2025

Januar | Februar | März | April | Mai | Juni | Juli | August | September | Oktober | November | Dezember

Mein Luxus.

47,5 x 84 cm Platz für Luxusgedanken.
Schreib's auf!

POSTR
Read the small print No.17

Geschenkt.

X

Das Postr und Luxus.
Puh, hätte ich gewusst, was die Beschäftigung mit dem Thema für mich bedeutet … ich weiß nicht, ob ich es nochmal machen wollen würde. Egal. Mein erster Gedanke war „Unser Postr ist für uns als Agentur purer Luxus.“ Davon abgesehen, welche Ressourcen (geistiger und stofflicher Natur) wir verschw… aufbringen. Tun wir aber, und eine Seite ist (fast) weiß, leer, nix drauf, inhaltslos!?
Die enorme Vielfältigkeit und Subjektivität des Begriffs macht einen fast verrückt. Und somit ist dieses Postr wieder ein sehr heterogenes Stückchen Papier geworden, das dazu animiert mehr zu hören, mehr zu lesen und mehr zu denken. Vielleicht gönnt ihr euch den Luxus und nehmt euch die Zeit.

1

Inhalt

Editorial 1
Kleine Luxusmomente 3
Das Heimlich-Manöver 7
Mitleid für Milliardäre 10
Glück gehabt 11
Luxusfaktor Todsünde 16
Luxus, Fluxus, Kruxus 21
AI – Fluch und Segen 24
Bolinus brandaris 24
Impressum 25

2

kleine Luxusmomente

Fee Brandenburg

3 4

Das Luxus-Format

Wir tüfteln und gestalten hoch über dem Baldeneysee im Essener Süden oder aus den heimischen Büros in Bochum, Duisburg und Berlin an Marken und digitalen Dingen. Oft sind wir vertieft in Details oder diskutieren unsere Mediensicht am Mittagstisch und im täglichen Zoom. Nicht immer fällt was ab, aber meistens entsteht etwas Spannendes. Mal wichtig, mal zeitlos, mal belanglos. Wir haben uns entschlossen, ein Format zwischen Design und Wirklichkeit zu publizieren. Zum Spaß und kostenlos. Also wundert euch nicht, wenn ihr mal wieder Postr bekommt. Ansonsten abonniert das Postr kostenlos auf **manx.de/postr.**

5

– Das Heimlich-Manöver

Marken sind per Definition auf Erkennbarkeit ausgerichtet. Das „Branding“ der Kuh erlaubt die Zuordnung zum Eigentümer. Das Branding von Marken hat eine ähnliche Funktion. Es „markiert“ und ermöglicht die schnelle und zuverlässige Wahrnehmung, Einordnung und Differenzierung von Konsumgütern und deren Besitzern. Markenidentität war also immer ein anzustrebender Zustand. Und plötzlich will die Kundschaft nicht mehr, dass man erkennt, aus welchem Haus das gute Stück kommt? Das ist neu. Eine Art Konsumscham? Die Abkehr von auffälligem und exzessivem Luxus? Neue Bescheidenheit? Vernunft gar? Fashion-Konzepte wie Stealth Wealth und Quiet Luxury zeigen Veränderungen im Umgang mit schneller visueller Identifizierung, die bisher eine so zentrale Rolle im Branding spielte.

6 7

Obwohl die beiden Konzepte häufig synonym verwendet werden, gibt es feine Unterschiede: Stealth Wealth betont die Idee, über Wohlstand zu verfügen, diesen jedoch diskret und unauffällig zu handhaben. Es geht hier vordergründig darum, Wohlstand zu verbergen. Trotzdem wird nicht gänzlich auf Luxus verzichtet, sondern es werden Mittel und Wege gesucht, möglichst „heimlich“ zu konsumieren, also nicht auf den ersten Blick als wohlhabend gebrandmarkt zu sein. Dagegen bezieht sich Quiet Luxury auf die Erfahrung von Luxus in subtiler und raffinierter Form, die häufig wenig laut, schrill oder besonders herausstechend ist. Der Schwerpunkt liegt nicht auf dem Akt des Verbergens, sondern in der Wertschätzung von Qualität, Handwerk, Material und Ästhetik. Grundsätzlich hat man kein Problem mit Luxus, das laute und offensichtliche Zurschaustellen wird jedoch als vulgär betrachtet.

