

J.F.S SCHWARZLOSE BERLIN

A luxury fragrance brand.

Specific: „Niche“ or „Art of Perfumery“ segment.

WHAT ARE THE RULES OF THE SO-CALLED “NICHE” FRAGRANCE MARKET

*Rule No.1:*

Clearly the fragrance itself is focus in this market. Scents are very unique and experimental, as well as extrovert and non- conformist.

In most cases they have a very high concentration of perfume oils.

*Rule No.2:*

The target group is driven by new, unexpected olfactive experiences.

The heart of each „Niche“ brand is a credible fragrance story and a legacy through an artistic perfumer.

The perfumer creates olfactive worlds to indulge into.

*Rule No.3:*

The brands are either: the creator himself (by Kilian/ Kurkdjian/ Joe Malone), a heritage brand (Creed, Aqua di Parma, Farmacia di Santa Maria Novella) or a unique fragrance concept (Eccentric molecule, Le Labo, Byredo).

*Rule No.4:*

The packaging is clean and less expressive but with love for detail and execution.

The bottle is a fragrance container rather than the expression of a concept.

The elements of packaging are about high quality details and finishes.

There is a bit of an „artisanal“ spirit.

Due to the fact that the fragrance is the hero and often unisex, most „Niche“ brands make no distinction between female & male designs.

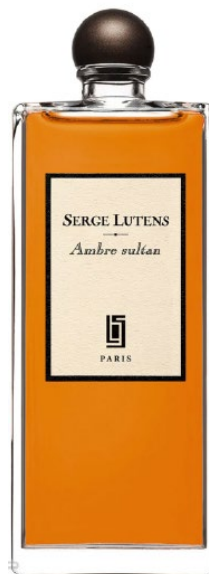
*Rule No.5:*

Less is more in all dimensions, no advertising, but PR. Attention to POS and surprising staging of products.

Don't go with the flow, but reinvent.



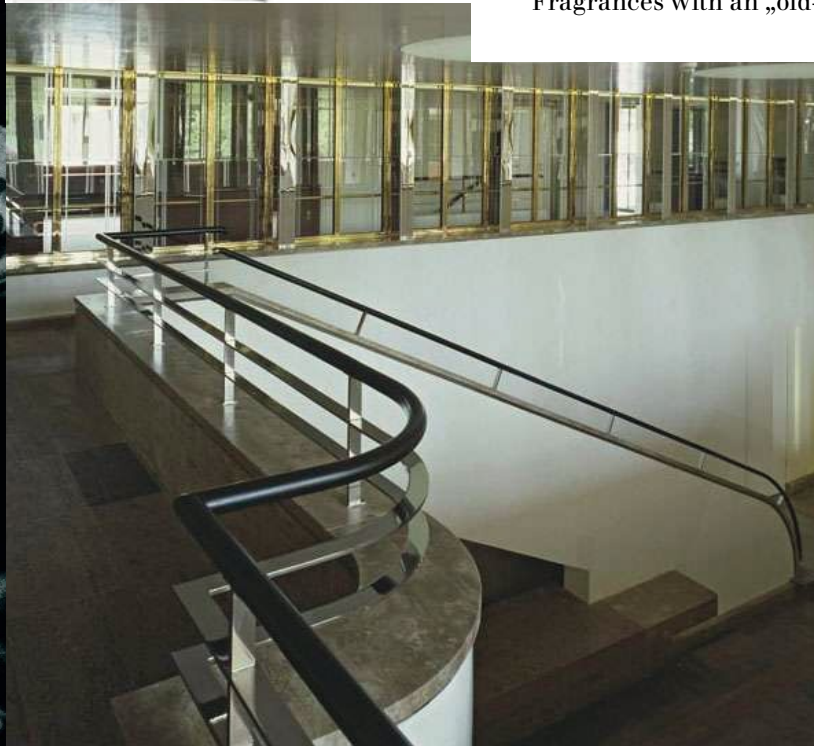
EXAMPLES OF THE “NICHE” FRAGRANCE MARKET





HERITAGE IN GERMANY

In the luxury and perfume industry in pre-war Berlin: Bauhaus & modernity in all aspects of lifestyle were present. Many brands disappeared. The brand J.F.Schwarzlose from Berlin though has a lot of appeal, through it's success in the 19th century as well as its modernity in the 1920ties. The fragrance stories such as: 1A-33, Treffpunkt 8 Uhr or Trance are stories to be retold again. Fragrances with an „old-school“- yet modern touch.



