

## BUZZWORD

#chinning

Harmonisch komponiert, perfekt gestylt und mit entsprechendem Werbehinweis: So sieht er aus, der Post eines guten Influencers, bei dem möglichst keine Röllchen, Fältchen oder sonstige Abweichungen vom herrschenden Schönheitsideal zu sehen sind. Anders beim Chinning. Mit Hintergründen wie dem schiefen Turm von Pisa oder thailändischer Strandidylle sind auch hier Bestandteile der makellosen Instagram-Welt vorhanden. Allerdings stehen sie bei den Chinning-Fotos im Kontrast zu einem enormen Doppel- oder Dreifachfachkinn (englisch chin), das im Vordergrund des Selfies prankt und ein unübersehbares Zeichen gegen die scheinbar perfekte Social-Media-Welt setzt.

Begonnen hat alles mit Instagramerin Michelle Liu, die auf ihrem Account @chinventures Reiseerlebnisse dokumentiert und dabei mit strahlendem Lachen und Doppelkinn im Disneyland, auf der Brooklyn Bridge oder vor dem Big Ben posiert. Mit dem Mut zum Doppelkinn sorgte Liu dabei für die ersten wirklich lustigen Körperbilder auf Instagram. Zwar mag auch dieser Trend auf den ersten Blick unnötig erscheinen, im Gegensatz zur Thigh-Gap-Challenge, bei der die Oberschenkel so dünn sein sollen, dass sie sich beim Stehen nicht berühren, oder der Collarbone-Challenge, bei der möglichst viele Geldstücke auf einem herausstehenden Schlüsselbeinknochen balanciert werden sollen, ist Chinning aber zumindest nicht gesundheitsgefährdend.

Ein Doppelkinn kann jeder zeigen und muss dafür nicht einmal zunehmen. Dank der Hautfalten am Hals genügt es, das Gesicht zu verziehen und die Kamera in einem ungünstigen Winkel von unten zu halten – fertig ist das Chinning-Selfie. Was wahrscheinlich jedem schon einmal ungewollt passiert ist, ist dank Michelle Liu nun salonreif. Und wenn Chinning in einer Scheinwelt voller schöner Menschen auch nur ein bisschen dazu beiträgt, die Fähigkeit, über sich selbst zu lachen, nicht zu verlieren, könnte der albern wirkende Trend nicht nur harmlos, sondern sogar geradezu erfrischend sein. *Christin Jahns*

## APPS &amp; GADGETS

## Vom Schnappschuss zur Hintergrundinfo

Die Bilderkennungssoftware Google Lens gibt es jetzt als alleinstehende App für Android-Smartphones. Sie ermöglicht per Kamera die Bilderkennung von Objekten und Sehenswürdigkeiten, identifiziert diese und zeigt dem Benutzer weiterführende Weblinks oder Shoppingangebote. Auch handschriftliche Notizen lassen sich über die App erfassen, in Texte übertragen und wenn gewünscht übersetzen. Darüber hinaus können auch Nummern angerufen werden, die Google Lens im Kamerabild findet.

## Für Familienzeit ohne Zockerei

Chatten, zocken, googeln: Einen Alltag ohne Smartphones und Tablets können viele Kinder sich gar nicht mehr vorstellen. Gerade bei den Hausaufgaben kann das störend sein. Mit dem „TechDen“ können die Geräte dafür in einem speziellen Kasten verstaut werden, den die Eltern per App bedienen können. Endet die Spielzeit, gibt der Safe ein Zeichen, die Geräte hineinzu legen – sonst verpetzt er die Kinder. Den „TechDen“ gibt es vorerst für etwa 100 Euro für die Unterstü tzer einer Finanzierungaktion.

## Lara in Zahlen

**Drei Jahre** hat die Entwicklung von „Shadow of the Tomb Raider“ gedauert. Die Kosten betragen 75 bis 100 Millionen Dollar plus 35 Millionen Dollar für die Vermarktung. Es ist damit das teuerste Projekt des verantwortlichen Studios Eidos Montréal. Das Spiel erscheint am 14. September für PC, Playstation 4 und Xbox One.

**Das erste** „Tomb Raider“-Spiel erschien im Jahr 1996. Seine Heldin Lara Croft wurde sofort zur Pop-Ikone, spielte 1998 in dem Musikvideo „Männer sind Schweine“ der deutschen Band Die Ärzte mit. 2001 folgte der erste Kinofilm mit Angelina Jolie in der Hauptrolle.

