

VON ANNA GÜNTHER

Die Fassade aus Glas und Stahl. Clean, kantig, silbern. Anzugträger hetzen durch die Fünf Höfe, daneben Frauen auf der Jagd nach dem neuesten Chic. Eine Boutique reiht sich an die nächste. Ein Schaufenster fällt aus der Reihe: Darin drehen sich Duftlampen auf einem Plexiglas-Karussell, Zigarren liegen aufgereiht in Holzkästchen, Pfeifen balancieren im Regal. Die Lادتür schließt sich mit einem leisen „Plopp“. Stille. Geschwindigkeit und Hektik der durchgestylten Massen scheinen im Inneren von „Wilhelm & Richard Diehl“ wie abgeschnitten. Es duftet nach Tabak. In den Vitrinen reihen sich lederne Kulturtaschen, Dutzende Pfeifen, unzählige Tabake, Feuerzeuge, Humidore und Spiele aneinander. Ein Laden wie aus der Zeit gefallen.

Seit 152 Jahren gibt es „die Firma“, wie Helmut Diehl sein Familienunternehmen nennt. Mit Mafia-Attitüde oder Macher-schaften à la John Grisham hat das Geschäft wenig zu tun. Der Stellenwert im Familienleben dürfte aber vergleichbar sein. Das Geschäft war stets allgegenwärtig, schon zu Zeiten des Firmengründers Wilhelm Diehl arbeitete die ganze Familie in

MÜNCHENS HEIMLICHE REGENTEN



Folge V: Helmut Diehl SZ-Serie

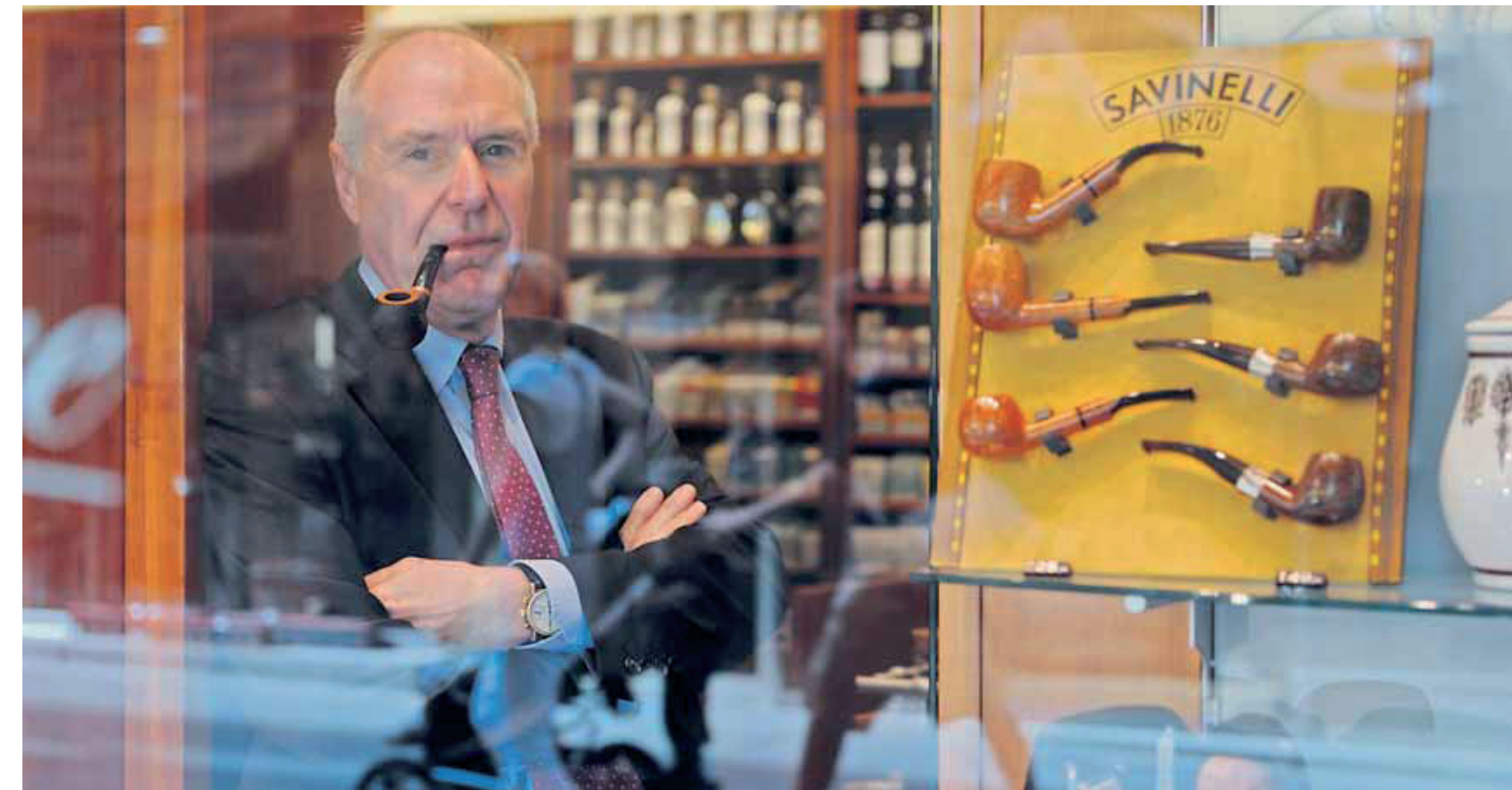
der Manufaktur für Dreher- und Schnitzereien aus Elfenbein und im angeschlossenen Geschäft mit. Freizeit und Privatleben sei immer Nebensache gewesen, auch Helmut Diehls Eltern, „lebten zuerst das Geschäft, und wenn dann noch etwas Zeit übrig blieb, kam der Rest“, sagt der Ladeninhaber.