Fordern Sie Gratisproben von
Creme Electra, „Rosa Centifolia“



*Das Hautpflegemittel der Dame.
 Einmal gebraucht,
 unentbehrlich,
 parfümiert mit*

ROSA CENTIFOLIA

dem Duft der dunkelroten Gartenrose von wunderbarer Natürlichkeit. Tube M. -,75, Dose M. 1,- und M. 1,25. Auch vorrätig in PARFÜM, Flasche im Karton M. 4,25, 6,50, Probe im Karton M. 2,-. SEIFE Stück M. 1,25, Karton M. 3,50, Stück M. 1,50, Karton M. 4,25, grosse Badeseife Stück M. 1,75. PUDER M. 2,50, Probe M. 1,50, 1,-. PUDER COMPACT: Metaldose mit Quaste und Spiegel M. 1,75. KOPFWASSER Fl. M. 2,60, 4,-. FLÜSSIGE KOPFWASCHSEIFE Fl. M. 1,75.

J. F. SCHWARZLOSE SÖHNE, BERLIN

Detailverkauf: Markgrafenstr. 26. – Fabrik: Dreysestr. 5.

Zu beziehen durch alle einschlägigen Geschäfte. Parfümierte Karten gratis.

„Rosa Centifolia“ ist einzig, ich ziehe es
 allen anderen Rosen-
 Parfüms vor.”

Edmond Guy

Zu einem frischen
 köstlich nach Rosen
 duftenden Bad nur
 Badekristalle

„Rosa Centifolia“
 Gläser 125, 250, 450



ROSA CENTIFOLIA

der Duft der dunkelroten Gartenrose in wunderbarster Natürlichkeit. Flasche im Karton Mark 4,50 und Mark 6,75, Probe Mark 2,50. Auch als Parfüm, Seife, Kopfwasser, Brillantine, Puder usw. * Vorrätig in allen einschlägigen Geschäften.

J. F. SCHWARZLOSE SÖHNE, BERLIN

Detailverkauf: Markgrafenstr. 25. Fabrik: Dreysestr. 5.

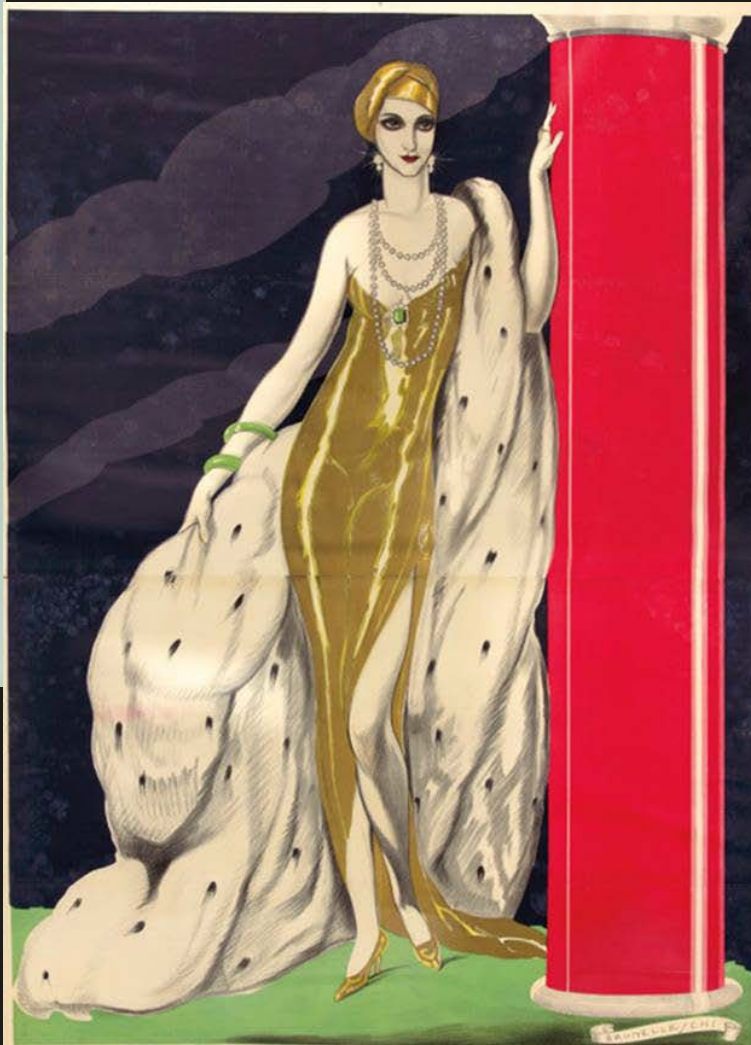
Proben von Badekristallen u. parfümierte Karten stehen kostenlos zur Verfügung.

