

manager magazin 12/2005, Seite 280

<http://www.manager-magazin.de/magazin/artikel/0,2828,385234,00.html>

S C H U H E

## Einfach edel im Auftritt

Von *Wolfgang Hirn*

### **Drei deutsche Geldgeber retten eine traditionsreiche Budapester Manufaktur. Mit dabei: Porsche-Chef Wendelin Wiedeking.**

Es ist kurz vor sechs Uhr morgens. In einem Budapester Vorort huschen dunkle Gestalten vorbei an einem Wachhäuschen, das rund um die Uhr besetzt ist. Sie durchqueren einen lehmigen Vorgarten und steigen in die zweite Etage eines unscheinbaren Hauses hinauf. Dort, in den kleinen Räumen, werden sie acht Stunden lang arbeiten - akkurat und fleißig wie Maschinen.

Die 40 Frauen und Männer sind Handwerker. Sie sind Schuhmacher. Und irgendwie auch Künstler. Jeder Schuh, den sie zusammennähen, ist ein Unikat. Und deshalb trägt jedes der rund 35 Paare, die sie täglich fertigen, das Signum eines Meisters, direkt neben dem Label "Heinrich Dinkelacker - Feinste Budapester Handarbeit seit 1879".

Dinkelacker - das klingt deutsch und ist auch deutsch. Der Firmengründer kam aus Schwaben. Und auch sein Enkel Burkhardt Dinkelacker hatte sein Domizil in Sindelfingen. Doch weil die Schuhherstellung hier zu Lande zu teuer wurde, startete die Fertigung schon vor knapp 40 Jahren in Budapest.



© Christoph Bauer

**Echte Budapester:** Grobes Schnitzwerk am feinen Schuh

Vergangenes Jahr fühlte sich der 76jährige Schuhpatriarch zu alt für das Geschäft. Aber weder Sohn Wolfgang, ein Zahnarzt, noch Tochter Andrea, die einen Zahnarzt geheiratet hatte, wollten die Firma übernehmen. Dinkelacker suchte deshalb einen Käufer und fand Ex-IBM-Manager Norbert Lehmann (60), der sich seit Jahren im Beteiligungsgeschäft tummelt und die Mehrheit von 51 Prozent übernahm.

Lehmann wohnt in Bietigheim-Bissingen, genau wie Porsche-Chef Wendelin Wiedeking (53), der schon seit seiner Studentenzeit meist in Dinkelacker-Schuhwerk läuft. Multimillionär Wiedeking beteiligte sich ohne große Widerworte mit 30 Prozent, sein treuer Pressesprecher Anton Hunger stieg auch noch mit 10 Prozent ein.

Die drei Gesellschafter heuerten in einer ihrer ersten Amtshandlungen Hermann Hoste (63) an, einen Ex-Vorstand von Salamander. Der Branchenexperte fungiert seit etwas über einem Jahr als Berater der Dinkelacker-Geschäftsführung. Hoste bringt den Vertrieb auf Vordermann, sucht neue Manager und optimiert auch den Produktionsablauf in der Budapester Manufaktur.

Sie besteht aus mehreren - unterschiedlich großen - Zimmern. In jedem findet ein Produktionsabschnitt statt, von der Zuschneiderei über die Stepperei und Zwickerei bis zum Finishing.

Am Anfang hängt das Leder. Ballen vom Kalb, vom Rind und vom Pferd stapeln sich in der Vorratskammer. Die Haut vom Pferd ist mit Abstand die teuerste. Es wird nur bei der traditionsreichen Gerberei Horween in Chicago eingekauft. Kalbs- und Rindsleder kommen aus Frankreich, Italien und Schottland. In Belgien wird das Leder dann monatelang in Gruben gegerbt, ein in jeder Hinsicht aufwändiger Prozess.



Anschließend wandern die Ballen in die Zuschneiderei, wo drei ältere Frauen präzise die für jeden Schuh benötigte Ledermenge ausschneiden. Anderswo werden dafür teure computergesteuerte Maschinen verwendet. In Budapest ist diese Art Hightech überflüssig.

