

BERLINER STIL



**Zeit für Berlin.** Dieses Modell ist auf 1440 Stück limitiert. Foto: promo

So tickt Berlin in Ost und West

Wer heute noch eine mechanische Uhr auf den Markt bringt, muss es ernst meinen. Denn nicht nur Handys machen der Uhr am Armgelenk Konkurrenz – auch Smartwatches werden immer mehr zum Statussymbol. Jaques Colman glaubt nicht nur fest daran, dass gerade Uhren ohne jede digitale Zusatzfunktion eine Zukunft haben, er setzt dabei auch voll auf Berlin. Die Stadt war der Ausgangspunkt seiner Idee: Seine Firma musste etwas mit Berlin zu tun haben, und da Jaques Colman zuletzt für eine Uhrenfirma im Marketing arbeitete, war eine Uhr für Berlin die Idee, die ihn wieder hierherbringen sollte. Zusammen mit seinem Vater Richard und Michael Gilli, gründete er „Lilienthal-Berlin“, benannt nach dem deutschen Luftfahrtpionier Otto Lilienthal. Jaques Colman und Michael Gilli kommen nicht aus einer alten Uhrenbauerdynastie. Aber als sie sich am ersten Tag ihres Studiums kennenlernten, wussten sie: Wir machen was zusammen. Jetzt liegt sie vor ihnen auf dem Tisch, die erste Lilienthal-Uhr, L1. Das Ziffernblatt ist in der der letzten Ziffernblattmanufaktur Deutschlands in Lössach entstanden, das Gehäuse dagegen in Asien. Sonst wäre die Uhr zu teuer geworden, statt 299 Euro müsste sie 15 000 Euro kosten und sie soll kein Luxusobjekt sein. Das würde nicht zu Berlin passen. Die

ANZEIGE

**Hirschmann mode**

Maaßenstraße 12  
10777 Berlin

Güntzelstraße 43  
10717 Berlin

Leonhardtstraße 11  
14057 Berlin

*der Frühling ist da!*

[www.hirschmannmode.de](http://www.hirschmannmode.de)  
[shop.hirschmannmode.de](http://shop.hirschmannmode.de)

Uhr ist mit 42,5 mm recht groß, soll aber unisex funktionieren. Auf der Website stehen gleich mehrere Liebeserklärungen an Berlin, Frühstück um zehn Uhr abends, Freiheit auf dem Tempelhofer Feld und so weiter. Die L1 ist eine Fan-Uhr geworden. Die Zahlen der Stunden sind der Typografie Ost-Berliner Straßenschilder, die Sekunden denen aus West-Berlin nachempfunden. Und weil Berlin eher trübe sei, ist das Gehäuse matt und nicht poliert. Die Krone erinnert an die Form der Weltzeituhr auf dem Alexanderplatz.

— Die ersten 1440 (so viele Minuten hat der Tag) Modelle sind limitiert, Vorbestellungen bis 30.4. kosten 249 Euro. Infos unter: [www.lilienthal.berlin](http://www.lilienthal.berlin)

**AUFDROPCKE**  
sind allgegenwärtig:  
Auf T-Shirts,  
Jutebeuteln,  
Zimmerwänden  
verbreiten sie  
mal mehr, mal weniger  
gescheite Botschaften.  
Muss das sein?

VON ARIANE BEMMER

Der Papst könnte es sich morgen bei seiner Osterbotschaft leicht machen. Er könnte sich auf den Balkon des Petersdoms in Vatikanstadt vor die üblicherweise zu Zehntausenden dort versammelten Menschen stellen, die Arme zum Segen heben – und nichts sagen. Stattdessen würde, was er mitzuteilen wünscht, auf seinem Gewand stehen. „Urbi et orbi“ zum Selberlesen.

Voll im Trend läge er damit auf jeden Fall. Botschaftsendungsfreude ist allgegenwärtig. Auf T-Shirts, Pullovers, Mützen, auf Jutebeuteln, Seesäcken, Handtaschen, Smartphoneschutzhüllen, Tassen, Tellern, Badvorlegern und Zimmerwänden. Es sei eine „Tattooisierung der Personen selbst und ihrer Umgebung“, die da

**Die Prints sind Signale an die Realwelt: Schaut, so bin ich!**

Veränderungen der sozialen Gesellschaft zu verstehen, in der die vielen einzelnen Menschen sich mit ihrer Smartphone-Internettechnik ihre vielen einzelnen Individualwelten schaffen. Ein T-Shirt-Aufdruck mache in der dadurch entstandenen Unverbindlichkeit kenntlich und schaffe rare realweltliche Anknüpfungspunkte nach dem Motto: „Guck, der ist wie ich“.