Generalvertretung für Oesterreich: ROB. SCHRAUF, WIEN I, Fleischmarkt 22.



Edmonde Guy mit dem **AEG** Vampyr

CELEBRITY ADVERTISING



EDMONDE GUY



Reynolds & Reynolds

Une Née de France au Joyau des Esclaves

Mlle Edmonde Guy est, par sa beauté, sa grâce et son élégance, un véritable phénomène de société. Elle a été choisie pour représenter la France à l'Exposition de 1904.

Le Casino de Paris, dans la soirée du 10 Mars, a honoré sa beauté et son talent par une brillante représentation.

Rosa Centifolia ist einzig, ich ziehe es allen anderen Rosenparfüms vor.



Edmonde Guy
Königliche Hofdame

Zu einem frischen, köstlich nach Rosen duftenden Bad nur

Badekristalle

Glas M. 1,25, 2,50, 4,50

parfümiert mit

Rosa Centifolia

dem Duft der dunkelroten Gartenrose von wunderbarer Natürlichkeit. — Flasche im Karton M. 4,50, 6,75, Probe M. 2,50. Auch als Seife, Kopfwasser, Brillantine, Badesalz, Puder usw. vorrätig in allen einschlägigen Geschäften.

J. F. Schwarzlose Söhne / Berlin

Detailverkauf: Markgrafenstraße 26

Fabrik: Dreyestraße 5

Proben von Badekristallen und parfümierte Karten gratis und franko.

VINTAGE INSPIRATION

Packaging of the 1920ties in Germany was either very „Art Deco“ or very simple, functional. The basis for the new collection was the more „old- school“ inspired, simple lines of the 1920ties bottles. Details like the metal cap with horizontal lines, the heavy glass base and the idea to put labels on the bottles were the basis of the design development. The outer carton and grafics are recalling the traditional design in an up-to-date technology.



DESIGN APPROACH

Details were varied: like cap, proportions of the bottle or the application technology.



FINAL EXECUTION

The logo was modified from J.F. Schwarzlose Söhne to J.F. Schwarzlose Berlin.
Elements like logo type were streamlined and carefully revised.
The label of each fragrance variant was inspired by vintage blotters.



FRAGRANCE SAMPLES DESIGN

For Online shop and stationary stores perfumery.



FRAGRANCE SAMPLES NEW DESIGN

To buy online and to receive at perfumery.





