

Albert Eickhoff

**Der König der Allee**

Von Anke Schipp und Alfons Kaiser



Albert Eickhoff in seinem Büro in Düsseldorf auf der Königsallee

24. September 2007

Der Parcours von Albert Eickhoff beginnt im Erdgeschoss seines Luxusgeschäfts. Dort begrüßt er Stammkundinnen mit Küsschen, erfreut sich an der hohen fünfstelligen Einkaufssumme einer einzigen Käuferin, tänzelt im ersten Stock an 1000-Euro-Taschen und 2000-Euro-Mänteln entlang, wirft der Dreißigjährigen vor dem Spiegel im Vorbeigehen „Steht Ihnen ausgezeichnet“ zu und plaudert mit dem jungen Pärchen in Jeans, sichtlich stolz, dass er außer den richtig reichen Damen der Gesellschaft auch eine Generation zu seinen Kunden zählt, die sonst nur bei den Modeketten ein paar Häuser weiter zu finden ist.

Albert Eickhoff, Deutschlands bekanntester Mode-Einzelhändler, beherrscht viele Rollen. Er ist Geschäftsmann, Grandseigneur, Gesprächspartner - und exzellenter Gastgeber. Das sind Eigenschaften, die in der Modewelt verblissen, weil es kaum noch Luxusläden in Eigentümergebiet gibt. Die Mono-Brand-Stores der großen Modemarken machen sich auf den Einkaufsstraßen breit. Sie werden von Managern in Führungsetagen zentral aus Paris oder Mailand gesteuert, von Geschäftsführern geleitet und von wichtig dreinblickenden Verkäufern geprägt. Albert Eickhoff vereint all diese Rollen in seiner Person. Er entspricht dem Bild des Unternehmers aus der Gründerzeit oder zumindest des Patriarchen aus der Nachkriegsära, der sein Unternehmen aus dem Nichts zu Millionenumsätzen geführt hat, der jeden Winkel des Geschäfts kennt, nichts übersieht und dennoch zielstrebig seinen Weg geht.

**Deutschlands führender Anbieter von Designermarken**

„Eickhoff Königsallee“ - in den Tüten, die seine Kundinnen nach Verlassen des Geschäfts mit der Hausnummer 30 über die bekannteste Düsseldorfer Einkaufsmeile tragen, stecken auch Ehrgeiz und Anspruch dieses Mannes. Albert Eickhoff hat sich über Jahrzehnte zum führenden Anbieter von Designermarken in Deutschland emporgearbeitet. Er kennt die Konkurrenz: Unger in Hamburg, Breuninger in Stuttgart, Engelhorn in Mannheim, KaDeWe in Berlin, Theresa in München. Aber er hat seinen Ruf, weil er sich nur auf die Spitze konzentriert, weil er keine Zweit- und Dritt- und Viertlinien aufnehmen muss, weil er blitzschnell neue Trendmarken hereinholt. Mit einem Umsatz von rund 25 Millionen Euro im vergangenen Jahr auf nur 1050 Quadratmetern bei siebenzig Mitarbeitern arbeitet er hochkonzentriert und hochprofitabel. Eitel ist er angesichts all dieser Erfolge schon, aber von pompöser Selbstdarstellung hält er nichts: Beim Fototermin möchte er als Unternehmer, nicht als Modemensch ins Bild gesetzt werden.

Und das hängt vermutlich mit seiner Herkunft zusammen. Denn Albert Eickhoff stammt nicht aus der blondierten Landeshauptstadt Düsseldorf, sondern aus der grundehrlichen Provinz: aus Lippstadt im Kreis Soest. Als Westfale steht er mit beiden Beinen auf dem Boden, und weil Lippstadt an einer Furt des Flusses Lippe gegründet wurde, stand er in der Tradition eines Handelsknotenpunkts. Seine Eltern betrieben ein ländliches Gemischtwarengeschäft samt Drogerie und Buchhandel. Als Sohn Albert zum Einjährigen zwei Fünfen zu erwarten hatte, beschlossen sie: Der Junge kommt auf die Höhere Handelsschule. Danach plante der Vater, ihn zu einem Uhrmacher und Optiker in die Lehre zu schicken. Auf dem Nachhauseweg von einem Uhrmachergeschäft in Soest sagte er: „Du warst so langweilig!“ Albert: „Es interessiert mich überhaupt nicht.“ Er: „Was willst du denn?“ Und Albert sagte: „Ich möchte in die Mode!“

