

SPIEGEL-GESPRÄCH

„Gianni, komm nach Lippstadt“

Albert Eickhoff ist eine Legende der deutschen Mode.
Nach mehr als 50 Jahren schließt er nun sein Couture-Haus.

Die Karriere von Albert Eickhoff, 78, begann in der tiefsten Provinz. 1961 eröffnete er in Lippstadt ein Geschäft für Damenoberbekleidung. In zwei Räumen zeigten er und seine Frau Brigitte exklusive Mode aus Berlin sowie kurze Zeit später auch aus Paris und Rom. Bald war „Eickhoff“ in Westfalen richtungweisend dafür, was deutsche Frauen trugen. Schauspielerinnen und Präsidententogattinnen kauften hier ein. 1981 zog das Familienunternehmen nach Düsseldorf. Auf der Königsallee wurde ein Geschäft eröffnet, dessen Schaufensterdekorationen legendär sind. Ende Mai kommenden Jahres wird „Eickhoff“ nach 53 Jahren schließen.

SPiegel: Herr Eickhoff, warum geben Sie auf?

Eickhoff: Die guten Zeiten gehen zu Ende. Meine Frau und ich haben über Jahrzehnte ein Angebot an Mode zusammengestellt, das Kundinnen aus ganz Deutschland lockte. Später haben das meine Tochter und mein Schwiegersohn übernommen. Doch in den letzten Jahren wurde es merklich schwieriger. Heute schreiben die großen Modehäuser dem Einzelhandel vor, was er in welchem Umfang zu kaufen hat. Alle reden nur noch von Budget, Budget, Budget. Man hat den Eindruck, nicht mehr in der Mode-, sondern in der Finanzbranche zu arbeiten.

SPiegel: Die Krise der Einzelhändler geht auf die großen Modekonzerne zurück?

Eickhoff: Über Jahrzehnte wurden die heute berühmten Modemarken mit viel persönlichem Engagement vom Einzelhandel zu dem gemacht, was sie heute sind. Doch dies scheint in Vergessenheit geraten zu sein. Heute kommen Sie als Einzelhändler in einen Designer-Showroom in Paris oder Mailand, und ständig springt irgendein junger Mann um sie herum und ruft: „Sie kennen ja Ihr Budget.“ Das macht einen völlig verrückt.

SPiegel: Was ist mit „Budget“ in diesem Fall gemeint?

Eickhoff: Ich schildere Ihnen, nur ein Beispiel, einen Einkauf in Paris bei dem Label Céline. Wir fragen: Für welche Summe müssen wir Taschen ordern? Die Antwort: Ihr Budget beträgt 45 000. Die Firma legt die Verteilung des Budgets fest, ohne Rücksicht auf die Wünsche des Unternehmers. Für die Hälfte des Geldes dürfen wir Taschen auswählen, die uns gefallen. Für den Rest müssen wir schwer verkäufliche und uninteressante Modelle nehmen. Bei den Kleidern läuft es genauso. Am Ende haben Sie eine Menge Sachen, die Sie eigentlich nicht möchten. Ähnliche Erfahrungen machen wir auch bei anderen Labels. Das ist nicht besonders freudvoll.

SPiegel: Auf der Königsallee gibt es heute fast nur noch Läden großer Marken.

Eickhoff: Es ist der Lauf der Zeit. Jede Stadt sieht mittlerweile gleich aus. Ich

war im August in München zur Modewoche und fuhr über die Maximilianstraße, da können Sie gar nicht so schnell die Labels ausrufen, wie sich die großen Designermarken nebeneinander drängeln. Für einen Multibrand-Store kann es kaum noch gutgehen. Es gibt Persönlichkeiten in der Branche, die behaupten, in fünf bis zehn Jahren wird es nur noch Monobrand-Stores und Kaufhäuser geben.

SPiegel: Wie verschafft man sich als Kundin dann noch einen Überblick?

Eickhoff: Es gibt ja weiterhin noch einzelne Unternehmen wie unseres, Unger in Hamburg oder Theresa in München. Aber es wird nicht leichter für die Kundin. Und zeitaufwendiger: Da die Hose, da den Pullover und, wo auch immer, den Mantel. Sie werden darauf getrimmt, alles von einer Marke zu kaufen. Auf diese

Weise verdienen die Modefirmen mehr Geld.

SPiegel: Sie haben Ihr Geschäft 1961 in Lippstadt gegründet. Kam Ihnen das damals nicht irrsinnig vor, 16 Jahre nach Kriegsende in der biedereren BRD exklusive Damenmode zu verkaufen – und das ausgerechnet in der westfälischen Provinz?

Eickhoff: Es war sehr waghalsig. Am Eröffnungstag saßen wir hinter dem Vorhang unseres Schaufensters, und die Passanten, die vorbeigingen, schüttelten ausnahmslos den Kopf, weil die Modelle so exklusiv waren. Wir hatten die Couture Deutschlands in unser Angebot aufgenommen, die Berliner Ateliers Staabe-Seger, Uli Richter, Detlev Albers. Und natürlich hegten wir Sorge, sie könnten unverkäuflich sein in Lippstadt.