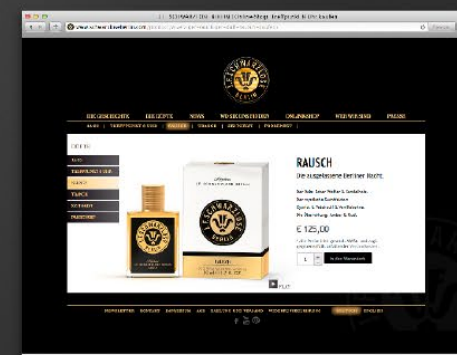
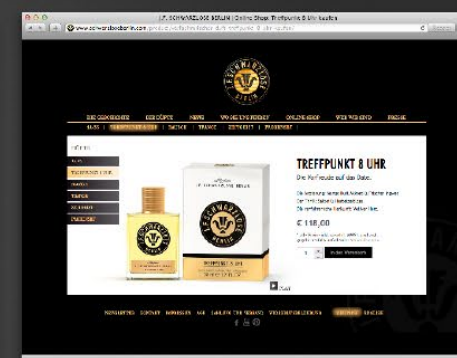
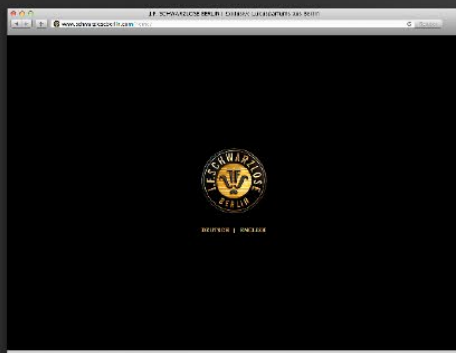
COLOR SCHEME

The old company's colors were reused: black, gold & white to create a link to tradition but also a luxurious feel of all elements in the corporate design.

CORPORATE DESIGN

All printed materials and even the website follows this guideline of revitalising the traditional codes of the company in a modern way.





IN THE WEB

The website showcases the tradition and heritage as well as the modern interpretation of the fragrance stories. Through animations playing with the eternal theme of smoke, each fragrance is being explained without words. PER-FUME (Latin) = through smoke...to the gods.



IN STORE

The black and gold combination creates a traditional luxury look, even in store. The display and elements for POS are all designed in this spirit.



OBERPOLLINGER LAUNCHPROMOTION

Promotion area at Oberpollinger Munich

ALSTERHAUS LAUNCHPROMOTION

Promotion area at Alterhaus Hamburg



Concept of Promotion: revitalised fragrances / formulators of J.F.S
 > Heritage Promotion
 Look & Feel is Laboratory goes Boudoir, all Black & White



Kaufhaus Der Westens GmbH Berlin W 90

PARFÜMERIE

Deutsches Parfüm

Französisches Parfüm

I. F. Schwarze's Südde.
Cologne, Fl. 30. 3,00 3,00
13052 Hildebrandt-Parfüm
Nagelstift, Fl. 1,50 2,50
13053 Hildebrandt-Parfüm
Nagelstift, Fl. 1,00 1,75

Max Schwarze's.
13054 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13055 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Draht.
13056 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13057 Parfüm, Tint 3,00 5,50
13058 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Flora-Parfüm.
13059 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13060 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Flora-Parfüm.
13061 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13062 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Flora-Parfüm.
13063 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13064 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Flora-Parfüm.
13065 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13066 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Flora-Parfüm.
13067 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13068 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Flora-Parfüm.
13069 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13070 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Flora-Parfüm.
13071 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13072 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Flora-Parfüm.
13073 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13074 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Flora-Parfüm.
13075 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13076 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Flora-Parfüm.
13077 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13078 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Flora-Parfüm.
13079 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13080 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Flora-Parfüm.
13081 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13082 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Flora-Parfüm.
13083 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13084 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Flora-Parfüm.
13085 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13086 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Flora-Parfüm.
13087 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13088 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13089 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13090 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13091 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13092 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13093 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13094 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13095 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13096 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13097 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13098 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13099 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13100 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13101 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13102 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13103 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13104 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13105 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13106 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13107 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13108 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13109 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13110 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13111 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13112 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13113 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13114 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13115 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13116 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13117 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13118 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13119 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13120 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13121 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13122 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Gutter-Lohn.
13123 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13124 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Roger & Gallet.
13125 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13126 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Roger & Gallet.
13127 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13128 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Roger & Gallet.
13129 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13130 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Roger & Gallet.
13131 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13132 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Roger & Gallet.
13133 Parfüm, Tint 3,00 6,00
13134 Parfüm, Tint 3,00 5,50

Roger & Gallet.
13135 Parfüm, Tint 3,00 6,00
131



HERITAGE PROMOTION

For a „heritage“ promotion, highlighting the 3 revitalized formulas of the Schwarzlose collection, the look was kept black and white: like in a laboratory around 1900, when these formulas were first created. The woodcut images showcases printing techniques of this periods. The decoration like the pharmacy bottles recalls the professional laboratory feeling.



