



**Udo Müller**  
Vorstandsvorsitzender des Außenwerbers Ströer

Nur 9000 Exemplare gibt es weltweit von dem Buch, das stets vorn an der Schreibtischkante liegt. „GOAT“ heißt das 34 Kilogramm schwere und 3000 Euro teure Werk, das dem ehemaligen Boxweltmeister Muhammad Ali gewidmet ist. „GOAT“ steht für Greatest Of All Time. Udo Müller, 43, Chef des Außenwerbeunternehmens Ströer, bekam es geschenkt, als er zur Jahreswende 2003/04 den Konkurrenten und bisherigen Branchenführer DSM Deutsche Städte Medien übernahm. Im September 2005 folgte der nächste Coup: Müller erwarb die Werbetochter der Deutschen Bahn. Inzwischen verfügt Ströer über rund 250 000 Werbeflächen etwa auf Plakatwänden und an Bushaltestellen. Müller, der den Gruppenumsatz 2005 um zehn Prozent auf 385 Millionen Euro steigerte, gefällt „dieser Ziegel“, wie er

das Buch nennt, obwohl es das fein abgestimmte Ambiente des Raumes aus der Balance bringt. Damit die wieder stimmt, hat er das Bild einer befreundeten griechischen Künstlerin, das zwei junge Damen zeigt, dem Buch „als Gegengewicht“ gegenübergestellt. Auf Balance legt Müller Wert: Er ließ sein Büro im Süden Kölns nach Feng-Shui-Kriterien gestalten, der chinesischen Lehre von der Harmonie zwischen Menschen und ihrer Umwelt. Müller gefällt der „ungewöhnliche Grundriss“ seines Zimmers in Form eines Tortenstücks. Ein Standard-Schreibtisch hätte hier wohl kaum hineingepasst, darum musste ein maßgeschneiderter her – der hat die Form eines Kometenschweifs und trage, sagt Müller, zu einer „speziellen Atmosphäre bei, die inspirierend“ wirke. Werbung indes, mit der Müller sein Geld verdient, ist nirgends zu sehen: „Die sehe ich jeden Tag vor der Haustür, mein Büro ist dafür nicht das richtige Umfeld.“

peter.steinkirchner@wiwo.de

PHOTO: CATRIN MORITZ FÜR WIRTSCHAFTSWOCHEN