



Knize – Eine Frage der Zeit

Wer die Zeichen der Zeit versteht, der lernt, das Wesentliche von Launen zu unterscheiden. Es ist eine Sache, kurzlebige Sensationen zu verkünden. Eine andere ist es, über Generationen einen Stil zu vervollkommen und damit eine Tradition zu schaffen, die als Mythos zu bezeichnen durchaus angemessen erscheint. In diesem Sinne: Der Herrenausstatter Knize feiert hundertfünfzig Jahre seines Bestehens.

Es waren eineinhalb Jahrhunderte der radikalen Veränderungen. Manches nur garantierte Bestand und bestand selbst durch kluge Offenheit. Sich in solchen Zeiten zu bewähren ist eine besondere Aufgabe insbesondere, wenn man neben dem Sitz in Wien Adressen in Karlsbad, Berlin, Paris, Prag, Bad Gastein und sogar New York hat.

Was die Meister in den Ateliers Knize über die kontinentaleuropäischen Grenzen hinaus bekannt machte, ihnen bis heute eine treue Klientel sichert und sie leitet, ist das unbedingte Festhalten an einmal etablierten Standards von Eleganz und handwerklichem Können. Zugleich haben neue, noch feinere Stoffe und veränderte Lebensgewohnheiten es mit sich gebracht, dass Knize jene subtilen Anpassungen vorgenommen hat, die den wahren Stil auszeichnen: allen Übertreibungen abhold, dafür Vorrang dem individuellen Träger.

So spürt, wer zur Anprobe das Atelier Knize betritt, dass hier der Mythos weiterlebt, als Reverenz an durchaus zeitgemäße Tradition. Denn siehe da, die schon überholt geglaubte Qualität der Handarbeit feiert Wiederkehr und setzt sich durch, Stich für Stich, Naht für Naht. The survival of the fitting-room.

Das Ergebnis lässt sich wohl in Zahlen und Fakten ausdrücken – Stoffqualität zum einen, Millimeter der Variation am Hosenbund zum anderen, dazu die Fertigung von echten Knopflöchern auch dort, wo man sie nicht unbedingt braucht; oder die genaue Rezeptur des Duftklassikers Knize Ten. Doch der Träger eines Maßanzugs von Knize – bzw. des Herrenparfums – spürt das Ergebnis noch auf andere Weise, die nicht in Quantitäten übersetzbar, gleichwohl wirksam ist: das Gefühl, dass „es“ stimmt, mühelos und selbstverständlich. Es ist der Augenblick, wenn etwa Maurice Chevalier (übrigens auch ein Kunde des Hauses) sein Sakko zuknöpfte, und alles passt, in jedem Sinn des Wortes.

Der Träger hat übrigens, was jedem gegönnt sei, eine ungarische Großmutter. Auch eine böhmische oder slowakische wäre recht, eine Ahnin jedenfalls, die eine Weisheit weitergeben konnte, wie sie auch der Tante Jolesch gut zu Gesichte stünde. Es ist die Erkenntnis, dass das Teure preiswert ist und das Billige teuer. Dass es sinnvoller ist, eine gute Hose sein eigen zu nennen als zum selben Preis zwei schlechte. Wahrscheinlich hatte Josef Knize 1858 seine Großmutter im Ohr. Über die Zeit jedenfalls haben seine anspruchsvollsten Kunden schätzen gelernt, dass ein Mythos seinen Preis hat; und dass dieser Preis es wert ist. Man trägt es, sozusagen, mit elegantester Leichtigkeit.