SOCIAL MEDIA

Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram
Permanent posts and news for over 1700 Followers, steadily increasing.



J.F. Schwarzlose Berlin Window Museum* hinzugefügt.
Gepostet von Lutz Herrmann (P) · 21. Dezember 2014 · Bearbeitet · 📷

Advent Fact#21: We are always hunting for Schwarzlose treasures. Earlier this year, we presented our collection of vintage flacons, bottles, prints and packaging at Kaufhaus des Westens in Berlin. Precious historic documents!

Advent Fact#21: Wir sind immer auf der Jagd nach privaten Schwarzlose-Schätzen: Unser alten Flakons, Anzeigen oder Schmuckdosen konnten wir schon im Sommer diesen Jahres im Kaufhaus des Westens präsentieren. Wunderbare zeitgeschichtliche Dokumente!



334 erreichte Personen

Beitrag bewerten

J.F. Schwarzlose Berlin
Gepostet von Lutz Herrmann (P) · 6. Februar · Bearbeitet · 📷

Lost & found: an old display layout of Schwarzlose- probably 1920ties. #schwarzlose #instore #modernism #berlin #design



475 erreichte Personen

Beitrag bewerten

J.F. Schwarzlose Berlin
Gepostet von Lutz Herrmann (P) · 22. Januar · 📷

Brandmedia & Zeitgeist!
#MBFW #fashionweek #berlin #schwarzlose



447 erreichte Personen

Beitrag bewerten

J.F. Schwarzlose Berlin 📷 verliebt
Gepostet von Tamas Tagacheher (P) · 10. Februar · 📷

New cards! What do you think? We love them!



6.524 erreichte Personen

Beworben

J.F. Schwarzlose Berlin hat Cosmotheas Album geteilt.
Gepostet von Tamas Tagacheher (P) · 15. März · 📷

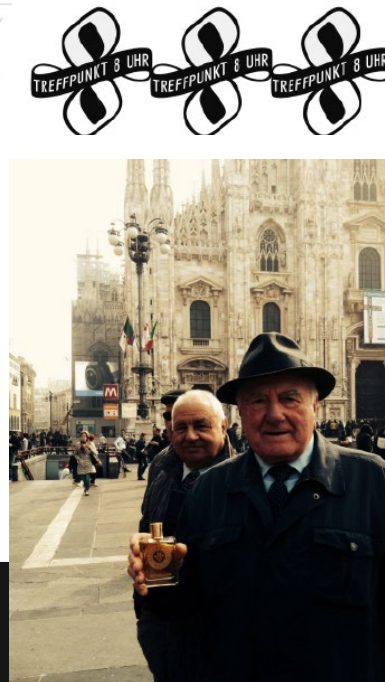
THE Schwarzlose launch party in Moscow!



Cosmothea hat 125 neue Fotos zu dem Album J.F. SCHWARZLOSE Moscow Night in Mandeliev Bar IF hinzugefügt — mit Anya Masova live: Mandeliev.

Такая вечеринка в честь залука в России парфюмерной марки J.F. Schwarzlose Berlin и презова Тамаса Тагачерра (@Tamas Tagacheher) объективно фотографра Николай Захаров

Übersetzung anzeigen

J.F. Schwarzlose Berlin
Gepostet von Lutz Herrmann (P) · 11. April · Bearbeitet · 📷

Finally we found out who the face of Rosa Centifolia by Schwarzlose was in the period between 1924- 1928. It was Edmonde Guy-dancer, performer, vamp, starlet, actress- famous in Paris at Detacian and Berlin Admiralspalast. #vamp #burlesque #berlin #schwarzlose #edmondeguy #aroseiseiseiseiseiarose #rosacentifolia #vogue1925 #GeorgeHoyningeHue #fabulous #danseuse #infamous



996 erreichte Personen

Beitrag bewerten

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

👍 Véronique Nyberg, Bendix Bauer, Annemarie Sloof und 20 anderen gefällt das.

