändert hohen Wert. Genauso übrigens auf die Feststellung, dass der Begriff „Shopper“ mittlerweile als Markenname geschützt ist, jedenfalls für die Verwendung im Zusammenhang mit diesem Produkt.

In diesen Zeiten ständigen Wandels ist der Shopper ein Beispiel für wohlthuende Kontinuität und bleibende Wertschätzung bei den Verwendern. „Von der Grundidee her hat er sich nicht viel verändert“, sagt Sven Andersen. Die Wertigkeit habe sich im Laufe der Zeit sogar gesteigert, was den Firmenchef sichtlich freut. Gab es früher eine rollende Einkaufstasche für 50 Euro, reicht die Preisspanne heutzutage bis zu 300 Euro. „Eines unserer stärksten Produkte kostet im Verkauf 165 Euro.“ Im Vergleich zu anderen

Klare Kante: Sven Andersen hält hohe Standards bei Design, Qualität und Fertigung für unverzichtbar.

Sortimenten könnten im Handel deshalb ganz andere Deckungsbeiträge erzielt werden. Es habe sich leider noch nicht überall herumgesprochen, dass



Bodenständig: Der Firmensitz in Satrup, in den auch künftig investiert wird.

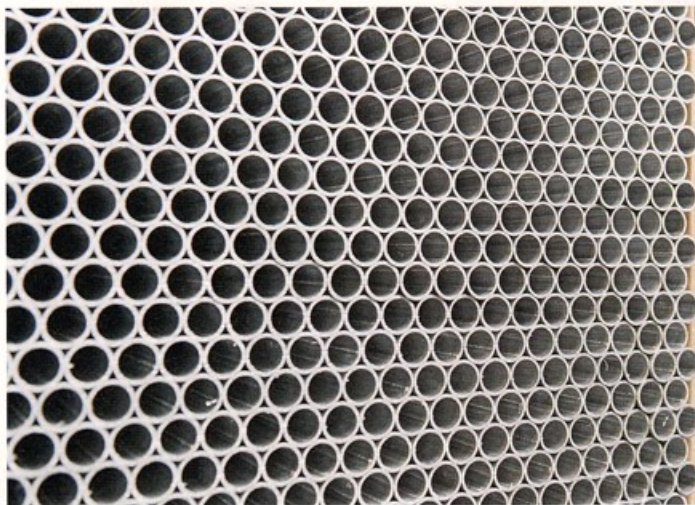
sich mit Shoppern Geld verdienen lasse, bedauert Andersen. Wobei er grundsätzlich nichts auf den Handel kommen lässt. Denn es gebe viele Vertriebspartner, die dem Unternehmen schon seit Jahrzehnten die Treue hielten.

Andersen verfügt über eine große Distributionsbreite, die vom Fachhandel bis zu Warenhäusern reicht. Das hänge ursächlich mit der Produktvielfalt zusammen, die sich eben entsprechend umfassend vermarkten lasse. Kontinu-

ierlich wird an Verbesserungen und Erweiterungen des Sortiments getüftelt. Eine neue Generation von Shoppern kam mit dem Modell Unus mit seinen technischen Feinheiten. Es hat eine Aluminium-Optik, verfügt über kugelgelagerte Niederquerschnittsreifen und leicht zu bedienende Einstellmechanismen für die Höhenverstellung. Kennzeichnend für die Produktphilosophie sind auch Alleinstellungsmerkmale. Einzigartig sei etwa der Fahrradanhän-

Absatzzahlen kontinuierlich. Seitdem sind sie auf gleichbleibendem Niveau geblieben, berichtet Sven Andersen, der 2001 im Alter von 30 Jahren den Betrieb von seinen Eltern übernahm. Jedes Jahr verlassen 200 000 Shopper das Firmengelände im hohen Norden. Der Traditionsstandort in Familienbesitz liegt idyllisch auf dem für diese Gegend typischen





Zupackend:  
In vielen Arbeitsschritten entstehen bei Andersen die Shopper.



## Der Storch weist den Weg zu Andersen

Vor 30 Jahren hatte Firmengründer Günter Andersen eine Idee. Er stellte auf dem Gelände einen Mast auf, damit Störche ihn zum Nestbau nutzen. Dann geschah lange nichts. Erst 2011 war es endlich soweit, berichtet Sohn Sven. Seitdem brüten in jedem Sommer Störche. Geduld zahlt sich aus, nicht nur beim Aufbau eines Unternehmens.



ger mit spezieller Kupplung, die es nur bei Andersen gebe. Dieser Buggy hat eine neue Zielgruppe erschlossen, die das Gefährt für Freizeitaktivitäten nutzt.

Andersen probiert kontinuierlich Neues bei den Taschen aus. Nicht nur beim Design, sondern auch bei den Materialien. Da werden auch schon mal ausrangierte LKW-Planen oder Segeltuch verwendet, das bereits auf allen sieben Weltmeeren im Einsatz war.

Trotz des etwas abgelegenen Standorts im hohen Norden, denkt Sven Andersen nicht an eine Verlagerung. Er fühlt sich der Region verpflichtet. Dass Bodenständigkeit aber nicht mit Stillstand gleichzusetzen ist, dafür ist das Satruper Unternehmen ein gutes Beispiel. „Wir haben in den kommenden

beiden Jahren richtig viel vor“, verkündet der Firmenchef. Es wird kräftig investiert, unter anderem in den Neubau eines Bürogebäudes. Zur Ambiente 2018 sollen zudem wieder Neuheiten präsentiert werden. An den hohen Standards bei Design, Qualität, Gebrauchsnutzen sowie der eigenen Herstellung werde sich auch künftig nichts ändern.

So soll das bisherige nachhaltige Wachstum gesichert werden. Keine Veränderungen gebe es an der Ausrichtung als Familienunternehmen, so Sven Andersen: „Wir wollen eigenständig bleiben.“ Vor der Zukunft ist ihm nicht bange. Warum nicht, das begründet er so: „Die Windrichtung können wir nicht bestimmen, aber die Segel danach ausrichten.“

*zim*