

Andreas Malessa/Hanna Schott

# Warum sind Sie reich, Herr Deichmann?

*Die Deichmann-Story*

© 2006 R. Brockhaus Verlag Wuppertal  
Umschlag: Dietmar Reichert, Dormagen  
Satz: Ralf Krauß, Herrenberg  
Druck: Druckerei Theiss, Österreich  
ISBN-10: 3-417-24953-8  
ISBN-13: 978-3-417-24953-8  
Bestell-Nr. 224.953

# Inhalt

- 1 Ich hätte da ein paar Fragen ... **7**
- 2 **Warum sind Sie reich, Herr Deichmann?**  
Vom großen Erfolg einer einfachen Idee **9**
- 3 **Waren Sie schon immer der Primus?**  
Frühe Prägungen **13**
- 4 **Wie haben Sie überlebt?**  
Verlorener Krieg – gewonnene Zukunft **27**
- 5 **Was haben Sie eigentlich gelernt?**  
Das Multitalent **37**
- 6 **Wie kann man nur so fleißig sein?!**  
Ein Protestant wird Unternehmer **51**
- 7 **Muss man brutal sein, um groß zu werden?**  
Vom Umgang mit Kunden und Konkurrenten **63**
- 8 **Wären Sie lieber Missionar?**  
Ein Traum wird (ganz anders) wahr **83**
- 9 **Wollen Sie die Welt erobern?**  
Schuhhandel global **99**
- 10 **Was suchen Sie in Afrika?**  
Ein Projekt für Christen und Muslime **117**
- Können Sie loslassen?**  
Die nächste Generation **129**
- Johannes Rau über Heinz-Horst Deichmann 141**

# Ich hätte da ein paar Fragen ...

In unserer Nachbarstadt hat ein traditionsreiches Kaufhaus seine Tore geschlossen. Es folgten Abrissbirne, Bagger, Kräne, Betonmischer, Gerüste. Jetzt steht dort ein nagelneues Einkaufszentrum. Oben H&M, unten Deichmann, daneben Fielmann. Klar. Was sonst?



Deichmann ist offensichtlich fast überall dabei

Gut, es hätte auch die Kombination Rossmann, Deichmann, New Yorker sein können. Oder Zara, Deichmann und dm. Aber Deichmann ist offensichtlich fast überall dabei, wo es neue Verkaufsflächen zu besetzen gilt. Ich stehe vor dem Neubau, und in mir streiten widersprüchliche Gefühle: Soll ich mich jetzt darüber freuen, dass

T-Shirts, Schuhe und Brillen billiger sind als früher, obwohl das Leben doch insgesamt immer teurer wird? Oder ärgere ich mich, weil sich schon wieder die Breit machen, die manche »Billigheimer« nennen: der Kleider-Aldi über dem Schuh-Aldi neben dem Brillen-Aldi?

Das alte Kaufhaus war ein Wir-haben-alles-Sie-müssen-es-nur-finden-Laden. Nicht sehr groß, vollgestopft, unübersichtlich. Von der Zahnpasta bis zu den Zeitschriften waren es nur zwei Schritte. Aber es war ein Familienunternehmen, und es gehörte seit einigen Generationen zu dieser Stadt wie Kirche und Kneipe. Wer hier wohnt, hat dort eingekauft, einfach weil es das Kaufhaus war. Den Inhaber kannte man aus der örtlichen Presse und vom Weihnachtsmarkt, wo man mit ihm am Glühwein-Stand ein Schwätzchen halten konnte.

Wie ist das eigentlich bei den großen Billigen? Gibt es überhaupt einen Herrn Rossmann? Oder eine Frau Fielmann? Wer ist H und wer ist M? Der Chef von New Yorker sitzt doch sicher nicht in New York. Oder etwa doch?

Die Zeiten der Familienunternehmen scheinen jedenfalls vorbei zu sein. Den »echten« Herrn Deichmann soll es ja noch geben. Aber der ist sicher nicht beim Weihnachtsmarkt am Glühwein-Stand anzutreffen.

Und wenn doch? Dann würde ich ihn gern kennen lernen! Denn ich hätte da ein paar Fragen ...