J.F. Schwarzlose Berlin
Gepostet von Yasamin Dornis (P) · 5. Februar · 📷

Danke an NY-Pamilo TV für diesen tollen Film über J.F.Schwarzlose Berlin, der unser Unternehmen und seine Geschichte perfekt portraitiert. #schwarzlose #schwarzloseberlin #berlin #tv #perfumes



Josephine Baker & ihr Treffpunkt 8 Uhr

Schon im frühen 20. Jahrhundert duftete die Welt des Adels und der Reichen und Schönen in Berlin nach der berühmten „Berliner Luft“

NY-PAMILO.TV

382 erreichte Personen

Beitrag bewerten

GOOD PR

The communication through PR for print is still relevant.



social life

die 1. LIGA

Ob sie nun ein Parfümlabel wackeln oder im Internet Millionen unterhalten – über diese Berliner spricht derzeit die ganze Stadt



Schneidkünstler
Avin Fezel und seine – das passt! Viel die 29-jährige gemauert quillt und cool, selbstbewusst und klar zu sein. Doch in der Welt ist er kein „Ich“, sondern ein „Wir“. In der Welt ist er kein „Ich“, sondern ein „Wir“. In der Welt ist er kein „Ich“, sondern ein „Wir“.

Flaschengestalter
Wenn man über Lutz Herrmann, 53, spricht, dann geht es um das Wort „Legende“. Herrmann ist ein Berliner, der in der Welt ist er kein „Ich“, sondern ein „Wir“.

styletrend



IO8



DIE LIEBLINGE DER BEAUTY-PROFIS



5 Suchergebnisse für "schwarzlose"

KATEGORIE ▾

LISTE SORTIEREN ▾

Seite 1 von 1



J.F. SCHWARZLOSE BERLIN

1A-33 Eau de Parfum

125,00 €



J.F. SCHWARZLOSE BERLIN

Treffpunkt 8 Uhr Eau de Parfum

125,00 €



J.F. SCHWARZLOSE BERLIN

Rausch Eau de Parfum

125,00 €



J.F. SCHWARZLOSE BERLIN

Zeitgeist Eau de Parfum

125,00 €

ONLINE PRESENTATION IN DEPARTMENT STORES

Presentation of the fragrances in Departmenstores, clean and crisp presentation at KaDeWe Onlinestore.

J.F.S SCHWARZLOSE ONLINESHOP

Exclusiv trail sizes as Collections are available only in our own: J.F.S Onlinestore



[HISTORY](#) [FRAGRANCES](#) [NEWS](#) [WHERE WE ARE](#) [ONLINE-SHOP](#) [WHO WE ARE](#) [PRESS](#)

[50 ML](#) | [10 ML](#) | [SET OF SAMPLES](#) | [ACCESSORIES](#) | [SPECIAL EDITIONS](#)

FRAGRANCES

HERITAGE COLLECTION

CLASSIC COLLECTION



HERITAGE COLLECTION

3 x 10 ml of the 1920's fragrances

10 ml 14-33
10 ml Treffpunkt 8 Uhr
10 ml Trance

€ 85,00

* all prices incl. VAT plus any applicable shipping costs.

[Add to cart](#)

SKU: jfs-heritage-coll.

[NEWSLETTER](#) [CONTACT](#) [IMPRINT](#) [DISCLAIMER](#) [TERMS & COND.](#) [PAYMENT & SHIPPING](#) [WITHDRAWAL](#) [ENGLISH](#) [DEUTSCH](#)





[HISTORY](#) [FRAGRANCES](#) [NEWS](#) [WHERE WE ARE](#) [ONLINE-SHOP](#) [WHO WE ARE](#) [PRESS](#)

[50 ML](#) | [10 ML](#) | [SET OF SAMPLES](#) | [ACCESSORIES](#) | [SPECIAL EDITIONS](#)

FRAGRANCES

HERITAGE COLLECTION

CLASSIC COLLECTION



CLASSIC COLLECTION

5 x 10 ml of all J.F. Schwarzlose Berlin fragrances

10 ml 14-33,
10 ml Treffpunkt 8 Uhr,
10 ml Trance, 10 ml Rausch,
10 ml Zeitgeist.