Die Qualität der präsentierten selbstvermarktenden Botschaften ist dabei laut Venn von nachrangiger Bedeutung. Ihr Charme liege in ihrer Unkonkretheit. Und so bieten längst ungezählte T-Shirt-Printshops Aufdruckfloskeln mit großer Allgemeingültigkeit an. „Oma sagt, ich darf das“, „Spitzenbraut“, „Ich schmeiß alles hin und werd Prinzessin“ und Sonstiges, was für alles und nichts passen kann – also die Träger der Botschaft jenseits aller Plakativität auf nichts festnagelt. Die durch den Spruch überwundene Unverbindlichkeit wird durch dessen Vagheit direkt wieder hergestellt. Motto: Könnte ein Gag sein.

Venn erinnert sich an ein T-Shirt, auf dem nur das Wort „Genau“ stand. „Das fand ich großartig“, sagt er. Weil es dem Betrachter alle Denkarbeit überlässt und zugleich dem Träger eine leicht ironische Lässigkeit andichtet, die nichts übertrieben wichtig und ernst nimmt (zumindest wird eine dahingehende Absicht transportiert, was ja auch etwas heißt). In Berlin haben Lässigkeitsbotschaften 2008 einen Boom erlebt, als die abgabetermingeplagte Designstudentin Jana Reich „Is mir egal, ich lass das jetzt so“ linksbündig auf T-Shirts druckte. Die lakonische Schicksalsergebenheit kam gut an, und bald gab es Variationen („Is mir egal, ich trink das jetzt noch“) und Entgegnungen: „Kannst du so machen, dann ist es halt kacke“.

Jenseits von T-Shirt- und Jutebeutel-Sprüchen haben sich auch die sogenannten Wandtattoos rasant ausgebreitet. Slogans und Sprüche statt Tapete, gemalt, geklebt oder in 3-D prangen sie überm Bett, überm Sofa, über der Küchenzeile. Städtesilhouetten gibt es da und

**Zur Anregung.**  
Wandtattoos setzen persönliche Noten, wo Gemälde, Bücherregale und Poster nicht mehr vor-



im Verbalortiment jede Menge schnörkelige Texte: „Träume nicht dein Leben, sondern lebe deinen Traum“, „Ein Tag ohne Lachen ist ein verloren Tag“, „Die Schönheit ist die Blüte des Glücks“ und Ähnliches. Sprüche mit „Anregungscharakter“ nennt Venn das und kann darüber lachen, weil sie „nichts Böses wollen“. Der appellative Charakter stört ihn nicht, da sind ihm eher die Häkelbildchen ein Graus, die früher an Wohnungstüren hingen und dem Gast ein strenges „Tritt ein, bring Glück herein“ zuriefen – „Was für eine Bürde!“

Der Wandspruch von heute ist damit eher der Nachfolger goldgerahmter Ölgemälde vergangener Zeiten, der kaum

noch geliebten Poster oder möglicherweise auch Ersatz für Bücherwände, die im E-Book-Zeitalter schmaler werden und an Aussagekraft verlieren.

Jenseits des absichtsvollen Inhalts kommt auch das großflächig mit Nonsenseinformationen bedruckte Shirt oder Hemd wieder. Lange Zeit ging diese Art laute Poppigkeit gar nicht, da war es am besten, wenn nicht mal das Label der getragenen Marke irgendwo zu erkennen war. Dezenz war das Ziel, das ist vorbei, und die „Society“ macht's vor: Auf der schwarzen Clutch, mit der Elisabeth von Auersperg-Breunner, geborene Flick, vergangenen Samstag bei der „Otello“-Premiere der Salzburger Festspiele auftauchte, glitzerte höchst undiscret der Strassschriffzug „Miss Flick“, Iris Berben trug am selben Tag am anderen Ort eine riesige Halskette, die den Schriffzug „Cool“ darstellte.