Geändert hat sich daran wenig, Elfenbein verkauft Diehl zwar keines mehr, aber auch seine Frau Rita arbeitet mit, und seit eineinhalb Jahren engagiert sich mit Tochter Caroline die fünfte Generation im Geschäft. 14 Mitarbeiter beschäftigt Helmut Diehl in seinen drei Läden, Herzstück ist seit zwölf Jahren das Geschäft im Maffei-Hof der Fünf Höfe.

Dass Helmut Diehl als einziges Kind die Tradition weiterführen und in die Firma eintreten würde, war schnell klar. Rebellion kam nicht in Frage. 1969, als die Studenten auf den Straßen protestierten, begann er eine Lehre bei seinen Eltern Elisabeth und Wilhelm Carl. Dabei träumte Helmut Diehl von einer Karriere als Karosserie-schneider, Autos faszinierten ihn schon als Jungen. „Meine Eltern hatten auch nichts dagegen, aber mit der Zeit wurde es selbstverständlich, dass ich ins Geschäft gehe.“ Sein Pflichtbewusstsein war so stark, dass Helmut Diehl auch an freien Tagen oft nur an die Firma und an die arbeitenden Kollegen dachte, die ihn für einen „faulen Hund“ halten könnten.

Trotz des geraden Weges ins Familienunternehmen habe er hart für seine Ideen kämpfen müssen, sagt Helmut Diehl. Mutter Elisabeth sei als Hüterin der Finanzen konservativ gewesen, während Vater und Sohn spontan ihre Einfälle wie eigene Tabake oder Kataloge umsetzten. „Als kleine Firma muss man das selbst machen, die großen Unternehmen haben dafür Spezialisten.“ Aus neuen Ideen für das Geschäft zieht er Kraft, sogar auf dem Nachttisch liegt ein Notizbuch.

Als seinen größten Coup betrachtet er die Einführung der karibischen Import-Zigarre ins Sortiment, vorher gab es bei „Wil-



Hobby-Rennfahrer mit einer Vorliebe für England: Helmut Diehl in seinem Geschäft.

FOTO: STEPHAN RUMPF

helm & Richard Diehl“ hauptsächlich Rauch-Zubehör. Pfeifen, Feuerzeuge, Accessoires. Bis Mitte der Sechziger Jahre hat die Import-Zigarre hierzulande kaum eine Rolle gespielt, sagt Diehl. In deutschen Salons, Gaststätten und Bibliotheken qualmten deutsche Zigarren und Pfeifen. „Die Zigarre war uninteressant. Jeder Mann, der auf sich hielt, hat damals Pfeife geraucht, das sieht man ja auch in den alten Filmen“, sagt Diehl.