€ 135,00

* all prices incl. VAT plus any applicable shipping costs.

[Add to cart](#)

SKU: jfs-classic-coll.

[NEWSLETTER](#) [CONTACT](#) [IMPRINT](#) [DISCLAIMER](#) [TERMS & COND.](#) [PAYMENT & SHIPPING](#) [WITHDRAWAL](#) [ENGLISH](#) [DEUTSCH](#)



XMAS OFFER, SPECIAL EDITION FOR PERFUMERIES ONLY

Treffpunkt 8 Uhr/ Rendez-vous at 8 o' clock is the best- seller and therefore a speciality for Christmas was designed in a bigger, more luxurious bottle, with engraved logo and a rigid black and gold box.



NOT SOLD ONLINE: ART EDITION 2014 WITH OLAF HAJEK

As one rule is, not to follow the flow and to add each year a new fragrance variant, the concept was created to work with Berlin based artists on editions which display the brand and the collection in an unseen surprising way. Here the 2014 art edition with international illustrator Olaf Hajek.

This offer was done to have a WOW at point of sale.
Exclusive available in perfumerys, not in the J.F.S onlinestore.



ART EDITION 14 USED AS DECORATION

Execution and promotion with flyers, PR and POS-material for the 2014 Artedition.



NOT SOLD ONLINE: ART EDITION 2015 WITH BENDIX BAUER

Our aim was to link the art of perfume making to the art world in Berlin. Therefore we created an Art Edition in 2015 which is available in stores only. It is limited to 200 pieces per fragrance, it is a collector's item.

This offer was done to have a WOW at point of sale.
Exclusive available in perfumerys, not in the J.F.S onlinestore.





*** THE CUSTOM TERM “EAU DE TOILE - WATER FOR HANDKERCHIEF “
BECAME “EAU DE TOILETTE“.**

You may spray the fragrance onto the bandanas to hold the scent as it was done in former times. People used to apply perfume to their handkerchiefs or scarfs.

NEXT GENERATION

To complete or add new fragrances to the line, the aim is to do this step by step and with a link to heritage or modern Berlin.

Each fragrance story is to be rooted in the tradition and the inspiration of Berlin as a creative laboratory.



INSPIRATION BERLIN

What does modern Berlin stand for today: artist capital of the world, creativity and permanent change, freedom and space to breathe. The city itself is a mix of rough and industrial architecture and the capital of nightlife in Europe.



OLFACTIVE INSPIRATION

An inspiration for a new fragrance is the old Schwarzlose fragrance: "Spanisch Leder" - Spanish leather. As an olfactive experience the old formula must change and an edge needs to be added. There are too many leather notes out in the market, as leather inspired fragrances are a main tradition in perfumery ever since.





DESIGN

It shows the traditional square bottle with metal cap.
The bottle shows a new glass technology: all sides of the bottle are covered with a leather like texture to create a tactile experience. The logo is debossed into the leather texture.
The leather is colored black.

TOUCHPOINT MUSEUM NEW YORK

In September we will participate with some historical bottles from our collection in an Exhibition at Neue Galerie about culture in Berlin 1918-33.

NEUE
GALERIE
MUSEUM FOR GERMAN
AND AUSTRIAN ART
NEW YORK

25 March 2015

October 2015 to 4 January 2016

Dear Mr. Hermann,

I am writing to you with reference to the exhibition *Berlin Metropolis, 1918-1933*. This groundbreaking exhibition will investigate both the myth and the essence of this quintessential German city at the time of its most explosive growth. We will explore the political, economic, and social history of Berlin by presenting works that reflect the multifaceted dimensions of this fascinating period. The exhibition is curated by art historian Dr. Ottobruno D'Amico and will include the 2010 Otto Dix exhibition.

