

Aachen, 30.10.2025

Hüftengold: Freche Dessous und schicke Schokolade direkt am Aachener Dom

Die Geschäftseröffnung von Nina Reategui (51) in der Albrecht Dürer Stube sorgt für Aufmerksamkeit. „Hüftengold – Lingerie & Chocolaterie“ soll vor allem die Sinnlichkeit und das Vergnügen von Frauen ansprechen. Wie geht das?



Der Ausbau läuft: Nina Reategui wird ihr neues Geschäft „Hüftengold – Lingerie & Chocolaterie“ am Fischmarkt noch vor dem Weihnachtsmarkt eröffnen. Foto: Robert Esser



Redakteur | Schwerpunkt: Stadtentwicklung, Handel, Gastro, Mobilität

Durchaus delikat, tatsächlich zum Anbeißen. Wer aus dem Zusammenspiel von Schokolade und Dessous ein Geschäftskonzept formt, traut sich was. Das passt zu Nina Reategui. Die 51-jährige Unternehmerin hat bereits eine ganz andere, bemerkenswerte Berufskarriere gemeistert. Gerade baut sie mal wieder um. Reategui zieht im Schatten des Aachener Münsters direkt am Fischmarkt in die historische Albrecht-Dürer-Stube. An dieser Ecke der Altstadt soll Dürer vor 500 Jahren gesessen und den Dom gezeichnet haben. Die Adresse ist prominent.

Dürer, der meisterhafte Renaissancekünstler, würde sich wundern. In der nach ihm benannten ehemaligen Gaststätte, das denkmalgeschützte Haus stammt aus dem Jahr 1692, eröffnet Reategui in wenigen Wochen ihr Geschäft „Hüftengold – Lingerie & Chocolaterie“. Hinter den hohen Schaufensterscheiben dreht sich dann alles um luxuriöse Unterwäsche für die Damenwelt, daneben um exotische Schokoladenkreationen – auch aus aller Welt. Wobei die „Hüftengold“-Gründerin selbst schon viel rund um den Globus erlebt hat. Hier darf man in keiner Hinsicht voreilige Schlüsse ziehen. Das Konzept ist komplex – und hat in Sachen Hüftengold rein gar nichts mit Übergrößen durch übermäßigen Schoko-Genuss zu tun. Ganz im Gegenteil. Reateguis Motto: Weniger ist mehr. Das gilt für Lingerie wie für Süßigkeiten. Bloß edel muss es sein.

So begann die Reise. Die gebürtige Berlinerin mit peruanischen Wurzeln kam zum Studium nach Aachen. Sie ist gelernte Tischlerin, sattelte ein Studium an der Akademie für Handwerksdesign Gut Rosenberg in Horbach drauf. Hemdsärmelig, feinfühlig, kreativ – und mit allen Wassern gewaschen: Die Designerin wurde dann vor 20 Jahren nach Mallorca zum buchstäblichen Aufmöbeln einer Abramowitsch-Luxusyacht engagiert. „Dann blieb ich zwei Jahrzehnte in der Yacht-Branche, obwohl ich damals schon die Geschäftsidee in mir trug, die ich nun verwirklichen darf“, sagt sie.

90 Prozent des Jahres war Reategui damals auf Reisen. Niederlande, England, Spanien, Italien und etliche andere Länder zählten zu ihren Arbeitsorten. „Überall, wo es Yachten, Wasser und Meer gab“, erinnert sie sich. Ihre Firma war spezialisiert auf Yacht-Design und entsprechende Ausbauten; regelmäßig für Schiffe jenseits der 50-Meter-Marke. Sie nennt das die „Abramowitsch-Klasse“, benannt nach dem russischen Milliardär. „Das war eine wunderbare Zeit, wir haben viele wirklich tolle Sachen gemacht. Aber mit der Corona-Krise wurde quasi alles weggespült; und ich wollte mehr Zeit zu Hause sein, hier in Aachen, wo ich mit meinem Partner lebe.“



Top-Adresse: „Hüftengold“ eröffnet direkt am Fischmarkt im Schatten des Doms in der Albrecht Dürer Stube. Foto: Robert Esser

