

encore!

STIL UND MEHR | APRIL 2014

INTERVIEW

KONSTANTIN
GRCIC, DESIGNER
OHNE ALLÜREN

WOHNEN

Böden sind die
heimlichen Stars



Design

Frische Farben und
Formen fürs Daheim

UNTERWEGS
Zu Besuch in
10 Traumfabriken

SonntagsZeitung

Sunshine ready

Das neue Audi A3 Cabriolet.



Mehr Infos bei Ihrem Audi Partner oder
unter www.audi.ch/a3cabriolet

Vorsprung durch Technik





Stardesigner Konstantin Grcic über seine Beziehung zu Möbeln. **Seite 20**



10 europäische Manufakturen, die Besuchern offen stehen. **Seite 32**



Die schärfsten neuen Naked Bikes für den Frühling. **Seite 38**

Design | April 2014

THEMEN

12 Swiss made

Designerin Maya Burgdorfer kreiert Mode auf Mass

14 Phänomen

Upcycling macht mehr aus Ausgedientem

16 Ikone

Der Triumphzug der Montblanc-Füllfedern

18 Shopping

Harlekin-Muster auf Schüsseln, Plaids & Co.

30 Wohnen

Kunstvolle Böden stehen Teppichen die Schau

RUBRIKEN

04 Favoriten **10 Trend: Fingerlimes**
36 Beauty: Bobbi Brown **40 Wein: Edler Saft aus Fernost** **42 Für sie und ihn: Puderrosa**
46 Meine Welt: Wolfgang Joop **47 Adressen**



Farbige Wände und Designermöbel für ein aufgefrishtes Zuhause. **Seite 24**



TITELBILD

Sessel «Denny», **Rodolfo Dordoni** für **Minotti**. Containermöbel «Chameleon», **Front** für **Porro**. Handtücher «Anil», **Gabel**. Teppich «Diamond», **Bertjan Pot** für **Golran**.

BILD LINKS

Wanne «Solidea», **Carlo Colombo**, Wasserhahn «Ayati», **Massimo Broglio**, beides für **Antonio Lupi**. Hocker «Muffin», **Ryosuke Fukusada** für **Bonaldo**. Heizkörper «Serie T», **Matteo Thun & Antonio Rodriguez** für **Antrax**. Vase, **Etторе Sottsass** für **Alessio Sarri**. **Fotos** Living RCS / Beppe Brancato

Das Glück in vier Wänden

WENN SIE diese Ausgabe mit dem Schwerpunkt Design in den Händen halten, sitze ich gerade in meiner neuen Wohnung, frisch umgezogen und am Überlegen, wie ich mich wohl am besten einrichten werde. Das Leben wird aus einem Provisorium bestehen, die Kleider stapeln sich zerknittert in Kartons, die Bücher, die ich lesen möchte, werden zuunterst in den Kisten liegen, die geerbten Weingläser den Umzug nicht überlebt haben. Und ich werde einmal mehr seufzen: «Ich hasse es, zu zügeln!» Und mein Mann wird mir zustimmen: «Das ist das letzte Mal, dass ich diesen Wahnsinn mitmache.» Das haben



Silvia Aeschbach, Chefredaktorin deutschsprachige Ausgabe encore!

wir vor zwei Jahren auch schon geschworen, mit dem Ergebnis, dass wir jetzt in einer neuen Wohnung sitzen, sich Panik mit Vorfreude mischt und die grosse Frage im Raum steht: «Werden wir uns hier wohlfühlen?» Eine neue Wohnung ist wie ein neuer Liebhaber: aufregend und fremd zugleich. Ich weiss schon jetzt: Der alte Esstisch wird zu lang sein, die Schränke zu breit, die Garderobe zu mickrig. Die Zügelmäner werden mit dem Sideboard einen Hick in die frisch lackierte Haustür schlagen und das Bett die ersten Kratzer aufs frisch polierte Parkett verursachen. Und die Hunde Millie und Louis nächtens unruhig umherstreifen. Und trotzdem! Ich freue mich auf alles, was wir hier erleben werden. Hat auch Sie die Lust gepackt? In encore! finden Sie viele Inspirationen für das Glück in vier Wänden.