Beide Styles haben ihren Ursprung in der „Old-Money“-Ästhetik. Der Begriff bezieht sich auf Familien und Personen, die über mehrere Generationen hinweg Reichtum aufgebaut haben und die aufgrund dieses kulturellen Erbes tief verwurzelte Vorlieben und Verhaltensweisen im Umgang mit der Zurschaustellung von Status erworben haben. Sie verfügen über langjährige Übung, was soziale Stellung, Verhalten und Styling angeht. Es ist weniger ein Fashion- als als vielmehr Lifestyle. Die Codes, die sie aussenden, unterscheiden sich fundamental von „New-Money“, also Menschen, die erst seit kurzem über die entsprechenden

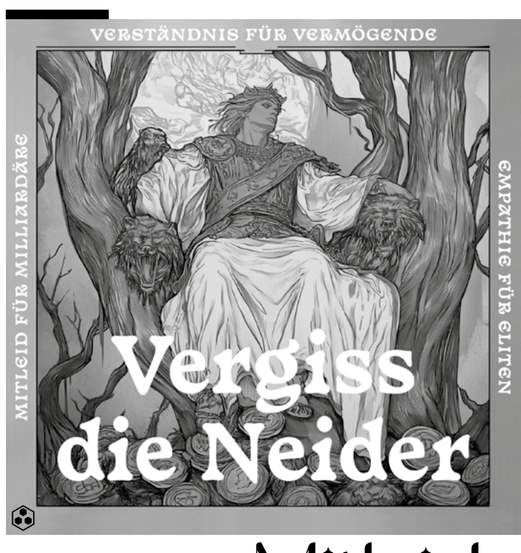
8

finanziellen Mittel verfügen und eher auf eine Strategie von vermeintlich lauten Statussignalen setzen. Lautstärke, Schrillheit und Auffälligkeit waren wichtige Bestandteile des In-Your-Face-Maximalismus der 90er-Jahre. Die „Logomania“ war eine Obsession mit riesig aufgedruckten Logos, die wenig subtil als Statussymbol herumposaunt wurden. Vor diesem Trend hat auch die Luxusindustrie nicht haltgemacht und vielleicht die Sache etwas überstrapaziert. Es folgte die Gegenbewegung mit minimalistischen Elementen: kleiner, leiser, unauffälliger.

Das geht formal gut zusammen mit den Glaubenssätzen des aktuellen Minimalismus: Weniger und seltener, aber besser. Trotzdem ist sowohl Stealth Wealth als auch Quite Luxury weit entfernt von Konsumkritik. Es wird nach wie vor in großem Stil konsumiert. Jedoch sind die Signale von ungebremstem Konsum heute nicht mehr besonders reizvoll und sozial akzeptiert. Auch das ist ein Aspekt, der zu einer gewissen Zurückhaltung geführt hat. Aber auch wenn Luxus in zurückhaltender Art zelebriert wird – es bleibt Luxus, ist also per Definition nicht nötig, sondern im Gegenteil: überflüssig – und mitunter gefährlich. Stealth Wealth hat immer auch etwas mit aristokratischem Stallgeruch zu tun, den man loswerden möchte. Man denke an die Französische Revolution, wo es lebensgefährlich sein konnte, ganz offensichtlich dem Adel anzugehören. Möglicherweise ist es heute wieder ein ähnlich sozial-unverträglicher Gedanke, dass es nicht in Ordnung ist, es sich ein bisschen gutgehen zu

9

10



Mitleid für Milliardäre,

Empathie für Eliten, Verständnis für Vermögende

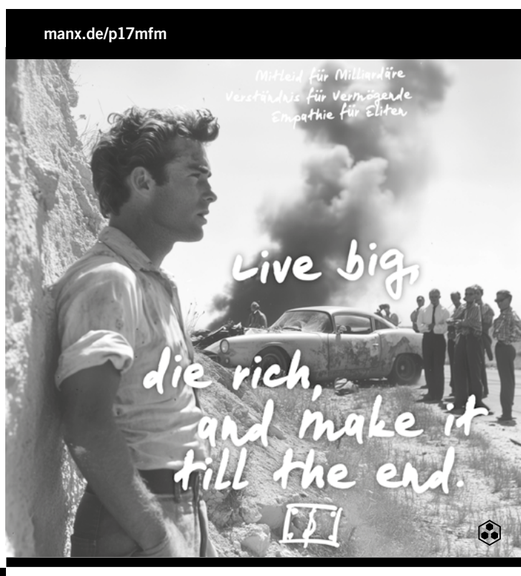
Jaja, es ist ja auch nicht schön, wenn alle einen doof finden und immer nur „eat the rich“. Nur weil man mehr hat, als man jemals brauchen wird und fernab der Probleme der Wenigervermögenden lebt, heißt das ja nicht, dass man nicht auch mal Zuspruch braucht. Wenn man immer nur liest, dass man in einer Woche mehr CO_2 ausstößt als eine Person am anderen Ende der Welt, in ihrem ganzen Leben*, dann fühlt man sich auch manchmal ungeliebt.
Und darum braucht es einfache Botschaften, Memes und Insta-Grüße auch und gerade für die Reichsten unserer Gesellschaft, die ihnen einfach sagen: „Du bist okay“.

