

CHARLIE SHEEN ÜBER ABSTÜRZE UND SEIN COMEBACK **NEU!**

InStyle

€ 3,50

MEN

JETZT KAUFEN!

- ✓ STREIFEN-SHIRTS
- ✓ BIKER-JACKEN
- ✓ VINTAGE-JEANS
- ✓ ROTE PARKAS

NEUER ANZUG? DER PASST!
Alle Fakten zum Thema Anzug-Kauf

GUT & GÜNSTIG
Komplette Outfits zu unglaublichen Preisen

DIE COOLSTEN SOMMER-SCHUHE
Weiße Sneakers, blaue Slipper, derbe Boots

PERFEKTE ZÄHNE
Veneers zum Testen

RYAN REYNOLDS
ENTSPANNTER TOP SCHAUSPIELER
WIE DER KANADIER MIT CHARME, ENGLISCHER
UND SELBSTIRONIE HOLLYWOOD BEBEHRT

T-SHIRT-DIARIES

Seit 25 Jahren sammelt Designer & Grafiker Matthias Kisselmann (InStyle Men) T-Shirts. Bislang 1000 Stück! Stüssy & Gucci. Totenkopf & Snickers. **ALLES MACHT SINN.** Hier erzählt er warum!

Bin ich eigentlich verrückt? Klare Antwort: JEN! Ich bin 38 Jahre alt und sammle seit 25 Jahren T-Shirts wie Frauen Schuhe. Ich besitze knapp 1000 Exemplare und die wichtigsten hängen gerahmt in meiner Diele. Sie anzuziehen wäre ein Frevel, da sie teilweise über vierzig Jahre alt sind und in einschlägigen Tauschbörsen über dreistellige Summen erzielen. Ich habe jeden Shirtrend der letzten Jahrzehnte rechtzeitig erkannt und mitgemacht. Und ich weiß: Nichts ist in der Mode so schlimm wie „so last season“ zu sein! Als Beispiel: Im Sommer 2006 mit einem Van-Dutch-Shirt durch sein Viertel zu stolzieren, bedeutete bewundernde und interessierte Blicke auf sich zu ziehen. Ein Jahr später erntete man von den gleichen Leuten nur noch verachtendes Kopfschütteln und mitleidige Blicke, als ob man VIP-Champions-League-Finaltickets vor lauter Dummheit in die Isar fallen gelassen hätte.

Ende der Achtziger ging es los: Es musste das richtige Skatershirt sein. Powell Peralta, Santa Cruz oder Stüssy. Um die wichtigsten zu nennen. Wenn man das nicht kapierte, hatte man ganz schlechte Karten, in die richtige Clique zu kommen. Übrigens immer noch top Shirts! Die Originale sind nur mit viel Glück und dem nötigen Kleingeld zu bekommen (ab 400 Euro aufwärts).

Das nächste Jahrzehnt war geprägt von mehreren „Bewegungen“. Retro-Marken-Prints wie Bärenmarke oder Meister Proper wurden abgelöst von Shirts, die erst auf den zweiten Blick amüsierten. Auf einmal las man SUCKERS anstelle von SNICKERS und so weiter... Danach kamen die ach so lustigen Sprüche. Wobei zu sagen ist: „Too

Drunk to F**K“ wird immer lustiger sein als „Bier formte diesen schönen Körper“. Ach ja, es gibt einen nicht totzukriegenden, weil schon 1000-mal gestorbenen Dauerzombie: den Totenkopf! In einem zyklischen Turnus von drei Jahren erlebt der auf alle Zeiten Totgesagte seine Wiederauferstehung. Also: Schädelshirt behalten – es kommt immer wieder! (Eventuell lieber keine tattooartigen...) Der Anfang der Nullerjahre war dann geprägt von dem starken Drang der Individualisierung. Auf Grund von immer günstiger werdenden Folienplotzmaschinen war es nun möglich, semi-professionelle Unikate zu erstellen. Jeder konnte nun seinen ganz eigenen Humor auf die Probe stellen. Von „Aaaaldal“ bis „Zum Bleistift“ musste alles ertragen werden. Auch neue industrielle Druckarten bestimmen Trends und Möglichkeiten. Vor nicht allzu langer Zeit war es angesagt, All-over-Prints zu tragen. Je größer das Motiv, desto cooler das Shirt, galt es mindestens zwei Jahre.

Der Griff zum richtigen Shirt beim Ausgehen wird immer eine knifflige Herausforderung sein. Es gilt mehr denn je: in der einen Bar bejubelt, in der nächsten schon verhöhnt. So passierte es mir neulich. Seit Jahren versuche ich, ein ganz bestimmtes Old-School-Hip-Hop-Shirt von Gucci zu bekommen. Nach ewiger Recherche finde ich im Internet einen kleinen Laden in Tokio, bei dem ich mein Fundstück für verdammt viel Geld erstehe. Nach wochenlangen Verhandlungen mit dem Zoll, bei dem die Echtheit getestet wird, ist es so weit: Freitagabend. Zwei Partyeinladungen. Die erste, lässig und hip-hop-affin. Die zweite, eher cool und housig. Der Abend beginnt und ich be-

komme anerkennende und respektvolle Blicke. Mindestens dreimal erzähle ich die gesamte Story zu meinem Gucci-Shirt. „Hat dir das deine Oma aus Istanbul vom Bazar mitgebracht?“, höre ich als Erstes und es wird nicht besser. Es ist, als ob ich mich in einem Diddl-Maus-Print um die Stelle als Chefdesigner bei KIX bewerbte – schlimmer als nackt. PS: KIX ist im Übrigen die Marke der Stunde, und wenn es um coole Prints geht, kümmert sich Niels Jäger (Markenmanager) um die Auswahl. Auf der nächsten Seite zeigt der notorische T-Shirt-Sammler die aktuell besten Shirts.