Dieses Magazin ist auf umweltschonend produziertes Papier gedruckt.



encore! ist die monatlich erscheinende Beilage von Le Matin Dimanche und Sonntagszeitung. Adressen: Tamedia Publications romandes, encore!, Avenue de la Gare 39, Case postale 615, 1001 Lausanne, Tamedia AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich **Herausgeberin:** Tamedia Publications romandes SA, 33, av. de la Gare, 1001 Lausanne **Leiter Tamedia Publications romandes:** Serge Reymond **Verlagsleitung:** Diego Quintarelli **Chefredaktion:** Renata Libal (verantwortlich), Silvia Aeschbach (deutschsprachige Ausgabe) **Redaktion:** Semaja Fulpius, Olivia Goricanec, Isabelle Mercier, Isabelle Stüssi **Layout:** Géraldine Dura (Art Direction) **Mitarbeiter dieser Ausgabe:** Rachel Barbezat, Mathilde Binetruy, Didier Bonvin, Laurent Delaloye, Hanspeter Eggenberger, Stephanie Rebonati, Eva-Maria Schleiffenbaum, Claudia Schmid, Renzo Strosco, Pierre Thomas **Bild:** Sophie Perraudin **Fotos:** Christian Dietrich, Aimée Hoving, Philippe Palma, Stephan Rappo **Bildbearbeitung:** Raymond Dubuis **Illustration:** André Gottschalk **Grafisches Konzept:** Ariel Cepeda **Produktion:** Olivia Goricanec **Übersetzung und Überarbeitung:** Olivia Goricanec, Andréane Ledercq, Isabelle Stüssi, Ursula Zenger **Druck:** Ziegler Druck AG, Winterthur **Werbung Romandie:** Tamedia Publications romandes SA, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, Telefon 021 349 50 50, Fax 021 349 50 22, publicite.lausanne@srtamedia.ch **Werbung Deutschschweiz:** Tamedia AG, Mühlebachstrasse 43, 8032 Zürich, Telefon 044 251 35 75, Fax 044 251 35 38, publicite.zuerich@srtamedia.ch, www.mytamedia.ch, Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen (nach Art. 322 STGB), Editions Le Régional SA, ER Publishing SA, homegate AG, LC Lausanne-cités SA, Le Temps SA, LS Distribution Suisse SA, Romandie Online SA in liquidation, Société de Publications Nouvelles SPN SA; Alle Rechte vorbehalten. Gemäss den geltenden Bestimmungen des Urheberrechts sowie dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb ist ohne die schriftliche Genehmigung des Verfassers jegliche Art von Nachdruck, Reproduktion oder Vervielfältigung der Redaktionsteile oder der Anzeigen sowie jegliche Wiederverwendung derselben auf optischen, elektronischen oder sonstigen Datenträgern strengstens untersagt, sei es zu Teilen oder als Ganzes, in Verbindung mit anderen Werken oder Dienstleistungen oder allein. Unter dieses Verbot fällt ebenfalls die gesamthafte oder partielle Nutzung der Anzeigen durch unbefugte Dritte, insbesondere auf Onlinediensten.



Bunte Schaukeln
peppen jeden Garten auf.

KREATION

Filigranes Mobiliar

Atelier Pfisters Anfrage, eine Outdoormöbelkollektion aus handgefertigten Flechtschnüren zu entwerfen, habe ihn als Erstes an die Spaghetti-Stühle seiner Kindheit erinnert, verrät der Lausanner Designer Adrien Rovero. «Diese waren schliesslich auch meine optische Vorlage.» Die Idee zu den Sesseln, Stühlen, Bänken und zur Kinderschaukel der Serie Mex beruht auf der Innovation eines italienischen Herstellers. Durch ein neuartiges Behandlungsverfahren sind die Polyamidschnüre wasser- und UV-abweisend, eine Voraussetzung für Gartenmobiliar. Das leichte Gewicht und der Komfort spielen ebenfalls eine Rolle. «Die natürliche Bespannung muss eine Einheit mit dem Gestell bilden und sich angenehm anfühlen», sagt Rovero. Die Möbel kommen farblich

in Gelb daher, während die Schaukel auch in Orange und in Blau erhältlich ist. Der ehemalige Student der Lausanner Kunsthochschule ECAL sorgt mit seinen Möbeln für eine tolle Stimmung im Grünen. Kleine, ohrenförmige Metallstücke dienen als Abschluss und erinnern an den Rand einer Fadenspule, der das Abrollen des Nähgarns verhindert. «Die Möbel greifen die Struktur dieser Spulen auf, um die sich die Schnüre spannen», sagt er. Rovero hat bereits für renommierte Namen wie Hermès und Campeggi gearbeitet und ist stets in viele verschiedene Projekte involviert. So auch als Co-Kurator der Veranstaltung «Lausanne Jardins», die im Juni startet und pflanzliche Installationen in urbaner Umgebung zeigt. *Semaja Fulpius*