**Passendes Paar:** Norbert Lehmann (r.) ist der Geldgeber; vom Berater Hermann Hoste kommen die Ideen

In der Zuschneiderei stehen - wie in den anderen Räumen auch - keine Maschinen. Alles ist hier Handarbeit, ausgeführt von Schustern, die zwischen 600 und 1000 Euro im Monat verdienen.



**Jedes Paar ein Unikat: Schuhe von Dinkelacker**

Bitte klicken Sie auf ein Bild, um zur Großansicht zu gelangen.

Fast alle sind sehr erfahren, das Durchschnittsalter der Dinkelacker-Mitarbeiter liegt bei rund 50 Jahren. Die meisten haben ihr ganzes Berufsleben in der Manufaktur verbracht.

Am schwersten haben es die Rahmennäher. Sie sitzen auf niedrigen Schemeln und ziehen mit einer Art großer Nadel die Fäden, die Schaft und Sohle verbinden, durch die Ösen. Pro Schuh müssen sie 62 Stiche machen. Und jeder Stich ist ein schweißtreibender Akt.

Diese kraftraubende Stichelei ist ein Kennzeichen der Budapester Schuhe. Das andere: Der Schaft bleibt - und das ist der große Unterschied zur industriellen Fertigung - sechs Tage auf dem Leisten. Das garantiert lang anhaltende Form.

Einmal im Monat kommt ein Lastwagen aus Deutschland vorbei. Er bringt von dort das Leder und die Schnürsenkel und nimmt auf der Rückfahrt die Monatsproduktion von rund 750 Paar mit nach Deutschland, dem Hauptabsatzmarkt von Dinkelacker.



© Christoph Bauer

Bei rund 250 Händlern stehen Dinkelacker-Schuhe, darunter bei Spezialisten wie Budapester in Berlin und Hamburg, aber auch bei Filialisten wie bei der bundesweiten Görtz-Kette oder Tretter im Süddeutschen. Dort treten sie gegen Konkurrenten an wie Alden, Allen Edmonds, Church, John Lobb, Ludwig Reiter oder Laszlo Vass, die andere edle Budapester Manufaktur.

**Flickschuster:** Ein Rahmennäher verbindet in 62 Stichen den Schaft mit der Sohle

Knapp 400 Euro kostet das Einstiegsmodell von Dinkelacker, rund 1000 Euro das teuerste, ähnlich wie bei den Wettbewerbern. Sicher keine Schuhe für den Durchschnittsdeutschen, denn der gibt nur knapp 100 Euro für ein Paar aus.



© Christoph Bauer

Aber auch Männer, die sich eigentlich gutes Schuhwerk leisten könnten, knausern. "Schauen Sie sich doch mal auf Flughäfen um", sagt Hoste, "da sehen Sie Geschäftsleute in teuren Anzügen und billigen Schuhen. Das passt einfach nicht zusammen."

Abgesehen von der Eleganz: Teure Schuhe rechnen sich auch auf Dauer, so Hoste. Seine Gleichung: Lieber einmal einen teuren, zeitlos eleganten Schuh kaufen als zehnmal einen billigen, der nach ein paar Monaten seine Form verliert. Denn: "Unsere Schuhe können sie mindestens 15 Jahre tragen."

**Schuster bleiben bei ihren Leisten:** Rund 40 erfahrene Schuhmacher fertigen jeden Tag nur zwischen 32 und 36 Paar Schuhe

© manager-magazin.de 2006

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der SPIEGELnet GmbH

---

Mehr zum Thema

- **Schuhmode:** Untragbar schick (15.09.2005)  
<http://www.manager-magazin.de/life/mode/0,2828,374659,00.html>
- **Schuhwerker:** Leder-Fetisch (mm 10/2004)  
<http://www.manager-magazin.de/magazin/artikel/0,2828,319481,00.html>

---