SPiegel: Wieso wurde das Geschäft „Eickhoff“ trotzdem ein Erfolg?

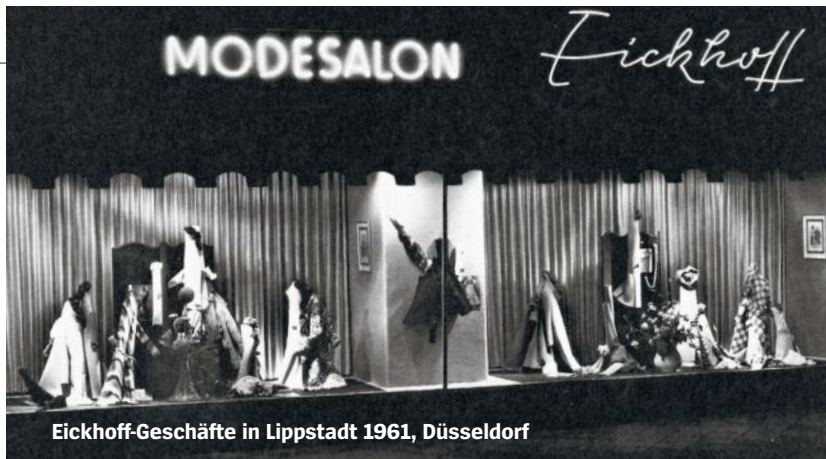
Eickhoff: Wir haben, als die Branche noch nicht blühte, das richtige Gespür bewiesen. So gehörten wir immer zu den Ersten, die etwas im Angebot hatten. Wir kauften sehr bald auch in Frankreich ein. Während in deutschen Modefirmen weiterhin die hohe Schneiderkunst re-



Geschäftsmann Eickhoff: „Nun bin ich leicht müde“

SERLINA PERLENER / DER SPIEGEL

Das Gespräch führte die Redakteurin Claudia Voigt.



Eickhoff-Geschäfte in Lippstadt 1961, Düsseldorf



Versace-Schau in Lippstadt 1978: „Die Sachen müsst ihr euch ansehen!“

gierte, beeinflusste der Look der jungen Leute, der Look der Straße, die Modemacher in Paris, es war die Zeit der Prêt-à-porter-Mode, denken Sie nur an Rive Gauche von Yves Saint Laurent, individuelle und exklusive Kleider von der Stange. Bald waren wir das erste Geschäft in Deutschland für all diese Mode.

SPIEGEL: Woher kam Ihr Gespür für Mode?

Eickhoff: Ich habe eine kaufmännische Ausbildung absolviert, aber schon als junger Mann wollte ich in die Modebranche. Vielleicht habe ich das Gespür von meiner Großmutter. Die ließ früher in meinem Elternhaus in Horn in Westfalen schon Schneiderinnen für sich arbeiten und verkaufte die Modelle an andere Da-

men. Sie war eine phantastische Kauffrau und stets sehr extravagant gekleidet, sie trug immer einen strengen Knoten und bodenlange Kleider.

SPIEGEL: Lippstadt liegt in einer Region, in der in den sechziger Jahren auch der Wohlstand schnell wuchs. Unternehmen wie Miele und Bertelsmann befinden sich in der Umgebung. War das ein Grund für Ihren Erfolg?

Eickhoff: Man nannte mich in der Branche der „Junge Unrast“. Meine Frau und ich waren wahnsinnig umtriebiger. Wenn uns etwas gefiel, dann haben wir das auch ins Sortiment aufgenommen. Wir waren da nicht zurückhaltend. Wir vertrauten stets unserem eigenen Geschmack. Das

war entscheidend für den Erfolg unseres Unternehmens.

SPIEGEL: Hätte auch schiefgehen können, oder?

Eickhoff: Dieses Risiko mussten wir eingehen. Mitte der siebziger Jahre waren wir auf der Messe in Florenz, meine Frau ging mit ein paar Freunden in die Uffizien, aber ich wollte nicht. Mich interessierte zu der Zeit nur Mode, Mode, Mode. Ich ging in das Hotel, in dem auch ein unbekannter Designer namens Gianni Versace in einem kleinen Zimmer seine erste Kollektion zeigte. Als ich die Freunde nachher zum Essen traf, sagte ich: Die Sachen von diesem Gianni Versace müsst ihr euch ansehen! Ich könnte sie heute noch



Partner Versace (oben l.), Eickhoff (M., mit Bart) 1978, Nachfolger Susanne und Stefan Asbrand-Eickhoff 2006: „Eigentlich immer mutig“

malen: schilfgrüner und erikaroséfarbener Strick. Wir haben sofort eingekauft, und zurück in Lippstadt hatten wir großen Erfolg damit. Nachdem das zwei Saisons gut lief, fuhren wir nach Mailand und sagten: Gianni, komm nach Lippstadt, wir machen dich groß.