mm

** Oxfam, „Carbon Inequality Kills“*

Give some love to the loaded – zeige der einsamen Elite, dass du an sie denkst und teile die Karten in deinen Kanälen.

manx.de/p17mfm



Glück gehabt.

Denn nur, wer unser Postr auch wirklich liest, wird belohnt. :)

Kalter Januartag, stählernes Wesen wächst in den wolkenlosen Himmel. Was ist es? Sieh's dir genau an – auf einem vergrößerten Luxusabzug auf edlem Barytpapier (15 x 20 cm). Den schenken wir dir! Einfach eine E-Mail mit Namen und Adresse schreiben an POSTR@MANX.DE. Die ersten Fünf gewinnen. Startschuss: 6.1.2025. Viel Glück!

Peter Howe

11

Luxusfaktor Todsünde // 7 Tipps fürs Paradies

JETZT REGELN WIR DAS MAL

Wenn es sonntags regnete, erlaubte sich Oma Klara den Luxus, nicht in die Kirche zu gehen. „Der liebe Gott will nicht, dass ich nass werde.“ Sie hat sich einfach eine eigene Regel ausgedacht und sich den Segen dafür von ganz oben geholt. Ihre Schwester, Großtante Franziska, genannt Franz, ging auch bei Wind und Wetter. Ihr Mann, der sehr dicke Onkel Hans, war immerhin im Kirchenvorstand (und zuvor höchst angesehener Sparkassen-Filialleiter). Da gab es dann keinen Spielraum. In den eigenen vier Wänden spielten Franz und Hans aber Karten um kleine Geldbeträge. Keine ausgesprochene Sünde, aber wenig christlich und ein Regelbruch. Die Bibel sagt „Jeder suche fortwährend nicht seinen eigenen [Vorteil], sondern den des anderen.“ (1. Buch Korinther, Kapitel 10, Vers 24) oder „Du sollst nicht . . . [begehren], was deinem Mitmenschen gehört“ (2. Buch Mose, Kapitel 20, Vers 17).

Nach der Schulmesse saß Großtante Franziska immer in der letzten Reihe. Ging ich an ihr vorbei, steckte sie mir regelmäßig ein 50-Pfennig-Stück zu und eine kleine Tüte mit Knöterich-Bonbons von der Trinkhalle um die Ecke. Dann zwinkerte sie mir zu. Diese Regelung gefiel mir insgesamt sehr gut. Bei der wöchentlichen Beichte habe ich Sünden erfunden. Mir fielen einfach keine ein, die ich tatsächlich begangen hatte. Der Pastor (gleichzeitig auch der Religionslehrer) bläute uns aber vier Grundschuljahre lang inbrünstig ein, dass wir alle Sünder und Heuchler seien – immer. Mit meinen „Sünden“ war er zufrieden. Sie kosteten mich drei bis vier „Vater unser“. Dass er mich sozusagen zur Lüge gezwungen hat, habe ich um seiner und meiner selbst willen nie gebeichtet. Ich war mir sicher „Der liebe Gott will nicht, dass mich Pastor Liebertz in die Hölle schickt.“ Win-Win-Win-Situation.