KUNST UNTER
1000 FRANKEN

Wir sind Tiere



VON LAURENT
DELALOYE

Die Künstlerin Audrey Piguet wurde 1989 in eine Künstlerfamilie geboren und ist seit ihrer Kind-

heit von der Kunst fasziniert. 2012 machte sie an der Berufsfachschule für Fotografie in Vevey (CEPV) ihren Abschluss. Sie entdeckte die Arbeiten von Fotograf Erwin Olaf, die sie stark beeinflussten. Für Piguet ist ein Foto kein Zufall, sondern das Produkt aus Reflexion und Inszenierung. 2012 erhielt sie den Nachwuchsförderpreis für Fotografie.

Das Werk «Ich bin ständig auf der Suche nach dem Zusammenhang zwischen der Ästhetik und dem Thema, um die richtige Botschaft zu vermitteln.» Ihr Lieblingsthema sind Fantasie- und Traumwelten. Bei dieser Fotoserie weicht sie allerdings davon ab. Sie thematisiert die Auswirkungen der Menschen auf Tiere, die für ästhetische Zwecke geopfert werden.

Das Rot der Handtasche symbolisiert die Verletzung des Krokodils und zeigt den Gegensatz zwischen Schönheit und Leid.

Aktuell Die Ausstellung «Superman, Batman & Co...mics» läuft noch bis zum 21. September in der Maison d'Ailleurs in Yverdon. Ihre Ausstellung «We are Animals» wurde vom 8. bis 30. März erstmalig am Festival «Les Photographiques» im französischen Le Mans gezeigt.

Preis Krokodil 1/5 aus der Serie «We are Animals», 50 x 50 cm Ultrachrome-Abzug auf Glanzpapier, 2012: 700 Franken

Info www.audreypiguet.com



UHR

Elegante Pause

Frauen, so sagt man, tendieren dazu, nur selten mehrere Tage nacheinander dieselbe Uhr zu tragen. Um dieser Gewohnheit nachzukommen, lanciert der Genfer Uhrmacher F.P. Journe seine erste Damenuhr. Das Modell «Elegante» will nicht nur schön sein, wie der Name suggeriert. Im Zeitmesser versteckt sich auch ein cleveres Stück Elektromechanik: So wird die «Elegante» automatisch in den Standby-Modus versetzt, wenn man sie nicht trägt. Zieht man sie wieder an, setzt ein Mikroprozessor das mechanische Uhrwerk in Gang und zeigt sofort die korrekte Zeit an. Das Zusammenspiel von Präzision und Eleganz ist in der Platinversion mit leuchtendem Zifferblatt erhältlich. *Mathilde Binetruy*

Uhr «Elegante» von F.P. Journe – Invenit et Fecit, Kaliber 1210 Elektromechanisch.



The Oracle #2, ein Bild von Miles Aldridge, 2012.

AUSSTELLUNG

Jenseits des Kitschs

Sie sind makellos. Sie versprechen Glamour und lassen subversive Erotik entweichen. Sie sind Candy Girls, Ladys und Grazien. Voluminös geföhntes Haar, filigrane Schlüsselbeine, Rouge. Sie sitzen in der roten Robe am weissen Flügel, baden in himmelblauen Pools, sie fassen einen Knaben am Kinn, sodass die schweren, brillantenbesetzten Klunker im kontroversen Kontrast stehen zur geschmeidigen Kindshaut. Miles Aldridge liebt seine Frauen, degradiert sie nicht. Sie sind seine Obsession. Eine Obsession, die ihm eine internationale Karriere beschert: «Vogue Italia», «The New Yorker», Carolina Herrera, Karl Lagerfeld, das Victoria & Albert Museum in London. Sein Vater Alan ist Grafiker, bekannt für seine psychedelischen Plakate für die Beatles. Seine Schwester Lily ist ein Victoria's-Secret-Engel. Er selbst wurde 1964 in London geboren, studierte Illustration, begann mit Musikvideos und landete in der Kitschmühle der

