



Heinz-Herbert Dustmann, predilección por Aragón

“A los 19 años, trabajando en la fábrica de mi padre, me envió a la planta de Zaragoza para perfeccionar mi trabajo y mejorar el dominio de la lengua española. Ahí comenzó mi cariño por Aragón”.

“Mi mujer y su familia son zaragozanos, aquí la conocí, aquí tenemos una casa en la que vivimos muchos periodos del año y desde donde salimos a conocer toda la cultura de Aragón”

Heinz-Herbert Dustmann, un alemán de cincuenta y pocos años, preside la multinacional *Dula*, fundada en 1953, una de las primeras empresas europeas dedicadas al equipamiento comercial. *Dula* tiene plantas de fabricación en cinco países y planifica, desarrolla, produce y monta los equipamientos de las más importantes marcas comerciales de Europa.

En el verano, *Heinz-Herbert Dustmann* cambia las tibias tierras del norte de Alemania y los paisajes de su Dortmund natal, por su casa en Zaragoza. Desde sus ventanales divisa las nieves del Pirineo y las primeras ondulaciones de los Monegros. Un contraste que alimenta su cariño por Zaragoza, aunque los principales motivos para ser vecino de esta ciudad sean otros más profundos. El principal, que su esposa, *Marisa*, a la que conoció hace casi 30 años, es zaragozana y de familia zaragozana. Luego, que Zaragoza fue la vía de entrada en la cultura española y, finalmente, una de las plantas de producción de *Dula Ibérica*, está ubicada en la capital.

¿Qué le hizo “enamorarse” de España y de Zaragoza?

- No fue un flechazo instantáneo, sino una seducción continuada. No fue por un motivo concreto y momentáneo sino que fue un interés prolongando y creciente.

¿Cómo comenzó esa historia?

- Tengo una foto mía en el Parque del Retiro de Madrid, cuando tenía 6 años. Mi madre y yo acompañamos a mi padre a un viaje de negocios y fue mi primer contacto con España. Unos años después, con ocasión de otro viaje de mi padre, conocimos Mallorca, al que siguieron otros viajes aislados por temas profesionales para mantener entrevistas con nuestros clientes en España. Con todo ello, iba conociendo cada vez más España y me iba enamorando más de este país.

¿Cuándo aparece Zaragoza en su biografía?

- Cuando decidí que, al finalizar mis estudios, vendría a conocer España con más calma y profundidad. A los 19 años, yo trabajaba ya en la fábrica de mi padre y me envié a la fábrica de Zaragoza para continuar mi trabajo y mejorar mi dominio de la lengua española. Era el momento en el que había finalizado mis estudios iniciales en Alemania y había hecho unos cursos de ebanistería para introducirme en el objeto de nuestra empresa. Yo quería realizar antes que nada cursos de formación profesional que me permitiesen ayudar a mi padre en su trabajo. Luego haría mis estudios superiores.

¿Cuándo comienza a conocer el resto de Aragón?

- Mi primera estancia en Zaragoza duró solamente seis semanas. Las tres primeras las empleé para adentrarme en el idioma español, para lo que tuve un profesor que no solamente me enseñó el español, sino que me hizo conocer toda la geografía de Aragón y muchos de los monumentos de esta ciudad, de esta región y de España. Luego, hice unos cursos en la Facultad de Letras de Barcelona, sobre cultura española y, finalmente, me matriculé en ESADE y en la Facultad de Economía de la Universidad de Barcelona para realizar mis estudios profesionales superiores.

¿Qué fuerza actuó para que su corazón se inclinase por España?

- El carácter de sus gentes, muy abierto y comunicativo, muy diferente a la expresión generalizada en Centroeuropa. Me impresionó la densa historia cultural de España, la fuerza de sus manifestaciones humanas, como el arte, la religión, etc. Y me conmovió el carácter de las mujeres españolas que tienen su propia forma de expresar la feminidad.

Aquel cariño inicial, ¿se ha mantenido?

- Me casé con Marisa, una zaragozana, aquí tenemos una casa a la que venimos con frecuencia con nuestros hijos y, en los días que pasamos en Zaragoza, hacemos visitas a muchos territorios de Aragón.



■ Dustmann con su esposa Marisa.

El empleo del tiempo libre

¿Predilecciones?

- Toda manifestación que muestre la cultura y la forma de ser de una población: arquitectura, religión, gastronomía... Estoy convencido de que la gastronomía es una muy fiable expresión de la cultura de un país o una región.

¿Tres expresiones gastronómicas que le encandilen?

- Los cogollos de Tudela, el jamón de Teruel y los tomates que se cultivan aún en algunas huertas del Valle del Ebro y, por supuesto, los vinos del Somontano.

La forma en que emplea el tiempo libre es una de las más fiables manifestaciones de la personalidad. ¿Cuáles son sus hobbies preferidos?

