

Der Edelschuster

Über den Luxus in der Nische: Dieter Kuckelkorn betreibt seit 35 Jahren eine Schuh-Manufaktur in Spanien und hat in Aachen einen Laden, der die Idee der Manufaktur auf Kleider und Schuhe überträgt

In der Elisabethstraße in Aachen gibt es einen Laden, der so schön altmodisch ist, dass er eigentlich gar nicht hierher passt. Er sieht aus, als sei er von einem Filmregisseur aus der altherwürdigen Savile Row in London nach Aachen verfrachtet worden, um einen Film zu drehen. Im Fenster stehen Kleider und Schuhe. Aber irgendwie sieht der Laden eher aus wie eine alte Buchhandlung. Tatsächlich war er das mal. Der Chef dieses Ladens war glücklich, dass er eines Tages die Buchhandlung mit den schönen alten Fenstern übernehmen konnte, um das zu zeigen, was heute die Seele des Geschäftes ist: In Manufaktur gefertigte Kleider und Schuhe. Der Laden mit dem „Savile Row-Appeal“ ist übrigens nicht nur ein Laden, sondern ein Schauraum für eine berühmte Schuh-Manufaktur, dabei klingt der Name ganz bodenständig und bescheiden: „Dieter Kuckelkorn Schuhhandwerk“

Der Chef dieses Ladens ist ein Rheinländer, hat aber „spanisches Blut“. Als er sieben Jahre alt war, sind seine Eltern mit dem damals aufflammenden Tourismusboom nach Spanien gegangen und haben sich in der Gastronomie selbstständig gemacht. Kuckelkorn ist in Spanien aufgewachsen und hat die Mentalität inhaliert. Damals herrschte noch der Diktator Franco, das Land war vom restlichen Europa abgeschottet. Kuckelkorn sagt: „Spanien war damals für die anderen Europäer wie Dritte Welt.“

1972 war Kuckelkorn 20, hatte zwei Sprachen und zwei Mentalitäten. Daraus machte er ein Geschäftsmodell. Er übernahm die Vertretung einer spanischen Firma, die hochwertige Schuhe herstellte, und versuchte, sie auf dem deutschen Markt zu vertreten. Das hat nicht funktioniert. Die deutschen Schuhläden wollten keine spanischen Schuhe. Und die Passform stimmte auch nicht, spanische Schuhe wurden in England und den USA vermarktet. Da hat Kuckelkorn umgeschaltet von den Schuhleuten auf die Herrenausstatter. Sein erster großer Kunde war Dolf Selbach in Düsseldorf. Damals der größte und berühmteste deutsche Herrenausstatter. „Ich habe drei Anläufe gemacht, bis ich vorgelassen wurde. Selbach wusste sehr präzise, was er wollte. Er hat klar definiert, was und

wofür er was wollte. Als diese Aufgabe erfüllt wurde, war ich mit ihm extrem erfolgreich. 800 Schuhe pro Saison.“

In Spanien endet die Ära Franco, und 1977, mit 25 Jahren, übernimmt Kuckelkorn eine eigene Produktion in Spanien. Sein Rezept: Spanische Schuhe für den deutschen Markt machen, und zwar mit einer deutschen Passform. Für Männer und für Frauen. Er beschäftigt damals 47 Leute und produziert Schuhe als Manufaktur. Die Schuhe wurden unter anderem vermarktet unter dem Namen „Herbert Johnston“ (Agentur Heidrich + Kirkwood). Pro Tag wurden 150 Paar Schuhe hand-



werklich erstellt, damit kam er auf 30 000 Paar Schuhe pro Jahr. Gleichzeitig entwickelte Kuckelkorn Damen- und Herrenschuhe für Etienne Aigner und lieferte den Münchnern bis zu 40 000 Paar Schuhe pro Jahr.

1998 kommt der große Bruch. Der Druck der großen italienischen Marken wie Prada, Gucci, Tod's wird immer massiver und er verstärkt sich in dem Maße, wie die Luxus-Verstärker über eigene Geschäfte agieren. Es beginnt ein Hype um Marken, der zuvor im Schuhgeschäft undenkbar war. Von diesem

Hype werden auch die klassischen deutschen Marken immer mehr verdrängt. Verunsichert durch die Wucht dieser übermächtigen Konkurrenz denkt Kuckelkorn daran aufzuhören. Ein langjähriger Geschäftsfreund hält ihn davon ab. Dieser Freund ist Antonio Arigno in Almansa, ein berühmter Sohlen- und Lederproduzent. Arigno sagt: „Wir machen das zusammen. Du machst die Modelle, ich kümmerge mich um den Ledereinkauf.“ Das ist genau zehn Jahre her. Kuckelkorn hat die alten kostbaren Modellschablonen und Maschinen von der Jahrhundertwende und aus den 20er Jahren. Vor allem die Rahmen-Nähmaschinen, mit denen man handwerkliche Schuhe machen kann. Und Arigno (69) ist der große Leder- und Sohlen-Spezialist. Heute beschäftigen die beiden 22 Leute, machen pro Werktag 20 Paar Schuhe mit unzähligen Leder- und Futter-Varianten.