Thank you for contacting us and for your generous offer to lend vintage perfume bottles from the 1920s. We shared the materials with you and request the following works:

Rustica, ca. 1920

Crystal bottle (ca. 25 ml),
ribbon seal on neck

Size of bottle:

Height: 8.8 cm

Width: 3.6 cm

Depth: 2.7 cm

Paper label: 4.3 x 2 cm, oval



...stopper & oval paper label &

FOUNDERS
RONALD S. LAUDER
SERGE SABARSKY

PRESIDENT
RONALD S. LAUDER

DIRECTOR
RENÉE PRICE

BOARD OF TRUSTEES
REINHOLD HELLER
MAX HOLLEIN
JILL LLOYD
OLAF PETERS
ERNST PLOIL
C. THUN-HOHENSTEIN
C. WITT-DÖRRING

EMERITUS TRUSTEES
CARL SCHORSKE
EDUARD SEKLER
PETER SELZ

FIFTH AVENUE
NEW YORK NY 10028

The
con

TOUCHPOINT MUSEUM STADTMUSEUM BERLIN

Starting September we will participate with historical material in an exhibition about prewar Berlin, as an example of a fragrance company with great influence in the Golden Twenties in Germany and Europe.

[Presse](#) [Kontakt](#) [Newsletter](#) [Jobs](#) [Leichte Sprache](#) [Gebärdensprache](#) [English](#)



STIFTUNG STADT MUSEUM BERLIN

[Unsere Museen](#) [Ausstellungen](#) [Veranstaltungen](#) [Schule und KiTa](#) [Sammlungen](#) [Über uns](#)

[Ausstellungen](#) > [Tanz auf dem Vulkan](#) [Empfehlen](#) [Drucken](#)



Beginn: 04.09.2015 | Ende: 31.01.2016

Tanz auf dem Vulkan

Das Berlin der zwanziger Jahre im Spiegel der Künste

Die Krisen der Weimarer Republik ließen ein hektisches, hedonistisches Lebensgefühl aufkommen: Tanz auf dem Vulkan. Es äußerte sich in den stakkatoartigen Bewegungen des Charleston, im Exhibitionismus des Tingeltangels, im Spott der Cabaret-Nummern, im Styling der „Neuen Frau“, kurz: im sprichwörtlichen Tempo der Großstadt.

Berlin war das Zentrum der Avantgarde auf allen Gebieten der bildenden, angewandten und darstellenden Künste. Anhand ausgewählte Arbeiten aus den reichen Sammlungsbeständen des Stadtmuseums Berlin wirft die Ausstellung einen differenzierten Blick auf die Epoche der nicht immer „Goldenen“ Zwanziger und vermittelt einen Eindruck von dem Verlust, den gerade die Kultur durch die Gewaltherrschaft der Nationalsozialisten erlitt.

Die Ausstellung bespielt alle drei Etagen des Ephraim-Palais.

Ephraim-Palais

ÖFFNUNGSZEITEN
Di, Do–So 10–18 Uhr | Mi 12–20 Uhr
Bitte beachten Sie unsere Sonderöffnungszeiten an den kommenden Feiertagen.

EINTRITTSPREIS
6,00 / erm. 4,00 Euro
bis 18 Jahre Eintritt frei
jeden 1. Mittwoch im Monat Eintritt frei

SONDERTICKET
8,00 / erm. 5,00 Euro
Berechtigt zum Besuch der Häuser Ephraim-Palais und Märkisches Museum in der Zeit vom 30.06.2015–31.01.2016

BARRIEREFREIHEIT
 [Details auf Mobidat.](#)

ADRESSE
Poststraße 16
10178 Berlin



THANK YOU FOR YOUR ATTENTION

All designs, (except competitor side and mood boards, Berlin images etc.) appearing in the design study are the exclusive property of Lutz Herrmann Design & J.F. Schwarzlose Berlin GmbH & Co. KG and are protected under International Copyright laws.

The images may not be reproduced, copied, transmitted or manipulated without the written permission of Lutz Herrmann Design & J.F. Schwarzlose Berlin GmbH & Co. KG.

Use of any image as the basis for another concept or illustration (digital, artist rendering or alike) is a violation of International Copyright laws. All images are copyrighted © 2001 - 2014.