Modelfotografie. Doch seine Models sind weit mehr als Kitsch. Sie üben Kritik an sich selbst, an den Rollen, die sie spielen, an den Orten, an denen sie sind. Sie schreien stumm, fragen: Habe ich es geschafft? Ein Haus in den Hollywood Hills, ein Warhol, ein karamellfarbiger Maybach. Am I happy? Die Antwort liegt beim Betrachter wie auch die Bereitschaft, die Toleranz, den Candy Girls, Ladys und Grazien eine Chance zu geben. Ihnen zu erlauben, über den fetten Lidstrich, die engen Korsagen und die unterhaltsam perfiden Klischees hinauszuwachsen und mehr zu sein. Erstmals ist eine Einzelausstellung dieses britischen Maestros in der Schweiz zu sehen – mit einer Reihe von neuen und noch nie ausgestellten Werken. *Stephanie Rebonati*

Ausstellung «Miles Aldridge: The Age of Pleasure» in der Christophe Guye Galerie in Zürich, bis 24. Mai 2014.

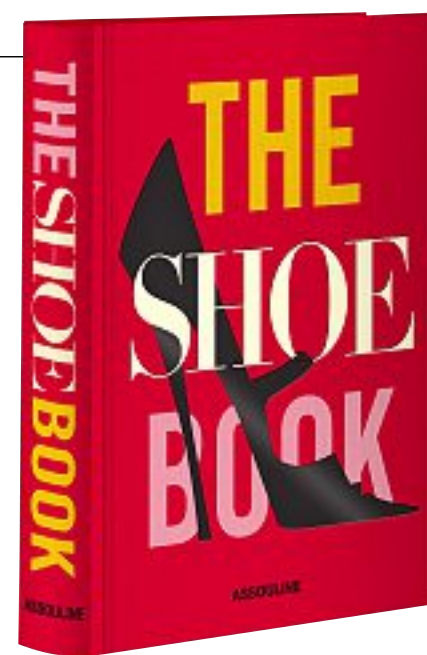
DESIGN

Fantastisch flexibel



Einrichten ganz nach dem eigenen Geschmack: Unendlich viele Kombinationsmöglichkeiten bietet das modulare Schweizer Möbelsystem Xilobis. Es mutet ein bisschen an wie eine zeitgemässere Version des klassischen USM-Haller-Systems: Es ist noch flexibler und, da aus Holz gefertigt, nachhaltiger. Und die Xilobis-Möbel sind anpassungsfähig, denn sie können jederzeit ohne Werkzeug ab-, um- und angebaut werden. Möglich macht das ein geniales Verbindungs- und Spannkonzepth ohne Schrauben, das die Tessiner Designer Mario Bissegger und Stefan Pluess erfunden und in jahrelanger Arbeit perfektioniert haben. Chromstahlkugeln verbinden die Elemente, speziell gefertigte Seilschlaufen spannen sie zu stabilen Modulen, die beliebig kombiniert werden können. Die Elemente zeigen an den Kantenseiten die Schichtung des Birkenholzes, die Flächen sind schwarz oder weiss beschichtet. Mit Schiebetüren in unterschiedlichen Materialien und vielen Farben lässt sich jedes Möbelstück individuell gestalten.

Silvia Aeschbach
www.xilobis.ch



BUCH

Das muss Liebe sein

Das neue Buch geht dem Schuhtick der Frauen auf den Grund: Von der Geschichte über das Handwerk bis hin zu Beiträgen legendärer Schuhdesigner wie Manolo Blahnik oder Christian Louboutin. Wahre Leidenschaft für hohe Haken. *I.S.*

«The Shoe Book», Assouline, 360 Seiten, ca. 45 Franken.



Die Wendeltreppe ist das stärkste Designelement des Meliá Vienna Hotels.

UNTERWEGS

Hotelhochhaus

Die spanische Hotelkette Meliá hat im kürzlich eröffneten 220 Meter hohen Wolkenkratzer des französischen Stararchitekten Dominique Perrault den perfekten Ort gefunden, um sich in der österreichischen Hauptstadt niederzulassen. Der dunkle Monolith befindet sich unweit der Donau und des historischen Stadtkerns und begeistert durch seine architektonische Form. Das neueste Hotel in Wien belegt die ersten 15 Stockwerke des Gebäudes, in denen helle und geräumige Zimmer sowie 40 luxuriöse Suiten die Gäste zum Verweilen einladen. Durch die grossen Fensterfronten geniesst man eine spektakuläre