Per Zufall entdeckte Reategui die Immobilie am Fischmarkt. Die Albrecht-Dürer-Stube war bis 2016 eine stadtbekannte Kneipe, dann aber als Gastronomiebetrieb unter aktuellen Hygiene-Standards nicht mehr zu betreiben. Der Aachener Unternehmer Herbert Pontzen erwarb die Immobilie und den Eckbau zur Annastraße, das alte „Degraa“, danach eine Zeitlang „Café Liege“. Hier ist inzwischen das „Café Didier“ beheimatet. Pontzen sanierte das Gebäudeensemble vis-à-vis zum Fischpüddelchen mit viel Fingerspitzengefühl und investierte enorme Summen in die Renovierung – bis ins Detail.

Davon profitiert nun Reategui, die das Geschäftslokal von Ruth und Klaas Wolters (Weyers-Katzer, Büromaterial und Schreibwaren) übernimmt. Die stilvollen Vintage-Holzvitрины bleiben, auch die handgefertigte Theke, das ausgefeilte Lichtsystem. 60 Quadratmeter misst das Ladenlokal, historische Steinplatten zu Füßen, hohe Decken fürs extravagante Raumgefühl inklusive. An zwei Wänden hat die neue Geschäftsinhaberin neue Farbakzente mit großformatigen Motivtapeten gesetzt – Papageien und Kakaobohnen. Die Szene trifft die Geschäftsidee. Willkommen sind aber nicht nur Paradiesvögel.

„Hinter ‚Hüftengold – Lingerie & Chocolaterie‘ steckt der Gedanke des Verwöhnens, der Sinnlichkeit, des Vergnügens daran, sich selbst zu beschenken, sich etwas Gutes zu

tun“, sagt Reategui. Dafür stehe auch elegante Lingerie. „Ja, man darf das auch sexy nennen; warum nicht?!“, sagt die Chefin. „Maison Close“ zählt beispielsweise zu den handverlesenen Lingerie-Herstellern, die „Hüftengold“ in Szene setzt. Da sind durchaus provokante Kreationen, quasi ein Hauch von Nichts, dabei. Aber eben auch „Lounge Wear“, also der Wohlfühlschick für zu Hause. „Entscheidend ist die Qualität – und dass man die Dessous und die Mode, darunter auch geschmeidige Lammfell-Muffs aus der Eifel, auf keinen Fall im Kaufhaus bekommt, sondern eben nur hier“, sagt sie.



Auspacken erwünscht: Hüftengold serviert auch edle Schokoladen und Pralinen. Foto: Robert Esser

Nicht nur bei Dessous-Geschenken macht sich im Paketchen die ein oder andere Praline perfekt. Das zählt zur Schokoladenseite von „Hüftengold“. Es gibt Hochprozentiges, was Kakaoanteil und Alkohol angeht. Es gibt Exquisites, Extravagantes. Zum Beispiel „Pavadaï Schokolade Chantabury“ aus Thailand. „Ich verkoste Schokolade, wie andere Leute Wein verkosten. Das ist einfach himmlisch, ein Gedicht“, schwärmt Reategui. Es gibt kunstvoll geprägte Schoko-Tafeln, Pralinen, Dragees, Nüsse und vieles mehr. Gerne auch in Kombination mit Lingerie als Geschenk.

„Dazu werden wir einen eigenen Geburtstags- und Hochzeitstags-Geschenkservice eigens für Männer anbieten, die keinen Stichtag mehr vergessen möchten“, verrät sie.

Männerwäsche und Übergrößen für Frauen stehen bei „Hüftengold“ erstmal nicht auf dem Programm.

Der Geschäftsumbau läuft, Yacht-Expertin Nina Reategui hält das Ruder als frisch gekürte Einzelhändlerin fest in der Hand. In wenigen Wochen geht es los. Eröffnungstag ist Mittwoch, 19. November. „Mir ist wichtig, dass wir zum Beginn des Aachener Weihnachtsmarktes unsere Kundschaft verwöhnen dürfen“, sagt die mutige Unternehmerin. Nicht anzüglich, aber anziehend. Damit alle bei „Hüftengold – Lingerie & Chocolaterie“ in Aachen, nicht zu verwechseln mit dem Bistro „Hüftgold“ in Monschau, pünktlich anbeißen.