SPIEGEL: Hatten Sie keine Angst vor der eigenen Courage?

Eickhoff: Ich war eigentlich immer sehr mutig. Nach einer Woche rief Gianni an und sagte: „Wir machen den Deal.“ Meine Antwort: „Du wirst es nicht bereuen.“ Wir haben 40 Models engagiert, aus der ganzen Welt. Auch die junge Jerry Hall, die damals schon mit Mick Jagger zusammen war. Es war ein großer Auftrieb in Lippstadt, wie auf dem Hügel von Bayreuth. Alle Auguren der Mode reisten an. „Hier kommt der Berg zum Propheten“, wurde nachher von Antonia Hilke berichtet. Das war unser eigentlicher Durchbruch. Versace wurde rasant größer, machte sich ein Jahr später selbständig, und wir schwammen in seinem Kielwasser mit. Nun kam selbst jemand wie Mildred Scheel nach Lippstadt.

SPIEGEL: Sie gingen 1981 nach Düsseldorf. Warum?

Eickhoff: Wir dachten, das kann noch nicht alles gewesen sein. Es war eine Zeit, in der uns einfach alles gelang. Damals kam auch ein Beitrag über „Eickhoff“ in der Sendung „Bitte umblättern“, und durch den Autor des Beitrags István Bury lernten wir Jil Sander kennen. Sie fuhr mit ihrem Rolls-Royce vor, und wir waren uns schnell einig, dass wir ihre Kleider in unser Sortiment aufnehmen wollten. Die

Branche war damals viel unkomplizierter. Bald waren wir richtige Freunde. Jil mochte besonders meine Frau. Mit Designern wie Sander oder Versace ist „Eickhoff“ hochgeschwemmt worden. Wir hatten in unseren großen Jahren schon sehr früh alle bedeutenden Marken an der Hand. Es war unglaublich.

SPIEGEL: Wann begann die Krise?

Eickhoff: Mitte der neunziger Jahre begannen die großen Modefirmen wie Prada ihre eigenen Shops auch in Deutschland zu eröffnen. Damit veränderte sich vieles. Nach dem Tod von Gianni holte uns die damalige Versace-Direktorin in ihr Büro, nachdem wir schon eingekauft hatten,

„Herr Eickhoff, alles gut und schön, aber Sie müssen mehr Waren abnehmen, Sie kaufen zu wenig.“

und sagte: Herr Eickhoff, ich weiß, was Sie für Versace getan haben, alles gut und schön, aber Sie müssen mehr Waren abnehmen, Sie kaufen zu wenig. Von da an kam der Stress von allen Seiten. Wir haben dem getrotzt, doch die besten Zeiten gingen langsam zu Ende. Es wurde freudlos.

SPIEGEL: Finden Sie, dass deutsche Frauen gut gekleidet sind?

Eickhoff: O ja. Ich fürchte aber, das Internet wird sich nachteilig auf den Kleidungsstil der deutschen Frauen auswirken, weil dort ja keine Beratung mehr stattfindet.

SPIEGEL: Was macht guten Stil aus?

Eickhoff: Eine klare Linie und nicht alles von einem Designer. Die Kundin ist über die Jahrzehnte sehr selbstbewusst geworden. Früher glaubten uns die Damen blind. Das war vielleicht auch nicht ideal, aber heute meinen viele Frauen, sie brauchten den Blick von außen nicht mehr, und das ist eben doch oft ein Irrtum.

SPIEGEL: Gab es eine Moderichtung, von der Sie heute sagen: Das war nichts?

Eickhoff: Ja, die Midi-Mode. Die Röcke, die auf der halben Wade endeten, stehen im Grunde kaum einer Frau. Das wird sich nie wieder durchsetzen. Victoria Beckham hat diese Mode allerdings wirklich phantastisch abgewandelt, mit ihren engen, längeren Kleidern, die bis übers Knie reichen, hat sie einen Stil geprägt, das hätte ihr kaum jemand zgetraut.

SPIEGEL: War Ihnen die Mode jemals über?

Eickhoff: Nein. Wirklich nie. Aber nun bin ich leicht müde. Ich möchte jetzt ein schönes Privatleben mit meiner Frau. Wir haben das Geschäft 53 Jahre betrieben. Ich habe genug getan.

SPIEGEL: Über 50 Jahre haben Sie ausschließlich Damenmode verkauft. Wie halten Sie es mit Ihrer eigenen Kleidung?

Eickhoff: Ich schätze „Mode“ für Herren nicht wirklich. Ich bin ein konservativer Typ und trage grundsätzlich Mailändergrau oder Dunkelblau mit einem weißen Hemd, manchmal ein feiner Streifen Bleu. Aber nur manchmal.

SPIEGEL: Herr Eickhoff, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.