**Er kämpfte für guten Stil und gegen Vorurteile**

Den Ehrgeiz, den Albert Eickhoff noch mit 71 Jahren ausstrahlt, muss man wohl als Reaktion auf die Scham der Eltern wegen dieses ungewöhnlichen Wunsches begreifen. Sein Leben lang kämpfte er nicht nur für guten Stil und für gute Umsätze - sondern auch gegen die Vorurteile einer traditionsreichen, katholischen und akademisch geprägten Familie. Immerhin konnten seine Eltern noch miterleben, dass der Sohn seinen Willen nicht umsonst durchgesetzt hatte.

Der Achtzehnjährige trat also in Lippstadt eine kaufmännische Lehre beim Damenoberbekleidungs- und Stoffgeschäft Giesecke & Brandt an, war dann Volontär beim Konfektionär Jobis in Bielefeld, lernte an der Modeakademie in Nagold Betriebswirtschaft und Warenkunde, ging nach Betzdorf an der Sieg als Einkaufssubstitut im Modehaus Emil Gerhard - und kam von dort als ideenreicher Kollege zu Giesecke & Brandt zurück, wo er schon mit 21 Jahren Einkaufschef für Damenmode wurde. Auf der „Durchreise“ in Berlin, der wichtigsten Modemesse der Fünfziger, lernte er Brigitte kennen, die Tochter eines Boutiquenbesitzers aus Füssen im Allgäu. Statt Giesecke & Brandt pachtweise zu übernehmen, entschieden sie sich, selbständig zu werden. Auf einem Spaziergang um den Alatzsee bei Füssen beschlossen die frisch Verlobten, das Geschäft in Lippstadt „Modosalon Eickhoff“ zu nennen.

**Selbst Meinungsführer statt auf Urteile zu warten**

Mit zwei Räumen einer ehemaligen Sparkasse begannen die beiden am 15. März 1961. „Ich war leicht überheblich und begann mit den besten Kollektionen der berühmten Berliner Couture: Uli Richter, Staabe-Seger, Detlev Albers, Horn.“ Schon Mitte der Sechziger waren Albert und Brigitte Eickhoff in Paris, Florenz und Rom präsent. Sie waren die ersten deutschen Kunden von Armani und Versace (der seine erste Modenschau 1978 in der Stadthalle von Lippstadt zeigte), gehörten zu den ersten bei Prada und Gucci. Chloé kauften sie schon, als Karl Lagerfeld noch für die Marke entwarf. Mit der Zeit wuchs seine Sicherheit: „Wir haben nie auf Urteile gewartet, wir waren selbst Meinungsführer.“ Die Verlegerin Aenne Burda, die Modemacherin Lilo Fink, die Lebensgefährtin von Gerd Bucerius, Hilde von Lang - halb Deutschland kam nach Lippstadt, der Mode wegen.

Als Lippstadt zu klein wurde, zog es die Eickhoffs in die damalige deutsche Modehauptstadt. Bei der Eröffnung des Geschäfts Königsallee 56 am 10. Januar 1981 führen sie morgens nach Düsseldorf - und waren schrecklich nervös. Eickhoffs Mode war die von Giorgio Armani und Jil Sander - schlichter Luxus. Man hatte ihm prophezeit, dass er in Düsseldorf keine Chance haben werde, wenn er nicht lilafarbenes Nappa ins Sortiment nehme. Doch der Westfale triumphierte im Rheinland vom ersten Tag an: Um 10.15 Uhr kam die erste Kundin, um zwölf Uhr sperrte die Polizei die Straße - auf der „Kö“ ging wegen des Andrangs nichts mehr.