Himmel und Hölle

Rund um Luxus und Sünden schwirren Regeln. Besser gesagt: Sie sind der Kern der Angelegenheiten. Ohne Regeln gäbe es weder das eine noch das andere. Wer z. B. dem materiellen Luxus frönt, will mehr, als es die Regel ist. Wer diesen Luxus zeigen will, befolgt die Regeln der Luxussignale. Große Signale, die, bitte schön, alle mitbekommen oder kleine, exquisite, die nur das eingeschworene Clübchen registriert. Sünden hat am Bein, wer biblische Regeln bricht. Ganz arg wird es bei den Todsünden. Das sind die schlimmsten. Und wie von Geisterhand gibt es Schnittmengen zwischen Luxus und den tödlichen Vergehen. Geiz, Neid, Völlerei, Hochmut …

Wir befreien uns jetzt einfach vom ungesunden Luxus und den bedrohlichen Todsünden in einem Streich. Wir wenden alles zum Guten – mit sieben Aphorismen, die den Weg ins Paradies ebnen und den Höllenregeln Schnippchen schlagen. Alles selbst erfunden und ohne Gewähr. Macht euch euren eigenen Reim drauf! Halleluja!

md

1. Hochmut [suˈpɛr.bia]
Wer hohen Mut hat, geht tiefer und nicht etwa weiter.

2. Geiz [a.vaˈriː.ti.a]
Mach dich frei, das zieht an!

3. Wollust [luˈksuː.ri.a]
Wer dabei an Schafe denkt, muss behandelt werden.

4. Zorn [ˈiː.ra]
Gelassenheit schickt den Teufel in die Hölle und macht eine glatte Stirn.

5. Völlerei [ˈguː.la]
Hat die Fülle die Hülle gesprengt, dann wird es leider eng.

6. Neid [inˈviː.di.a]
Willst du Licht, sei doch kein Schatten!

7. Faulheit [aˈke.di.a]
Das Leben ist kurz. Wir müssen uns nicht beeilen.

Musiktipp: Stumbling onto Paradise // Kevin Coyne

16 17

Luxus, Fluxus, Kruxus // Die Kunst des Lebens im Wandel

Hör- und Sehspiel
Scannt den QR-Code und taucht im Video unseres neuen Blog-Beitrags in die ganze Geschichte ein: manx.de/p17ll

In einem fortwährenden Spiel von Aufstieg und Verfall, archaischem Stolz und aktuellen Wertefragen, Klischees und neuer WA.I.sheit entfaltet **„Die Geschichte von Luchs Luxus“** den Weg eines majestätischen Raubtiers, das sich in der schillernden Welt des Luxus verliert. Begleitet die Verwandlung einer einst stolzen Gestalt zur vernachlässigten Straßenkatze und entdeckt die tiefergehende WahrhA.I.t, die darin schlummern mag – bis hin zur rettenden Kraft guter Projektmanagement-Methoden!

Diese audiovisuelle Erzählung entstand in einer entspannt-laxen Kooperation zwischen Johannes Winkler (38 % kreative Leistung) sowie ChatGPT und Konsorten (62 % kreative Leistung) und bewegt sich „promptdialektisch“ an der Grenze künstlerischer Verantwortung.

jw

21 22 23

AI INSIDE

Fluch und Segen …
Was uns umtreibt passt hier nicht hin.
manx.de/p17ki

Bolinus brandaris, lange Zeit unter dem Originalnamen Murex brandaris von Linné bekannt, bildet ein milchiges Sekret, das zur Beutejagd, Verteidigung und zum Schutz der Eier gegen Mikroben dient. Die farblose Substanz wird an der Luft zunächst grün und später purpurrot. Deswegen „dient“ die Herkuleskeule dem Menschen seit dem Altertum als Purpurlieferant.*

**Wikipedia*

24

Impressum

HERAUSGEBER POSTR
Manxdesign GmbH
Hammer Straße 156, 45257 Essen
www.manx.de

KONTAKT
mxpost@manx.de
Telefon 0201 848300

VERANTWORTLICH
Peter Howe und Tim Ulrich

REDAKTION
Fee Brandenburg, Michael Dilly, Melanie Gardemann, Peter Howe, Marcel Kather, Matthias Meyer, Tim Ulrich und Johannes Winkler

KONZEPT UND ENTWURF
Manxdesign

PROJEKTMANAGEMENT
Melanie Gardemann

GRAFIK, LAYOUT
Melanie Gardemann

DRUCK
Basisdruck, Duisburg, Springwall 4
Gedruckt auf Soporset 80 g/m²

Und solltet ihr zufällig mal in der Gegend sein, dann schaut einfach rein. Oder falls zufällig ein nettes Projekt auf eurem Schreibtisch liegt, ruft doch einfach an. Oder falls ihr dieses Postr durch Zufall entdeckt habt, tragt euch in die Abo-Liste ein: manx.de/postr

25