## Kapitel 1

# Warum sind Sie reich, Herr Deichmann?

Vom großen Erfolg einer einfachen Idee



Anlässlich eines Staatsbesuches in Indien stellte Dr. Deichmann Bundespräsident Johannes Rau den Leiter seiner indischen Hilfsprojekte, Arun K. Mohanty, vor.

März 2003. In der großen Halle des Präsidentenpalastes in Neu Delhi empfängt der indische Staatspräsident seine Gäste. Aufgereiht wie an der Perlenschnur stehen da Herren in schwarzem

und grauem Tuch. Darunter auch Bundespräsident Johannes Rau. Graue Schläfen, dezente Krawatten, schwarz blitzende Schuhe. Einige wenige Damen bringen mit ihren Kostümen etwas Farbe in das Bild, und ein einziger Turban macht deutlich, dass sich die feierlich Versammelten tatsächlich in Indien befinden. Der Staatspräsident schreitet die Reihe ab, der Protokollchef neben ihm sagt jeweils halblaut, um welchen Gast es sich handelt. Titel, Vorname, Nachname, Händedruck. Als der Präsident vor Heinz-Horst Deichmann steht, sagt er: »Doktor Deichmann Schuhe.«

### Deichmanns Rezept: Die Masse macht's

Deichmann Schuhe, das geht nicht nur in Indien als feste Wortverbindung durch, quasi als Vor- und Nachname. Laut einer Studie denken 90 Prozent der Deutschen »Schuhe«, wenn sie »Deichmann« hören. Fester ist eine Verbindung lediglich bei Marken, die den

ursprünglichen Namen des Produkts schon völlig verdrängt haben. Wer sagt schon: »Reich mir mal den selbstklebenden Haftstreifen«, wenn er Tesafilm braucht? Oder: »Ich hab Schnupfen – wo ist nur mein reißfestes Papiertaschentuch?«, wenn er nach einem Tempo sucht. »Du hast aber schöne Deichmanns an« wäre dagegen ein Kompliment, das nicht jedem verständlich ist. Dennoch: Deichmann = Schuhe. Diese Verknüpfung ist in vielen Köpfen seit Jahren fest verankert.

Und dann gibt es da eine zweite Verknüpfung: Deichmann = billig. Da gibt es Pumps für 19,90 Euro, anzugtaugliche Herrenschuhe für 49,90 Euro und für nur 14,90 Euro ein Paar Kinder-Fußballschuhe. Heinz-Horst Deichmann selbst nennt solche Schuhe nicht billig. Schließlich hat dieses Wort auch einen negativen Beigeschmack. »Bei uns bekommt man normale, gute Schuhe zu einem ordentlichen Preis«, sagt er. »Qualität zum günstigen Preis für alle – das ist unser Firmenmotto.«

Der »normale« Kunde denkt trotzdem billig: Wie kann ein Mensch Schuhe nur so billig verkaufen? Und dann auch noch so erfolgreich, quasi an jeder Ecke? Oder noch genauer: Wie kann ein

Mensch mit so billigen Schuhen so reich werden? Denn reich ist er doch, der »Doktor Deichmann Schuhe«. Auf der Liste der hundert reichsten Deutschen belegte er 2005 den Rang 67, gleich nach Gloria von Thurn und Taxis und ein paar Plätze vor der Familie Schlecker. Auf der Liste der World's Richest People, die das US-amerikanische Wirtschaftsmagazin Forbes seit 1987 jährlich aufstellt, fand sich der Name Heinz-Horst Deichmann im Jahr 2004 auf Platz 413. Dieser Platz ist allerdings mehrfach belegt, da dreizehn Personen zwischen Russland und Brasilien über ein vergleichbares privates Vermögen verfügen. (Hans-Werner Hector, Gründer des Software-Unternehmens SAP, ist übrigens sein »Platznachbar«.) 691 Dollar-Milliardäre weltweit verzeichnet diese Liste – Diktatoren und Angehörige von Königshäusern sind da gar nicht mitgerechnet, sie laufen außer Konkurrenz.