## Lara Croft ist zurück

Angezogener und erwachsener gibt sich die neue Ausgabe der Actionheldin. Immerhin muss Lara Croft in „Shadow of the Tomb Raider“ die Maya-Apokalypse abwenden

Von Stefan Gohlisch

Lara Croft ist da. Nicht einmal, nicht zweimal, gleich dreimal. Wenn das neue Spiel der „Tomb Raider“-Reihe vorgestellt wird, wird geklotzt, nicht gekleckert. Und so stehen drei junge Frauen, die in ihren jeweiligen Ländern – Deutschland, Großbritannien und Frankreich – das analoge Gegenstück zur digitalen Traumfrau dubeln, in der Welsh Chapel in der Innenstadt von London unweit des Piccadilly Circus. Die Laras posieren für die versammelte Presse, für die teils sichtlich nervösen Gäste und oft genug auch für sich selbst.

Wer die Welsh Chapel betritt, betritt gleichsam eine andere Welt. Der Eingangsbereich ist mit Hunderten Totenköpfen und Kerzen dekoriert, als feiere man den mexikanischen Día de los Muertos. Ins klassizistische Kirchen schiff wurde ein wahrer Dschungel samt Maya-Pyramide verpflanzt. Die geladenen Gäste sollen in Stimmung gebracht werden, auch mit der geheimen Tequila-Bar, von der am Eingang geraunt wird.

## Lara Croft erfindet sich neu

Square Enix hat in die britische Hauptstadt geladen, jener japanische Videospielehersteller, der mit klassisch asiatischen Rollenspielen wie „Final Fantasy“ und „Dragon Quest“ erst zur popkulturellen Hegemonialmacht wurde und mit dem Zukauf des westlichen Konkurrenten Eidos Interactive endgültig zum Global Player. 300

Journalisten aus ganz Europa sind da, dazu geladene Gäste wie der deutsche Popstar Clueso. Sie wurden eingeflogen, verköstigt und auf Square-Enix-Kosten untergebracht. Zeitgleich gibt es entsprechende Events in Los Angeles und Montréal.

Immerhin wird „Shadow of the Tomb Raider“ vorgestellt. Weltweiter Erscheinungstermin ist der 14. September. Erst wenige Wochen vor der Präsentation war das nicht sonderlich gut gehütete Geheimnis enthüllt worden, dass es diesen, den zwölften Teil der Reihe geben würde, den dritten einer Trilogie, die davon erzählt, wie aus einer jungen Adligen eine international agierende Action-Archäologin wurde. Schlicht „Tomb Raider“, wie der allererste Teil, hieß der Neustart 2013.

„James Bond 007 – Casino Royale“ darf als Vorbild gelten. Wie ein paar Jahre zuvor beim in die Jahre gekommenen Agenten Ihrer Majestät ging es auch bei Lara Croft darum, eine Ikone neu zu erfinden, sie mit einer Vorgeschichte zu ermitteln, realistischer zu gestalten. Die knappe Hose, die jedem Nerd Schamesröte

ins Gesicht treibende Oberweite, die drittklassigen Wiedergängerinnen auf den einschlägigen Messen waren nicht mehr opportun.

## Vom Spiel mit den Ängsten

Und so begann „Tomb Raider“ noch einmal von vorn. Die neue Lara Croft hatte Hosen bis zu den Knöcheln an, sie machte sich schmutzig bei ihren Abenteuern und besaß eine weibliche Anatomie, die nicht mehr jeder Schwerkraft trotzte. Und sie wandelte sich von einer naiven Teenagerin zu einer Amazone, die sich auf der Suche nach dem Vermächtnis ihres Vaters mit der Geheimorganisation Trinity anlegt. In „Shadow of the Tomb Raider“ soll sie nun zur Jägerin werden. Angst spiele eine große Rolle, stellen die Entwickler klar: die Angst, die Lara Croft verspürt, aber mehr noch die Angst, die sie bei ihren Gegnern verursacht. Immerhin ist es diesmal ihre Aufgabe, eine Maya-Apokalypse zu verhindern. Es handele sich schließlich um „The End of the Beginning“.

## Erwachsen und düster soll es sein

Eine Stunde hat jeder der exklusiven Spieler Zeit, das erste Level zu erkunden. Los geht es in einem mexikanischen Dorf, in dem, man ahnt es, der Tag der Toten gefeiert wird. Lara verfolgt hier Trinity-Agenten, ist eine Meisterin der Tarnung, schlägt aus den Schatten zu – und landet in einem unterirdischen Tempel. Klettern konnte sie schon immer und kraxelt, springt und rutscht auch hier so schön wie eh und je. Im neuen Teil hat sie tauchen gelernt, was eine nervenaufreibende Unterwassersequenz zeigt, mit blitzartig auftauchenden Muränen. Vom Dschungel, der in dem Spiel eine zweite Hauptrolle spielt, ist in dieser Passage noch nicht viel zu sehen. Was aber deutlich wird, ist, wie erwachsen und wie düster der neue Teil ist. „Ich bin so weit gekommen“,

