

PARK AVENUE – STILETTO (2006)

HANDTASCHEN

KELLY SEI MIT MIR

Zum ersten Mal in seiner Jahrhunderte alten Geschichte ist der vornehmste Sport stilbewusster Individuen in Gefahr: die Handtaschen-Jagd.

Wer nach den letzten, von Taschenmodellen überfrachteten Kollektionspräsentationen in Mailand, Paris, New York diese alarmierende Beobachtung noch immer nicht nachvollziehen kann, ist entweder ein Mann, Asiatin, neureich, bevorzugt andere Modesportarten, zum Beispiel eher Handtaschen-Jagd-fremde mit Mannschaftscharakter, versteht nichts vom Wesen der Jagd – oder leidet von alledem an etwas.

Aber versuchen wir Ruhe zu bewahren und fangen wir zum besseren Verständnis von vorn an.

Hilflos und unbedeutend wären wir ohne sie, die Tasche, die es uns seit Menschengedenken erlaubt, mehr als nur wir selbst zu sein. Nämlich wir und die Summe all jener Dinge, die uns wichtig genug erscheinen, um sie mit uns zu schleppen. Mit vorbildlicher Selbstlosigkeit nimmt das Objekt Tasche all diese anderen Objekte auf und hält sie für uns zur ständigen Verfügung, immer in Reichweite: zum Beispiel Essen, Waffen, Werkzeuge der Verführung wie Voodoo-Puppen, Ferrarischlüssel oder Lippenstifte, Papier gewordene Fetzen der individuellen Erlebnischronik, Erinnerungen jeder Couleur.

Die Tasche ist dabei so offensichtlich pragmatisch wie zutiefst mystisch. Man sieht, dass sie etwas enthält, erfährt aber nicht ohne Grenzüberschreitung, was es ist.

Wie und warum wir diesen demonstrativ herum getragenen Geheimnissen mit einer dazu auserkorenen

Tasche eine äußere Gestalt geben, ist Gegenstand einer Vielzahl von Betrachtungen, Spekulationen, Hommagen. Die Tasche ist dem Menschen zutiefst verbunden und darf entsprechend dieser Natur keinesfalls beliebig gewählt sein.

Niemand hat diese Eigenschaft so nachhaltig zum Ausdruck gebracht wie Hermès. Das aus einer Sattlerei geborene Luxus-Modehaus verlieh der Tasche eine Persönlichkeit, indem es ihr einen menschlichen Namen gab. Die berühmteste Tasche der Welt entstand 1930 und wurde 1956 nach Grace Kelly benannt, was aber sicher jeder längst weiß, der bis hierher gelesen hat, was daher nur ein gedanklicher Schlenker in dieser Geschichte ist. Oder sein könnte. Aber mitnichten ist. Weil heute der Weg von Fürstin Gracia Patricia zu Paris Hilton irgendwie verflucht kurz geworden ist. Doch verweilen wir bei Grace Kellys Bag, um Paris Hilton später ihren angemessenen Platz kurz vor dem Ende zuzuweisen.

Ordert heute eine Dame der finanziell feineren Gesellschaft bei Hermès eine Kelly-Bag, in ihrer ganz persönlichen Leder- und Farbauswahl, hat das entgegen anders lautenden Vermutungen weit weniger zu tun mit dem gleichzeitig abgegebenen Statement: Ich kaufe eine Tasche, die sich nur wenige leisten können. Geradezu zu vernachlässigen ist für ihre Bestellung auch die Idee, ein Objekt wegen seines praktischen Nutzens zu erwerben. Nein, wesentlich für diesen Kaufentscheid ist noch immer die Identifizierung mit dieser Tasche: Ich will ein bisschen (wie) Grace Kelly sein, verkündet jede Trägerin einer Kelly-Bag.

Eine derart überhöhte Aufgabe im Sinne der durch Mode möglichen Kommunikation ordnet die Frau allein ihrer Handtasche zu. Nur dieses Accessoire funktioniert als Stellvertreter einer Ikone – und kann selbst zur Ikone werden. Kein breiter Gürtel à la Uschi Obermaier, kein Paar Manolos von Carrie Bradshaw, nicht der Lipgloss von Kate Moss oder das Mieder von Madonna und schon gar nicht das Flatterröckchen einer Sienna Miller haben als Statthalter immer künstlicher

inszenierter Pseudo-Ikonen das Zeug dazu. Nur mit einer typgerechten Tasche – die zudem unabhängig von Konfektionsgrößen jede Marke zugänglich macht! – perfektioniert jede Frau ihr Erscheinungsbild.