Aussicht, während das minimalistische, aber gehobene Dekor der Räume mit seinen zurückhaltenden Farben für gute Laune sorgt. In einer der unteren Etagen befindet sich der Lounge-, Bar- und Restaurantbereich, im modernen Stil und ohne räumliche Trennwände. Das Non-plusultra des Meliá Vienna ist zweifellos die frei schwingende und goldglänzende Wendeltreppe im Empfangsbereich, die sich schneckenförmig nach oben schraubt und für ein schönes Lichtspiel sorgt. In diesem Hotel verschwimmen traditionelle Designvorgaben mit Massstäben der ganz anderen Art. *Renzo Strocio*



MODE

Blaue Phase

Der Anblick eines Hemdes im Batikdesign löst Feriengefühle aus. In der aktuellen Sportswearkollektion von Tommy Hilfiger erfasst uns die «True to the Blue»-Welle. Ergänzt wird diese blaue Welle von einer limitierten Auflage an Möbeln, die von fünf internationalen Designern entworfen wurde. Zu entdecken in den Hilfiger-Filialen. *S.F.*



MAKE-UP

Frischer Look

Manche Accessoires sind einfach unverzichtbar. Die Over-Rose-Kollektion für Lippen und Wangen von Givenchy gehört dazu. Neun rosafarbene Töne von Purpur bis Pink können spielerisch miteinander kombiniert werden und verleihen jedem Gesicht eine tolle Frische. *R.B.*

Palette «Prismissime Euphoric Pink» für Lippen und Wangen von Givenchy, 85 Franken.

Fussballschuhe der Zukunft

TOYS FOR BOYS



VON **DIDIER BONVIN**

Jede Fussballweltmeisterschaft generiert ihre eigenen sportlichen Innovationen, die so revolutionär wie obsolet daherkommen. Die Massen wollen begeistert werden, und dabei genügen nicht nur Brot und Spiele. Es müssen immer wieder neue Erfindungen her, welche die Athleten während der Spiele an ihren durchtrainierten Körpern vorführen. Wir erinnern uns an die Nasenstrips für eine verbesserte Atmung, die so rasch wieder vom Markt verschwunden sind, wie sie erfunden wurden. Bei der Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika bedeckten



Der revolutionäre Schuh Magista von Nike kostet ca. 335 Franken.

farbige, elastische Klebebänder, sogenannte Kinesio-Tapes, die Körper der Spieler, um deren Muskeln und Sehnen zu unterstützen. In diesem Jahr lanciert Nike schon lange vor dem ersten Anpfiff in Brasilien seine neueste Entwicklung: den «Magista»-Schuh. Dieser besitzt eine Art integrierte Socke, die den herkömmlichen Stollenschuh bis über den Knöchel hinaus verlängert. Wie ein Handschuh schmiegt er sich an die Füsse. Nach Aussage des amerikanischen Sportartikelherstellers soll er «den Fussball für immer verändern». Da ein solches Schuhwerk gut in Szene gesetzt werden muss und möglichst auffallen sollte, kommt es passend dazu in grellen Farben daher. Der Hightechschuh hat jetzt bereits den deutschen Stürmer Mario Götze von Bayern München und den spanischen Spieler Andrés Iniesta vom FC Barcelona überzeugt. Und was kommt als Nächstes? Bestimmt ein revolutionäres Produkt, das die anderen in den Schatten stellen wird.



REVITALIFT LASER X3

**DAS 1. ANTI-AGING
PROGRAMM,
DAS EINE
LASERBEHANDLUNG
HERAUSFORDERT!**

SCHON JETZT EIN BESTSELLER*
IN DER SCHWEIZ!



NEU

REVITALIFT
LASER X3
NACHT



REVITALIFT
LASER X3
TAG

TIEFENWIRKSAME PFLEGE TAG

**EINE VÖLLIG NEUARTIGE
KOMBINATION LEISTUNGSSTARKER
WIRKSTOFFE**

FÜR EINE DREIFACHE ANTI-AGING
WIRKUNG IN EINER ULTRAFEINEN
CREME-TEXTUR:

- 1 REDUZIERT DIE FALTEN
- 2 POLSTERT AUF
- 3 REMODELLIERT

CREME-MASKE NACHT

**DIE REVOLUTIONÄRE TEXTUR
EINER CREME-MASKE**

UMHÜLLT DAS GESICHT SANFT WIE EINE
«ZWEITE HAUT» FÜR EINE REPARIERENDE
WIRKUNG DIE GANZE NACHT LANG:

- 1 KORRIGIERT
- 2 STRAFFT
- 3 ENTKNITTERT

Weil Sie es sich wert sind.