- La degustación de expresiones culturales, singularmente la música. Canté en un coro de aficionados cuando estudiaba en Barcelona, la coral Madrigal. Llegué a cantar en el Nou Camp.

¿Cómo hincha "culé"?

- No, como perteneciente a ese coro catalán. Con ocasión de un encuentro internacional muy importante que se celebró en ese estadio, hubo una actuación previa de un conjunto de corales, que reunió más de 2.000 voces. Una de ellas era la mía como componente del coro Madrigal.

¿Ha hecho más pinitos con la música?

- Soy un ferviente auditor de música, sea clásica o moderna, e intento mejorar mis conocimientos de piano y guitarra, aunque no paso de ser un aficionado.

Seguimos indagando en su tiempo libre. ¿Cuál es su afición predilecta?

- El golf. Casi desde que nos conocemos mi esposa y yo hemos jugado al golf siempre que hemos podido. Mi esposa es una ferviente enamorada del golf.

¿Qué le seduce de este deporte?

- Que, como deporte es competitivo y tenso, pero nunca rebasa ciertos límites de agresividad. Es un deporte sereno, pero que precisa concentración, lo que te permite evadirte de otras ocupaciones y que se juega en un escenario de gran belleza y que se puede jugar sólo, sin contrincante, ya que puede jugar contra uno mismo.

¿Dos de esos bellos escenarios?

- "La Peñaza", en Zaragoza y "La Cala" en Mallorca.



■ Heinz-Herbert en la bodega de la "Casa de las marcas"



■ Otros espacios de la "Casa de las marcas"

Hablemos de negocios

¿Cuál ha sido la receta que ha permitido el desarrollo y crecimiento de su empresa que se creó en 1953 hasta llegar a ser un líder?

- Desde el nacimiento de Dula, todos nuestros empleados se comprometen a una planificación creativa, a tener como objetivo básico el desarrollo de la empresa, a base de una realización individual y un valorado diseño.

Es cierto que la moda cambia con rapidez, ¿también cambia el escenario donde se expone? ¿Cambia la moda de los establecimientos que venden moda?

- Está claro que una cosa es la mercancía que se expone y otra es la forma en la que se pone en escena, pero ambas están muy relacionadas. Los establecimientos que más cambios necesitan en su interiorismo, son precisamente aquellos que venden moda. Este es el principio sobre el que gira nuestra creación y diseño de las tiendas de moda. En Dula estamos convencidos que el equipamiento de un establecimiento, comercio, tienda, está también vinculado con la misma moda. Cambia la moda que se expone y, al mismo tiempo, cambia el escenario donde se expone. Muchas de nuestras tiendas, cambian totalmente de diseño cada tres años.

¿Qué impera más en sus instalaciones, el diseño o la funcionalidad?

- Ambas cosas. Nuestra línea directriz en los proyectos que asesoramos se centra en conectar estética y funcionalidad. Intentamos mezclar equilibradamente módulos y elementos flexibles, la estética y lo técnicamente factible. El poder coordinar todo ello de manera óptima es la tarea del jefe de proyectos de Dula.

¿Es un diseño exclusivamente plástico?

- Siempre consideramos el diseño de tiendas de manera íntegra. Es decir, los colores, las formas y los materiales, la luz y el sonido, la información y la presentación siempre van juntos y crean un ambiente en el que la compra es un placer. Con esta exigencia realizamos los proyectos nacionales e internacionales.

En Europa ya es célebre su "Casa de las marcas" como máxima expresión de un local comercial. ¿Cómo es?

- Es una atmósfera donde sentirse a gusto. Se trata de crear una instalación con luces, suelos uniformes, recorrido redondo y fluido, donde se cree un ambiente homogéneo y los clientes se sientan a gusto.

Hace unas semanas, la Cámara de Comercio de Westfalia ha concedido el premio anual a su empresa. ¿Qué cree que le reconocieron?

- En el acto de entrega, el presidente del pequeño comercio de Westfalia-Münsterland, simbolizó en nuestro centro de aprovisionamiento nuestra doble condición de carpinteros y de comerciantes industriales.

¿Se ha frenado el crecimiento de su empresa en estos dos años de crisis?

- Quizás no hemos crecido al mismo ritmo acelerado que los años anteriores, pero hemos mantenido un crecimiento sostenido.

¿Cuál ha sido su arma secreta para mantener la actividad en una crisis como la actual?

- Lo que nos ha mantenido en un alto nivel de ocupación es que nos hemos preparado para ella. Nuestra estrategia ha sido mantener la misma línea de actuación que hemos tenido desde el comienzo de nuestra actividad.

¿Consistente en...?

- Innovar permanentemente, minimizar los costes, optimizar la calidad, ir un paso por delante de la competencia.

¿Inversiones?

- Siempre con recursos propios. Hay que mantener una línea constante en la capitalización de la empresa provisionándola de recursos en los momentos de bonanza económica para estar tranquilos cuando las cosas vienen mal. ■