Seit dem frühen 19. Jahrhundert war Rauchen ein Ausdruck von gesellschaftlichem Rang: Der Mann von Welt paffte im Herrenzimmer Pfeife, im blauen Dunst wurde Politik gemacht. Noch in der Mitte

des 20. Jahrhunderts stand genussvolles Rauchen für Macht und Wohlstand – Winston Churchill ohne kubanische Zigarre? Undenkbar. Rauchen war lange Männern vorbehalten, entsprechend gehörte Tabakkonsum seit den Zwanziger Jahren ebenso zur Emanzipation der Frau wie Bubikopf und Minirock.

Erst Anfang der siebziger Jahre ist die karibische Importzigarre zum Statussymbol avanciert, sagt Helmut Diehl. Die Idee, das Sortiment des Pfeifenladens zu erweitern, entstand 1973 in London. Dort arbeitete Helmut Diehl nach seiner Lehrzeit ein Jahr in der Firma Alfred Dunhill. „Es war mehr der Service und der Umgang mit den

Kunden, der mich faszinierte als die Zigarre an sich“, erinnert sich Helmut Diehl. Wenn Prinzessin Margaret bei Dunhill anrief und eine Stange Kent-Zigaretten bestellte, brachte einer der Moped-Fahrer die Ware in den Palast. „Das wollte ich auch für unseren Laden, das passte zu uns.“ Die Zigarre war sein Produkt in der Firma und ihre Einführung die stärkste Veränderung seit der Gründung.

Der Genuss rückte gesellschaftlich wieder in den Vordergrund – im Geschäft von Helmut Diehl spielen Zigaretten bis heute eine untergeordnete Rolle. Er verkauft sie zwar und raucht sie auch, ebenso wie Pfeife und Zigarren, aber der Schwerpunkt liegt anderswo. Rauchen ohne Hast, an einer Churchill pafft man bis zu 45 Minuten. Die Einführung des Rauchverbots in Gaststätten 2010 scheint sich kaum auszuwirken.

Trotzdem hält Helmut Diehl das Gesetz „persönlich für unseriös, man kann Rauchen nicht einfach so verbieten“. Es gehe weniger um die Gesundheit der Endverbraucher als um die Machtkämpfe zwischen Pharma- und Tabakindustrie, findet Diehl. Vor Lokalen stehen in der Regel Zigaretten-Fans, die Genießer müssen zu Hause rauchen oder sich in großen Hotels in „Cigar-Lounges“ zurückziehen. Sogar in der Allianz-Arena gibt es einen solchen Luxus-Raucherraum für Logengäste. Man bleibt im blauen Dunst wieder unter sich.

Trotzdem erweitert Diehl seit gut acht Jahren das Sortiment und bietet neben Rauchwaren auch Whiskey, Obstbrände oder Lederwaren an. Zum internationalen Kundenstamm gehören Schauspieler, Politiker, Professoren und Prominente. Und Bayerns Adelige. Wer sich regelmäßig im

Geschäft aufhält, wundert sich nicht mehr, wenn der Chef sich verbeugt und „Durchlaucht“ persönlich bedient. Neben Thomas Gottschalk, Ralf Möller oder Münchner Fußball-Prominenz kommt auch Herzog Franz von Bayern regelmäßig in Diehls Geschäft. Dass Honoratioren bei ihm kaufen, sei ihm „fast wichtiger als Geld zu verdienen“, sagt Diehl. Diese Menschen seien nicht an München gebunden, und es zeichne den Betrieb aus, wenn sie dort einkauften. Service ist alles, wie seinerzeit in London. „Verkaufen ist mehr als eine Breze über den Tresen zu reichen. Ein guter Verkäufer ist vorbereitet, weiß, was der Kunde will, wenn dieser den Laden betritt. Der Kunde soll viel Geld bei mir lassen und das als Glück empfinden.“

Er brachte karibische Zigarren nach München

Bescheiden wirkt der 61-Jährige, fast zu bescheiden. Und grüblerisch, Falten haben sich tief in seine Stirn gegraben. Doch der Schalk blitzt im Gespräch immer wieder hervor und lässt Helmut Diehl beinahe jugendlich wirken.

Bei aller Tradition könne eine Firma nur bestehen, wenn sie zeitgemäß sei, sagt Helmut Diehl. Wichtiger noch als der Spagat zwischen Innovation und Tradition sei aber die Glaubwürdigkeit. Krisen kommen immer, da könne aber sogar die eigene Firmengeschichte Mut machen.