**L'ORÉAL
PARIS**



Dieses Muster wurde vom Illustrator Vittorio Accornero für Grace Kelly entworfen.

MODE

Grazias Blumen

Als Guccis Kreativdirektorin Frida Giannini 2006 in die Fussstapfen von Tom Ford trat, besann sich die Designerin auf das reiche Erbe des italienischen Modehauses. Das Model «Flora», ein zartes Seidenfoulard, das heute fast emblematisch für den Klassiker des Hauses steht, legte sie nicht nur neu auf, sondern interpretierte es auf ihre ganz eigene Art: «Das ist doch kein neuer Trend», schrieb damals «Women's Wear Daily» und übte mitsamt der restlichen Modewelt harsche Kritik. Trotzdem setzte sich Giannini durch. Und der kommerzielle Erfolg liess nicht lange auf sich warten. Die ganze Geschichte um «Flora» begann, als 1966 Rodolfo Gucci Grace Kelly mit einem für sie massgeschneiderten Seidenfoulard mit Blumenmuster beschenkte. Damit wollte sich der Designer für Kellys Besuch in seiner Boutique in der

Via Monte Napoleone in Mailand bedanken. Für das Foularddesign holte er sich den Illustrator und Karikaturist Vittorio Accornero an Bord, der in den 1960er- und 1970er-Jahren vor allem für seine Kinderbuchillustrationen international bekannt wurde. Aus der Zusammenarbeit zwischen Accornero und Gucci entsteht letztlich weit mehr als ein Foulard: Die Entwürfe sind den vier Jahreszeiten gewidmet und zeigen pastorale Blumenbouquets. Im Frühjahr zieren die Tücher Butterblumen und Mohn, im Winter Efeu und Stechpalmen. 2014 übernimmt Giannini für die aktuelle Frühling-/Sommerkollektion Accorneros Originalentwürfe aus dem Jahr 1966: Auf gradlinig geschnittenen Tuniken, Hemdkleidern, Blusen und Foulards zeigt sie neun poetische Blumenbouquets. *Isabelle Mercier*

TOP 5

Diese Destinationen sind perfekt für Städte-trips im Frühling



Blick auf die Altstadt von Riga.

1 Die Weltkulturhauptstadt Riga wird 2014 zum kulturellen Epizentrum. Architekturfans sehen hier die wohl höchste Dichte an Jugendstilgebäuden.

2 Noch trotz Leipzigs Gentrifizierungswut und soll das bessere Berlin sein. In zahlreichen Galerien haben sich Künstler eingelebt.

3 In Palma de Mallorca kochen junge Chefs Slow Food aus Grossmutterns Küchen. Übernachten tut man in renovierten Häusern wie dem Hotel Cort.

4 Bocuses Heimatstadt Lyon bietet eine herausragende Bistrokultur und dank talentierter Designer futuristisch anmutende Architektur.

5 Man flaniert entlang der eleganten Alleen, besucht das Automobilmuseum und trifft sich später im Caffè San Carlo zum Aperitivo: Das ist Turin.



PARFÜM

Der Duft aus New York

Vor 25 Jahren zog die Französin Laurice Rahmé nach New York und lancierte ihr Parfümlabel Bond Nr. 9. Eine Parfümserie widmete sie den Düften Manhattans und seiner verschiedenen Viertel. Diese feiert nun ihren 10. Geburtstag: Ob florale Noten aus dem Central Park West oder würzige Spritzer von der Bleecker Street, die Serie bildet einen Spiegel der kulturellen Vielfalt dieser Metropole. Für die duftende Stadt muss man heute nicht mehr über den Atlantik fliegen. S.F.

Ein Parfüm von Bond No. 9 (100 ml) kostet rund 335 Franken, bei Grieder Zürich.

DESIGN

Glück im Hühnerstall



Ganz dem Trend des «Domestic Farming» (kleine Gärten und Aufzucht im urbanen Umfeld) gleich hat der britische Ingenieur und Designer Matthew Hayward einen eiförmigen Hühnerstall entworfen. Dieser bietet Platz für zwei bis vier Hennen. Die sogenannten «Bio-Bobos», bourgeoise Bohemiens der heutigen Bio-Szene, halten gerne Hühner. Voraussetzung: Die Tiere behausen eine schicke Unterkunft. Der Designhühnerstall «Nogg» wird aus antibakteriellem Zedernholz hergestellt. Zudem hat er ein eigenes Belüftungssystem und ist leicht zu reinigen. Dank des fuchs-sicheren Türschlosses sind die Hühner sogar vor dem schlaun Raubtier sicher. Die bis anhin von Hand gefertigten Objekte werden neu industriell hergestellt. Der pure Luxus für die eierlegenden Freunde! *Semaja Fulpius* www.nogg.co



Hier erfahren Sie mehr: www.porsche.ch oder Telefon 0840 356 911.

