



Trips mit Trolley

Global Village: Die Lufthansa fing damit an, Louis Vuitton kommt daran nicht vorbei – rollende Gepäckstücke sind das Symbol der weltweiten Business-Kultur.

Ohne geht nicht. Sabine Christian-
sen zieht ihn hinter sich her, dem
Weltklassefußballer Arjen Robben
hängt er an den Hacken, Tennisspielerin
Anna Kurnikowa hat ihn dabei: kein Trip
ohne Trolley.

Sein sonorer Sound in Hauptbahnhöfen
und Flughäfen klingt nach Freiheit und
Wichtigkeit. Auf den Champs-Élysées in
Paris, in Berlin-Mitte oder im Brüsseler
Europa-Viertel, überall auf den globalen
Flaniermeilen verschmilzt das Reise-
utensil mit seinem Besitzer zu ei-
nem Symbol der Moderne.

Jeden Morgen quellen die Reprä-
sentanten der Allzeit-bereit-Gesell-
schaft im Kurztakt aus Flugzeugen
und Fernzügen, Kompanien von Er-
folgsmenschen, mit festem Blick und
Griff, immer auf der Rolle, immer
auf der Walz, im Dienste einer erd-
umspannenden Business-Kultur.

Selbst Louis Vuitton, snobisti-
scher Anführer aller Kofferbauer,
wird überrollt. In seinen berühm-
ten Werkstätten, im Pariser Vorort
Asnières, wo man einst mobile
Bettschränke für Afrika-Forscher
fertigte und heute in Handarbeit
Schminkkoffer für Filmstars her-
stellt, Gepäck für Kunden, die „Pri-
vatjets und Personal zum Koffertra-
gen“ haben, wie die Vuitton-Koffer-
macher sich brüsten, selbst dort
werden jetzt Trolleys gebastelt.

Das Unikat für einen bekannten
französischen Journalisten ist fast
fertig, mit maßgefertigten Fächern
für Laptop, Dokumente und Schreib-
blöcke. Ein anderes Stück ist noch
im Rohbau: acht Schubladen, je acht
Fächer – zum professionellen Trans-
port teuren Schmucks. Das Äußere muss
stabil, vor allem aber unauffällig sein. Ist
doch erst kürzlich einem Geschäftsmann
aus Malaysia ein ähnlicher Roller gestohlen
worden, mit Schmuck für eine halbe Mil-
lion Schweizer Franken darin. „Wir kom-
men am Trolley nicht mehr vorbei“, knurrt
Jade Hantuche, Chef der Maßanfertigung,
„auch unsere Kunden verlangen danach.
Er sei so praktisch, sagen sie.“

Das Material, ob Alu oder Polycarbo-
nat, ist zweitrangig, wichtig sind die Maße:
115 Zentimeter sollte die Addition von
Länge-Breite-Höhe nicht überschreiten. So
passt er als Handgepäck in den Flieger.

1972 brachte der belgische Kofferfabri-
kant André Seynhaeve bei der Firma Del-

sey das erste rollende Gepäckstück auf den
Markt, er nannte es „Trolley“, vom engli-
schen Wort für „Handwagen“. Aber da-
mals wollte niemand mit einem solchen
Ding auf Reisen gehen. Es galt weder als
ausreichend „männlich“ noch als „damen-
haft“ und schon gar nicht als sexy.

Nur die Lufthansa, und später auch an-
dere Fluglinien, erwärmten sich für die
praktischen Roller und statteten ihre Ste-
wardessen damit aus. „Trolley dollies“

als er sein gutes Stück abholen wollte:
Ein eifriger Drogenhund hatte zwölf Kilo-
gramm Hasch darin erschnüffelt. Ein Bou-
levardblatt outete ihn als „Deutschlands
dümmsten Drogenkurier“.

Da kam Johnny Rotten von der Punk-
Band The Sex Pistols noch vergleichswei-
se gut weg: „God save the Queen“ hieß der
böse Song über Britanniens Elizabeth II.
zu ihrem silbernen Thronjubiläum 1977,
der Royalisten in aller Welt erregte. Die

Queen sei doch „gar kein menschliches
Wesen“, spottete der Punker,
eher „ein Stück Pappe“, das auf ei-
nem Trolley durch die Gegend ge-
karrt werde. Rotten wurde dafür
verprügelt, sein Song von der BBC
auf den Index gesetzt.

Natürlich gibt es auch Protest ge-
gen den Trolleyismus, der sich vor
allem im Internet bemerkbar macht.
„Eine Wand, die vorwärtsdrängt,
ohne Gefangene zu machen“, wütet
der 20-jährige Internet-Literat Lars
Weisbrod über den Einfall der Trol-
ley-Armeen. „Sie rollen ihre Koffer
durch Stadt und Land, Hundekot
und Kaugummi, Erbrochenes und
Essensreste, Spritzbesteck und Urin-
lachen unserer Bahnhofsvorplätze“,
um „den Schmutz unseres großen
Landes auf ihren Teppichen zu ver-
teilen“.

Seynhaeve hatte die Idee für den
Trolley, aber er ließ sie sich nicht
patentieren. 90 Prozent aller heute
produzierten Koffer und Reiseta-
schen haben Räder, und jeder darf
Trolleys bauen, wie er will: Vom
Tchibo-Schnäppchen für 16,19 Euro
bis zum Chanel-Kalbsleder-Gepäck
für 3300 Euro. Bei Modemacher

Jean Charles de Castelbajac kommen Trol-
ley und Kostüm in dieser Saison im iden-
tischen Look daher: Die Einheit des Rei-
senden mit seinem Gepäck ist perfekt.

Diese symbiotische Liaison dauert frei-
lich nur so lange, wie der Trolley-Mensch
rollgeeignetes Terrain unter sich hat. Ab-
seits aseptischer Flughafenfliesen und gleit-
fähiger Bahnhofsplatten wird die elegante
Zweierbeziehung von Mensch und Gepäck
rasch zum Problem. Ob auf dem Kopf-
steinpflaster Roms oder in den Gässchen
von Mykonos – verlässt der Trolley-be-
wehrte Globetrotter seine geschmeidig
glatte Welt, wird er zum Rumpelreisenden,
der laut holpernd seinen Koffer hinter sich
herzerrt.

HANS-JÜRGEN SCHLAMP



Trolley-Besitzerin Kurnikowa: Immer auf der Rolle

hießen die schnell, „Trolley-Püppchen“,
und schämten sich ein bisschen wegen
ihres peinlichen Gepäcks.

Die „Trolley girls“ von heute schämen
sich nicht mehr. So heißt in Europas Süden
jene Spezies junger, langbeiniger Blondies,
die alle irgendwo Schönheitskönigin wer-
den könnten, aber lieber an mediterranen
Jet-Set-Ecken darauf warten, zum Spaß-
Trip auf die Luxusyacht oder zur Party der
Superreichen eingeladen zu werden – die
rollende Grundausrüstung immer parat.

Deren Verlust kann böse Folgen haben,
für die Schönen wie etwa auch für einen
bis dahin unauffälligen Kleinkriminellen.
Der vergaß seinen Trolley im Zug, reklamierte
den Verlust und wurde verhaftet,