Die kleine Manufaktur ist auch für Spanien ein Wunder. „Denn“, sagt Kuckelkorn, „auch von den großen spanischen Anbietern lassen heute 99% alles in Tunesien machen.“ Kuckelkorn sagt: „20 Paar. Das kann man nur einordnen, wenn man weiß, dass ein Arbeiter bei Alden in Amerika mit der Good-year-Maschine am Tag bis zu 1500 Paar Schuhe mit dem Rahmen vernäht.“ Und Alden gehört im Männermarkt bereits zu den absoluten Hochpreis-Marken.

Bei Kuckelkorn macht ein Mensch am Tag ein bis zwei Paar Schuhe. Da sind die alten Maschinen, die alten Techniken, das kostbare Leder. Dabei sind das hier keine Maßschuhe, denn die bräuchten 60 bis 80 Stunden und entsprechend hoch wäre der Preis. Das beste Leder für die Männer ist das Pferdeleder, und zwar aus dem Spiegel der Rösser. Dieses Leder kommt von der Firma Horween aus Chicago. Sie ist die einzige, die dieses hochwertige Leder gerbt. Ein Paar pro Pferd. Bei Alden kosten solche Schuhe rund 650 Euro, bei Kuckelkorn 900 bis 1200 Euro. Den Unterschied macht die handwerkliche Herstellung.

Der Schwerpunkt der Kollektion liegt bei den Männern (60%). Und hier liegt auch der größte Aufwand. Für die Entwicklung eines Leistens braucht es bis zu zweieinhalb Jahre. Hier liegt die größte Leistung, denn hier steckt auch das Geheimnis der Passform. Kuckelkorn entwickelt seine Formen nur für Mitteleuropa, denn „unsere Schuhe passen nur bei uns“.

Folgerichtig sind denn auch persönlich geführte Ausstatter wie Braun und Ladage und Oehlke in Hamburg, Blaser in Zürich, Charlie Diehl in Frankfurt, Michael Jondral in Hannover oder Manfred Müssig in Bad Soden typische Kuckelkorn-Kunden. Dazu einige Große wie das Quartier 206 oder Engelhorn in Mannheim, die mit dem neuen Accessoires-

haus ein hochwertiges Schuhsortiment aufgebaut haben.

Die Schuhe, die die kleine Manufaktur produziert, rangieren in der Etage des obersten Luxus. Mit dem Pferdeleder liegt man bei rund 1200 Euro, bei Kroko geht's auf rund 1400 Euro, und wenn man Nil-Krokodil verwendet, dann ist man für Chelsea-Boots bei 6300 und für Schuhe bei 3800 Euro. Man ist hier in der Attolini- und Kition-Etage. Kein Wunder, dass die großen Häuser wie Quartier 206 auch für Schuhe regelrechte Trunk-Shows machen.

Im Oktober gab es eine beim Quartier 206, und da hat Kuckelkorn an einem Wochenende 52 Paar verkauft. Neueste Errungenschaft in der Kollektion ist eine Serie namens „Dieter Kuckelkorn Tradition“ mit ausgesuchtem Oberleder und einer grubengegerbten Rendebachsohle. Da kostet ein Paar rund 800 Euro.

Es gibt für die Damen keine Galanterieschuhe. Auch die Damenschuhkollektion orientiert sich eher an maskulinen Stilen. Wunderbar für den Sommer sind Mokassins, und federleicht sind jene Modelle, die im Jahr 1967 für einen Formel 1 Rennfahrer entwickelt worden sind und die sich ein Liebhaber neulich als Re-Edition hat machen lassen. Daraus entstand ein Kollektions-Segment von sehr sportlichen komfortablen Modellen. Insgesamt produziert Kuckelkorn 6000 Paar Schuhe im Jahr. Das ist verschwindend wenig im Vergleich zu Alden, Edward Green oder Allen Edmonds.

Weil aber Dieter Kuckelkorn nicht nur Spaß an schönen Schuhen, sondern auch an schönen Kleidern hat, hat er vor vielen Jahren in seiner Heimatstadt Aachen einen Ausstattladen gegründet, damit er ganz nah am Puls der Zeit ist. Ähnlich wie bei den Schuhen geht es auch bei den Kleidern um den Spirit der Manufaktur.

Alles, was man findet, wird unter dem Namen Kuckelkorn verkauft. Die größten Partner sind Partenopea in Neapel und ein klitzekleiner Betrieb namens Pathos in Bari. Ab 2011 wird er auch mit Attolini zusammenarbeiten.

Was Kuckelkorn seinen Kunden bietet, atmet einen ganz eigenen Stil. Es ist weich, unkonstruiert und hat einen feinen Touch von Sportlichkeit. Die Devise des Geschäftes heißt: „Wir wollen, dass der Kunde perfekt ist.“

So ist es auch kein Zufall, dass viele der Kunden nicht aus Aachen, sondern von weit her kommen. Dieter Kuckelkorn hat keinen Kundenstamm, er hat sich im Laufe dieser vielen Jahre eine Fan-Gemeinde aufgebaut. Kuckelkorn-Kunden wollen keinen Konsens, sie wollen Individualität. Dafür sind sie bereit zu zahlen. Und kein Weg ist ihnen dafür zu weit. ■

PETER PAUL POLTE



Dieter Kuckelkorn hat vor 35 Jahren seine Schuhmanufaktur begründet. Er ist einer der ganz wenigen Edelschuster in Deutschland. Jeden Tag entstehen total handwerklich nur 20 Paar Schuhe. Er beliefert Deutschlands beste Modehäuser.