Herzklopfen. Gänsehaut. Eindeutig Liebe.

Der neue Macan.

Porsche intensiv.

Erleben Sie den ersten Sportwagen unter den kompakten SUVs.

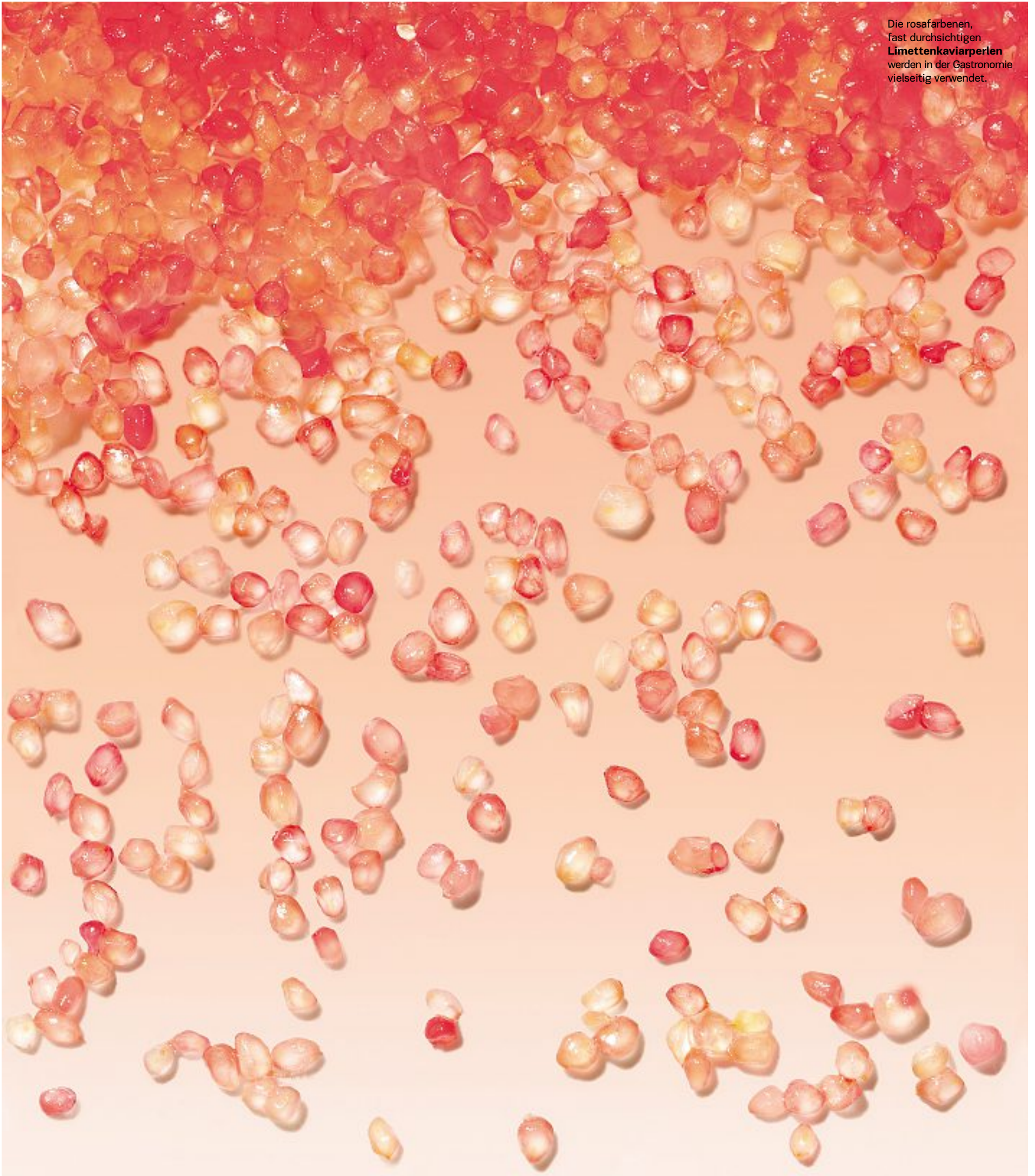
Jetzt in Ihrem Porsche Zentrum.