Deshalb ist sie eine aufreibende und komplizierte Angelegenheit, die Jagd nach der wahren Handtasche. Jener besonderen Begleiterin, deren einsame Präsenz neben einer Couch, einem Tisch im Restaurant, im Büro eine Spur zu ihrer Besitzerin legt, selbst wenn diese nicht anwesend ist. Diese Jagd unterliegt einem Lernprozess, der in den Winkeln unserer Ankleideräume und Schränke kleine und große Taschenleichen hinterlässt, Trophäen und Opfertgaben zugleich, der Tribut an eine höhere Macht, die Göttin der Taschen-Jagd.

Doch deren Priester sind wohlgefällig und eitel geworden. So verliebt in die viele Macht und das große Geld, dass ihre Gier außer Kontrolle geraten ist. Jeder Tempel im Dienste der Ästhetik schickt heute Lastwagenladungen von Handtaschen zu den großen Zeremonien des Glaubens; während der Mailänder Schauen Anfang des Jahres verzichtete lediglich Raf Simmons für Jil Sander auf die laufstegflächendeckende Ausrüstung seiner Models mit Taschen. Bei allen anderen steht die Tasche schon als Symbol für die Marke; die Mode selbst wurde auf den zweiten Platz verwiesen.

Die großen Häuser machen sich mit dieser Rechnung trotzdem zu Milchmädchen. Mögen bei Gucci, Louis Vuitton, Prada, Dior, Chanel oder Celine die Umsätze der – immer abenteuerlich teureren – Taschen-Linien noch beachtlich ausfallen: Früher oder später wirkt genau diese Gier als notwendiges Regulativ. Je mehr marketingstrategisch verordnete Must-Haves der Konsument in immer kürzeren Zeitabständen verdauen soll, desto deutlicher wird seine Abwehrreaktion ausfallen. Den Wert der Handtasche rettet am Ende dieser Spirale nur eine Limitierung: und zwar die vom Käufer gesteuerte.

Womit wir schlussendlich bei Paris Hilton wären, der Botschafterin des Banalen. Einer Frau, der auch viel nicht viel hilft, wie die Boulevardblätter belegen. Das Gegenteil ist der Fall, und das gilt für alle Beteiligten.

Paris ist die perfekte Protagonistin des Untergangs, wenn es um die Attraktivität von Luxus geht. Wie begehrenswert kann die Identifizierung mit jemand sein, der das Besondere zum austauschbaren Wegwerfartikel deklariert? Trägt Miss Hilton eine Prada-Tasche der allerneusten Kollektion, verbrennt sie gleichsam Prada-Erde. Was die Modefirmen als hübsches Verkaufs-Tool für ihre Produkte erdacht hatten, die Bestückung mehr oder minder fragwürdiger Berühmtheiten mit ausgewählten Accessoires, hat sich in ein hässliches Monstrum verwandelt.

Den Jägerinnen bleibt da die Munition im Laufe stecken. Es ist ein bisschen wie auf der Urlaubsinsel Mauritius, wo Herden von Hirschen in vermeintlichen Reservaten gehalten werden, um heimlich in die Jagden der Insel-Upperclass verfrachtet zu werden, sobald eine Gruppe Touristen zum Abknallen angefliegen kommt. Hier wird nicht aufgespürt, beharrlich gewartet in Stimmungslagen zwischen Verzweiflung und Euphorie, wird nicht peinvoll aufgegeben und doch wieder neu begonnen, weil man nicht anders kann, wenn Leidenschaft das Handeln diktiert. Hier ist stattdessen vor lauter Wild kein Wald mehr erkennbar, vor lauter It-Bags kein Stil – hier wendet man sich mangels Klasse ab.

Sind vielleicht deshalb die Taschen jetzt alle aus Kroko? Weil dieses Material Teures noch teurer macht, den Preis einer Hermès Birkin von läppischen 5000 Euro in kalbslederner Ausführung auf mindestens 18.000 Euro für die günstigste Reptilverarbeitung hochtreibt? Weil der vielleicht letzte Abschöpfungsprozess auf einem gesättigten Markt ein bestmögliches Ergebnis erzielen soll?

Es wäre zu hoffen, so bizarr das für Krokodile klingen mag. Aber ein Kleid braucht eben eine Tasche mehr als

eine Hose. Und wenn etwas zu uns Frauen zurückkommt, dann das Kleid.

Da beeilt sich besser, wer noch nicht seine persönliche Tasche erlegt hat, jene, die ein und für allemal zu allem passt und alles aufwertet, was der Kleiderschrank hergibt, und selbstverständlich die eigene Persönlichkeit unterstreicht wie keine Tasche sonst. Denn zumindest das hat uns der Handtaschen-Hype der letzte Jahre in Erinnerung gebracht: Weniger ist doch mehr.