heißt es in einem Trailer, der früh über die Leinwände der Welsh Chapel läuft. „Nach allem, was ich geopfert habe: Was wird aus mir werden?“ Das ist die Frage. Unglaubliche 35 Millionen Mal haben sich Spiele der „Tomb Raider“-Reihe bislang verkauft. Es gibt noch erfolgreichere Reihen, „Call of Duty“ zum Beispiel oder „Super Mario“. Aber keine Serie, keine Figur dieses Mediums hat eine derartige Strahlkraft, so viel Mainstream-Appeal wie die Dame, der pubertierende Spieler so gern auf die Kehrseite schauen. Daran wird auch das neue Spiel nichts ändern. Es gibt nur eine Lara Croft.

FOTOS: SQUARE ENIX

## Drachenpanzer oder Scherbengericht?

Smartphones mit Vorder- und Rückseite aus Spezialglas sind momentan sehr beliebt. Bestehen sie auch im Alltagstest?

Von Till Simon Nagel

Spätestens seit dem iPhone 4 ist klar: Nicht nur die Front, auch die Rückseite eines Smartphones kann aus Glas sein. Das hat einige Vorteile. So sehen die Glashandys in den Augen vieler Designer und Nutzer schöner aus. Zudem können die Funktionale der darunter verbauten Antennen besser durch Glas dringen als durch Metallhüllen.

Das für Smartphones genutzte Glas hat dabei kaum etwas mit dem Glas zu tun, aus dem Trinkgläser gemacht sind, sagt Ralf Müller von der Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung (BAM). Bei den Gläsern mit Produktamen wie Gorilla oder Dragontrail handelt es sich vielmehr um Spezialglas. „Diese Gläser sind chemisch ge-

härter“, sagt Müller. Durch Tauchbäder in einer Salzsäure wird die Oberfläche unter starke Druckschmelze gesetzt. Das macht die Glasoberfläche sehr widerstandsfähig gegen Schäden.

Aller chemischen Behandlung zum Trotz: Unzerstörbar sind die Smartphonegläser nicht. Jeder Nutzer mit „Spider-App“ kann davon ein Lied singen. Die Härtung schützt zwar vor vielen Schadensszenarien, aber es braucht nur genug Kraft auf kleiner Fläche, und auch das beste Glas springt. Warum setzen die Hersteller trotzdem auf Glas?

„Kunststoff wäre auch gegangen“, sagt Dirk Lorenz von der Stiftung Warentest. „Aber es geht halt um das hochwertige Aussehen.“ Displays, die scheinbar um die Ecke



Spezielles Glas soll vor der Spider-App schützen.

FOTO: CHRISTOPHE GATEAU/DPA

fließen, schlanke Formen und eine Rückseite ohne Durchbrüche – das alles lässt sich mit Glas erreichen.

Aber kann die elegante Optik auch im Alltag bestehen? Die Stiftung Warentest prüft in ihrer gefürchteten Falltrollmahl die Stabilität von Smartphones und testet verbautes Glas auf Kratzfestigkeit. Was Dirk Lorenz festgestellt hat: Nicht alle Smartphones aus Glas schneiden hier gleich gut ab. „Durch das abgerundete Design fallen einige Geräte eher auf das Glas.“ Warum manche Geräte dabei eher splintern als andere, hängt von vielen Faktoren ab, sagt der Warentester.

So überstanden etwa Samsungs Galaxy S8 und Apples iPhone X die Falltrollmahl mit schweren Schäden, der Nachfolger S9 und das ebenfalls aktuelle iPhone 8 trugen kaum Blessuren davon.

Was also bedeutet es, wenn Go-

rilla-, Saphir-, Dragontrail- oder ein anderes Superglas im Telefon steckt? „Aus Nutzersicht heißt das, dass die Wahrscheinlichkeit für Bruchschäden sinkt“, sagt Wolfgang Pauler, Leiter des Testzentrums der Fachzeitschrift „Chip“. Nicht mehr, aber auch nicht weniger. Eine Garantie gegen gebrochene Scheiben gibt es nicht.

Deswegen müssen die Glastelefone trotz aller Ingenieurskunst und Härte möglichst von allen rohen Kräften ferngehalten werden. „Das Beste, was man für sein Glas tun kann, ist, die Oberfläche zu schützen“, sagt BAM-Experte Ralf Müller. Denn nicht nur Stürze und Schläge, auch Kratzer durch kleine Partikel schädigen die Oberfläche auf Dauer, und ein geschwächtes Glas hält weniger aus.