Weit weniger ironisch ist, was Männern an textilen Botschaften angeboten wird. „Big Surf California“, „State Athletics Coaching Dept.“ druckt die Marke Superdry auf Shirts, mit „Mad Sunday Racing“ kommt die Marke Geelong daher, und „Sailing in Olympic

Waters 63“ stammt von der Marke Camp David, die keinen Hehl daraus macht, dass ihre Prints der Fantasie entspringen. Zu den Kollektionen, die beispielsweise „Skydiving“ oder „Royal Yacht Club“ heißen, würde man frei assoziieren und sich

wherever you go“ werden die wortreichen Action-Drucke im Männersegment von ihren Trägern in der Regel so wenig wahrgenommen, dass selten gewusst wird, was für einen Text man da eigentlich so prominent spazieren trägt. Irgend-

ANZEIGE



etwas ausdenken, was passend und cool klingt. Wie variantenreich das ist, weiß jeder, der Camp Davids Topnutzer Dieter Bohlen ein paar Mal in seinen vielen Castingshow-Fernsehschürzen sahen.

Anders als die meist von jungen Frauen getragenen gern auch fremdsprachlichen Niedlichkeiten à la „Leave a little Sparkle

etwas mit Sport, und unverfänglich wird's wohl (hoffentlich!) auch sein. Und so gilt am Ende: Der Inhalt ist gar keiner. Was ist im Zeitalter ausufernder Nonsensekommunikation vielleicht eine ganz tröstliche Botschaft ist.

— Mitarbeit Grit Thönissen



**Na dann mach mal!** Konkret und abstrakt zugleich. Das ist das Geheimnis des lustigen Aufdrucks. Und noch lustiger wird's, wenn damit mehrere Leute rumlaufen.

Foto: Jens Büttner, pa/dpa

# Lesestoffe

ANZEIGE

**Große Größen**  
aus erster und zweiter Hand

Konfektion  
in wirklich großen Größen

für Damen ab Gr. 44  
für Herren ab Gr. 58  
Übergroßen bis Gr. 82

Große Auswahl  
auf über 100m²

**Outlet-Verkauf diverser namhafter Hersteller für große Größen**

[www.groessen-wahnsinn.de](http://www.groessen-wahnsinn.de)  
Mo. – Fr. 10 – 18 Uhr  
Sa. 10 – 14 Uhr

**Größen Wahnsinn** S. Hothmer  
Marie-Elisabeth-Lüders-Str. 4, Chlbzg.  
☎ 030 / 31 16 33 60

**Pelz-Hoppe**  
PELZ · LEDER · MODE

**Wenn's das Besondere sein soll**

Alt-Tempelhof 61  
12103 Berlin  
Tel./Fax (030) 751 72 09  
[www.pelzhoppe.de](http://www.pelzhoppe.de)

**HAIRSTYLES 2016 VON STAR-FRISEUR DENNIS CREUZBERG**

Star-Friseur Dennis Creuzberg, der mit seinem Atelier in Berlin Mitte höchstes Friseurhandwerk beweist, weiß um die aktuellsten Trendfrisuren Bescheid. Passend zum Frühlingserwachen verrät er uns die angesagten Hairstyles 2016.

„Die Haartrends in diesem Jahr begeistern in ihrer Vielfalt. Das farbliche Must-have: Rot. Die Farbe präsentiert sich in dunklen, samtigen Tönen – mein persönlicher Favorit. Ein toller Frisurentrend sind sehr lange und glatte Haare. Dafür werden sie vom Ansatz bis in die Spitzen gepflegt und durchgeglättet. Weiterhin angesagt bleiben weiche, natürliche Blondtöne und ein kräftiges Schoko-Braun. Das Neue hierbei: In bestimmte Partien werden unterschiedliche Nuancen einer Farbe eingearbeitet, so wirkt der Look besonders schön natürlich. Wer im aktuellsten Trend sein möchte, punktet mit dem „Cinnamon Swirl Look“, ein Mix aus warmen und kalten Tönen. Dabei muss der Ansatz immer dunkler sein und in einem helleren Braun-Blond enden. Wichtig sind weiche Verläufe, die man mit Paintings einfärbt.“

Wer unseren Haar-Experten persönlich kennenlernen möchte: Das Atelier Dennis Creuzberg in der Auguststraße 2a in Berlin Mitte freut sich auf Ihren Besuch.

Atelier Dennis Creuzberg  
Auguststraße 2a, 10117 Berlin, Tel. 030 / 81 709 740  
[info@denniscreuzberg.de](mailto:info@denniscreuzberg.de), [www.denniscreuzberg.de](http://www.denniscreuzberg.de)

**PRIMA DONNA**  
twix

**Finden Sie den richtigen BH**  
Körpernah Dessous und Bademode in  
Wilmsdorf, Schöneberg und Zehlendorf  
Tel.: 2100 5090, [www.koerpernah-berlin.de](http://www.koerpernah-berlin.de)