Kann es wahr sein, dass jemand es auf Listen wie diese bringt, indem er Pumps für 19,90 Euro verkauft? – Ja. Eben weil er Pumps für 19,90 Euro verkauft. Davon lassen sich nämlich nicht nur Hunderte verkaufen, sondern Tausende und Zehntausende. Bei jedem Paar Schuhe bleiben zwar nur wenige Cent »hängen«, aber die Masse macht's. Das ist Deichmanns Rezept.



Die Masse macht's. Das heißt konkret: 2005 verkaufte die Deichmann-Gruppe weltweit etwa 100 Millionen Paar Schuhe, davon rund 60 Millionen in Deutschland. Laut Jahresstatistik kommt inzwischen

jedes fünfte verkaufte Paar Schuhe in Deutschland von Deichmann. Und jeder dritte Deutsche hat Deichmann-Schuhe im Schrank.

Damit das klappt, verkaufen die gut 13000 Mitarbeiter in den deutschen Filialen alles, was man nur an den Füßen tragen kann: High Heels und Wanderschuhe, Flipflops und Stiefel, Turnschuhe und Pantoffeln, rahmengenähte Parkett-Treter und Lauflederschuhe. »Vollsortiment« nennt das der Betriebswirtschaftler, und es bedeutet praktisch: Egal, für welche Gelegenheit der Käufer ein Paar neue Schuhe sucht – er soll zu Deichmann gehen! Denn dort gibt es alle Arten von Schuhen. Sie müssen nur noch passen und gefallen.

Zwei Drittel der Deutschen finden hier tatsächlich häufig oder ab und zu den Schuh, der passt und gefällt, und tragen so mit dazu bei, dass dieser Gigant unter den Schuhverkäufern immer weiterwächst. »Es ist nun mal groß geworden, das Deichmann-Unternehmen. Ich habe das nie gewollt, nie darüber nachgedacht, einmal der größte Schuhhändler Europas zu sein. Was heißt das denn auch? Morgen ist vielleicht ein anderer da«, sagt Heinz-Horst Deichmann dazu in seiner entwaffnend nüchternen Art.

Man mag es kaum glauben, dass da ein Unternehmen gewachsen ist, wie ein Baum wächst, einfach so, jeden Tag ein bisschen höher. Ein Sprössling, ein Bäumchen, ein Baum – konnte niemand ahnen, dass ein Mammutbaum daraus werden würde?

Doch! Das sehen wir uns näher an.

## Kapitel 2

# Waren Sie schon immer der Primus?

## Frühe Prägungen

Nein, der Branchenerbe war nicht schon von Geburt an der Primus. Eigentlich ganz im Gegenteil: Am Anfang seines Lebens war Heinz-Horst Deichmann der »Ultimo«, das letztgeborene von fünf Kindern. Aber in anderer Hinsicht war er es doch: Heinz-Horst war nämlich der erste Junge nach vier Mädchen. Die besondere Freude des Vaters darüber, dass ihm endlich ein Sohn und womöglich auch ein Nachfolger für das Geschäft geboren worden war, brauchte er nicht zu verstecken. In den zwanziger Jahren kam niemand auf die Idee, dass Wörter wie »Stammhalter« und »Kronprinz« den Töchtern gegenüber irgendwie abwertend klingen könnten. Und wenn man es doch dachte, dann störte es einen nicht. Jedenfalls nicht, wenn man ein Sohn war, und ein lang erwarteter noch dazu.

Heinrich Deichmann, der Vater, gab also am 30. September 1926 voller Stolz und Freude den Kunden in seinem Schuhmacher-Laden Zigarren aus. Kostenlos. (»Fehlfarben«-Zigarren allerdings, die er von einem Bekannten günstig erworben hatte, wie der Sohn heute schmunzelnd hinzufügt.) Julie, seine Frau, befand sich mit dem Neugeborenen und den älteren Schwestern nur eine Treppe höher. Der Laden, die Werkstatt, das Lager und die Wohnung der wachsenden Familie – alles befand sich unter einem Dach in der Borbecker Str. 77, der heutigen Johann-Brokamp-Straße 27 in Essen-Borbeck. Privates und Geschäftliches waren nicht getrennt – wenn es nötig wurde, musste auch das Wohnzimmer als Lager dienen. Man brauchte es ja ohnehin nur sonntags oder bei besonderen Gelegenheiten. Wenn der kleine Heinz-Horst störte oder in Ruhe schlafen sollte, während