Modeuntypische Treue gehört zur Geschäftspolitik

Das Geheimnis seines Erfolgs ist auch Disziplin. Die Einkaufstouren nach Mailand, Paris und New York sind minutiös durchgeplant und offenbaren Eickhoffs kühlen Geschäftssinn, den er im Plauderton des Gesprächs nicht auf Anhieb offenbart. Die Eickhoffs ordern, wenn andere sich noch durch die Defilees in New York, Mailand und Paris treiben lassen, in der ersten Reihe ihre Gesichter in die Kameras halten und auf Empfangen Küsschen verteilen. Er will nicht gesehen werden, er will sehen: „Mit meinen Augen verdiene ich mein Geld.“ Deshalb meidet er die Laufstege, auf denen in diesen Wochen die Mode für die nächste Saison gezeigt wird. „Schauen sind für die Medien. Muss ich das noch haben?“ Sein Lehrmeister sagte zu ihm auf dem Weg von Lippstadt zur Igedo in Düsseldorf: „Eickhoff, denken Sie sich bei den Mannequins den Kopf und die Beine weg! Man will Sie nur betrogen!“ Wenn er Show will, geht er lieber in die Oper, am liebsten in Salzburg.

Albert Eickhoff hat viele Designer kommen und gehen sehen und dabei stets den nüchternen Blick des Kaufmanns behalten. „Ich habe nie zurückgeschaut. In der Mode lasse ich Nostalgie vollkommen außen vor. Mich interessiert nur das Morgen.“ Dennoch gehört zur Geschäftspolitik auch eine modeuntypische Treue. Wenn er einen Designer ins Herz geschlossen hat, hält er an ihm fest wie an einem echten Freund. Dazu gehört Roberto Cavalli, den er als Erster in Deutschland verkaufte. Als dessen Stern im Minimalismus der Neunziger sank, blieb Eickhoff ihm treu. „Man sollte nicht sofort ganz aussetzen. Man findet immer etwas, was einem gefällt. Dann nimmt man eben Hosen oder Accessoires.“ Heute ist Cavalli wieder ein Star und immer noch ein Freund der Familie. Auch Versace behielt er im Sortiment, als nach dem Tod seines Freundes Gianni die Marke an Glamour verlor. Heute hat sie sich gefangen - und bringt Eickhoff seit drei Saisons wieder beachtliche Umsätze.

Partriarch zu sein ist eine Lebensaufgabe

So nüchtern sein Blick auf die Zahlen, so enthusiastisch seine Begeisterung für junge Designer wie Zac Posen oder Nicolas Ghesquière, so eng knüpft er sein gesellschaftliches Netzwerk. Heni Hünermann, die Schwester Gabriele Henkels, führte ihn in die rheinische Gesellschaft und Kunstwelt ein. In seine Villa in Meerbusch, in der einst Mick und Muck Flick aufwuchsen, lädt er Schauspieler wie Sebastian Koch, Journalisten wie Patricia Riekel, Politiker wie Guido Westerwelle und Manager wie Dieter Spethmann, die das Essen von Maria genießen, der Köchin aus Lippstadt. Die wenigsten der anwesenden Damen zählen zu seinen Kundinnen. Aber solche Einladungen kommen natürlich auch dem Geschäft zugute, denn sie verleihen dem Modemann ein Image jenseits der Mode.

Eickhoff Königsallee - die Marke ist auch eine Familie. Tochter Susanne hat mit ihrem Mann Stefan Asbrand-Eickhoff vor einem Jahr die Verantwortung fürs Unternehmen übernommen. Mit deren Kindern Philipp-Alexander und Anna steht die nächste Generation auch schon am Start. Kollektiv zeigt man sich lächelnd vor den Kameras und manifestiert das Image der Familiendynastie, die fest zusammenhält - und sich doch nicht in die Karten schauen lässt. Die öffentlichen Auftritte sind wohl dosiert, man sieht sich als Mitglied der Gesellschaft, nicht der Society.

Offiziell ist Albert Eickhoff zwar abgetreten. Aber Partriarch zu sein ist eine Lebensaufgabe. „Ich wäre nicht unbedingt geeignet, mich konsequent zurückzuziehen“, bekennt er freimütig. Fast entschuldigend lächelt er dabei seinen Schwiegersohn an.

Text: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 23.09.2007  
Bildmaterial: Schoepal, Edgar

Zum Thema

→ [Albert Eickhoff zu Haute Couture: Keine Kunden](#)

Weitere Themen

→ [Sachlich glamourös](#)

→ [Zehnter Todestag von Gianni Versace: Was von Versace übrig blieb](#)

---

© F. A. Z. Electronic Media GmbH 2001 - 2007  
Dies ist ein Ausdruck aus [www.faz.net](http://www.faz.net)