Als der neue Laden in der Hypo-Passage Mitte der Achtziger Jahre wenige Tage nach der Fertigstellung ausbrannte, verkaufte Helmut Diehl die unbeschädigten

Waren per Telefon und packte nachts Päckchen für den Versand. Er hatte kurz zuvor die Leitung der Firma übernommen – und glücklicherweise die Versicherungspolice erneuert. „Das Wichtigste war, schnell zu reagieren und die Kundenbindung nicht zu verlieren, um weiter unter den Ersten zu sein.“ Auch die Konstrukteure im Rennsport ließen sich schließlich immer etwas einfallen.

Die Rennsport-Metaphern sind ein fester Bestandteil in seinem Wortschatz. Der Blick schweift im Gespräch immer wieder zu einem Triptychon von Jim Clark – neben Modellautos und einem Zigarren-Bild der einzige Schmuck im Büro. „Clark war der beste Rennfahrer, den es bisher gab.“ Schnelle Autos und Rallies sind neben „allem, was englisch ist“, seine große Passion, die sich nicht zuletzt in der Vorliebe für Golf und Shortbread-Kekse äußert. „Clark war ein Ausnahmetalent, mit dem bin ich aufgewachsen.“ Als Bub fuhr er Goggomobil, mit 18 die erste Rallye. „Mittlerweile träume ich das Hobby mehr, als ich es ausüben kann“, sagt Helmut Diehl.

Die Verantwortung für Geschäft und Familie lasse nur drei Rennen im Jahr zu. Seine Eltern hätten ihn als Jugendlichen nur vom Rennsport zum Golfen gebracht, „weil das irgendwie englisch ist“, sagt Diehl und lacht. „Und wenn es einen Wunsch in meinem Leben gab, dann nach England zu gehen.“ Der Kampf für Kontinuität und Zukunft des Geschäfts bedeutet auch Verzicht. Noch.

Der Zukunft blickt Helmut Diehl gelassen entgegen. Denn die Nachfolge ist geregelt. Mit seiner 30-jährigen Tochter Caroline steht die nächste Generation schon mit neuen Ideen bereit.

Die Geschichte von Pfeifen Diehl

1860 gründete der Esslinger Wilhelm Diehl in München einen Betrieb für Elfenbein Dreher- und Schnitzereien, das Material war zu dieser Zeit sehr in Mode. Für den Adel und das wohlhabende Bürgertum wurden Gebrauchsgegenstände wie verzierte Handschuh-Weiter, Fächer, geschnitzte Griffe für Spazierstöcke oder Verkleidungen von Zigaretten-Etuais aus Elfenbein, Bernstein und Horn hergestellt. 1890 erweiterten Diehls Söhne Wilhelm und Richard den Betrieb und eröffneten in der Schützenstraße nahe des „Centralbahnhofs“ ein Geschäft, in dem bald auch Pfeifen und Zubehör verkauft wurden. Der Markt boomte, der Mann von Welt rauchte Pfeife – der Name Pfeifen Diehl bürgerte sich in München ein. Richard Diehl siedelte das Geschäft in den Luitpoldblock um und verkaufte von 1913 an als erste Firma außerhalb des Londoner Mutterhauses Dunhill-

Pfeifen. Diehl bot in der Residenzstraße Elfenbein- und Bernsteinwaren, Pfeifen, Lederwaren und Geschenkartikel an. Nach dem Zweiten Weltkrieg waren von Geschäft und Manufaktur nur noch Reste übrig. Wilhelm Carl Diehl, Sohn von Richard, stellte nach seiner Rückkehr aus der Kriegsgefangenschaft Angelgerten für die US-Army her und versuchte, das Geschäft wieder aufzubauen.

Helmut Diehls Vater Wilhelm Carl eröffnete ein Geschäft in der Theatinerstraße und nahm Tabak in das Sortiment auf. 1969 begann Helmut Diehl seine Lehre im Familienbetrieb, brachte 1973 die Import-Zigarre ins Geschäft und übernahm Mitte der Achtziger die Leitung. 2001 folgte mit dem Umzug in die Fünf Höfe die Eröffnung von „Diehl Exklusiv“, einem Geschäft für Damen. 2010 ist mit Caroline Diehl die fünfte Generation in das Familienunternehmen eingetreten. ANGU