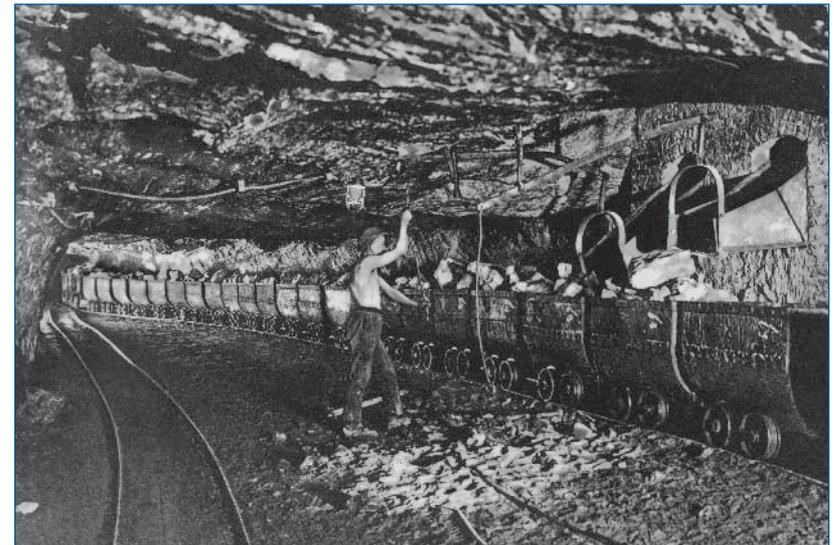
seine Mutter Kunden bediente, dann wurde der Stubenwagen kurzerhand zwischen die Schuhe ins Lager geschoben. Der Geruch von Leder wurde so zum untrennbaren Bestandteil seiner frühen Erinnerungen – und er begleitete ihn auf angenehme Weise sein Leben lang, bis heute.



Firmengründer Heinrich Deichmann mit seiner Tochter Ellen im Jahr 1921

Gegründet worden war die Schuhmacherei bereits 1913. Borbeck gehörte damals noch nicht zu Essen, es wurde erst zwei Jahre später eingemeindet, während des Ersten Weltkriegs. Das junge Unternehmerpaar, Heinrich Deichmann und Julie Ullrich, war frisch verheiratet, hatte wenig Erspartes, aber viel Schwung und Zuversicht. Heinrich nahm einen Kredit auf, kaufte modernste Maschinen für die Schuhreparatur, sparte dadurch viel Arbeitszeit und konnte so schneller und preiswerter reparieren als andere Schuster.

Deichmanns Kunden waren so gut wie ausnahmslos Bergmänner mit ihren Familien. Was sie brauchten, waren solide und preiswerte Schuhe – für die Männer mit Stahlkappen und Knöchelschutz –, und die besorgte und verkaufte er ihnen. Dabei war Heinrich Deichmann gelernter Schuhmacher, der durchaus auch selbst Schuhe herstellen konnte. Aber schon 1919, gleich nach dem Krieg, nahm er die ersten nicht von ihm selbst, sondern in einer Fabrik hergestellten Schuhe in sein Sortiment auf. Natürlich mussten auch sie schlicht, strapazierfähig und für Bergleute bezahlbar sein.



Die Bergleute im Ruhrgebiet zählten zu Deichmanns ersten Kunden

Zum Mittagessen traf sich die Familie am großen Tisch in der Wohnküche. Vor dem Essen wurde gebetet. Wenn alle satt waren, nahm der Vater die große Bibel, die immer auf dem Tisch lag, und las einen Abschnitt vor. Ruth, Ellen, Helga, Hannelore und Heinz-Horst hörten mehr oder minder aufmerksam zu. Vieles verstanden sie nicht, manches aber doch. Sie behielten das eine oder andere – und bekamen so