PORSCHE

Motorleistung: 340 PS. Treibstoff-Normverbrauch: gesamt 9,0 – 8,7 l/100 km. CO₂-Ausstoss: 212 – 204 g/km.
CO₂-Mittelwert aller in der Schweiz angebotenen Fahrzeugmodelle: 148 g/km. Energieeffizienz-Kategorie: G

Die rosafarbenen, fast durchsichtigen **Limettenkaviarperlen** werden in der Gastronomie vielseitig verwendet.



Explosiver Geschmack

AUF DEN ERSTEN BLICK ähnelt die Frucht einem nekrotischen Finger. Zugegeben, dieser Vergleich ist nicht wirklich appetitlich. Dabei wird dieser Zitrusfrucht, die erst seit kurzem im Schweizer Handel erhältlich ist, eine grosse gastronomische Zukunft vorausgesagt. Die Fingerlime – auf Deutsch Fingerlimette – sieht nicht ansehnlich aus, dafür verbirgt sie ein Geheimnis: Beim Aufschneiden dringen kleine Perlen nach aussen, die am Gaumen als winzige Geschmacksbomben explodieren. Dieser Zitruskaviar, der rosa, grün oder gelb, fruchtig oder leicht säuerlich ist, eignet sich besonders gut, um Fisch- und Meeresfrüchte-Carpaccios zu aromatisieren. Er macht sich aber auch ausgezeichnet auf Canapés oder als Cocktaillingredienz. Bei Globus, einem der wenigen Schweizer Geschäfte, die Fingerlimes in der Frischobst-Abteilung anbieten, rät man, die exotische Frucht auch zum Aufpeppen von Wasser zu verwenden. Bei Finger-



Fingerlimes sind reich an Vitamin A, B, und C und enthalten ausserdem Kalium, Kalzium, Eisen und Natrium.

limes handelt es sich um keine neue Erfindung. Sie gehören zu sechs Varietäten, die seit Jahrtausenden im australischen Tropenwald wild wachsen. Da die Frucht jedoch auf stacheligen Büschen (aus der Familie der Rutaceae) wächst, was das Ernten erschwert, überliessen sie die Siedler im 18. Jahrhundert getrost den Aborigines. Inzwischen wurde der Regenwald enormen Belastungen ausgesetzt, und Fingerlimes waren so gut wie verschwunden. Ihr Comeback feiern sie, neben Krokodilsteaks und Macadamianüssen, zu Beginn des neuen Jahrtausends, als man den traditionellen australischen Lebensmitteln wieder mehr Wertschätzung entgegenbringen wollte. Fingerlime (25 Franken das Körbchen) wurde sogar zum Vorzeigeprodukt des sogenannten Bushfood-Trends. Heute findet man den Zitruskaviar in Kreationen grosser Köche, auf Plantagen im australischen Südostens und in den USA sowie neu auf unseren Tellern. Wetten, die Zitrusfrucht wird auch Sie um den Finger wickeln? ☺

LIEBEN | VERTRAUEN

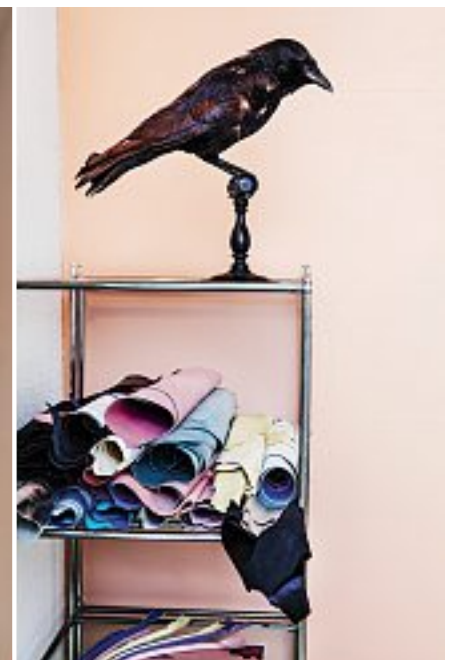


BUCHERER

1888

UHREN SCHMUCK JUWELEN

Basel Bern Davos Genève Interlaken Lausanne Locarno Lugano Luzern St. Gallen St. Moritz Zermatt Zürich
Berlin Düsseldorf Frankfurt Hamburg München Nürnberg | Wien | Paris | bucherer.com



EDLE STOFFE

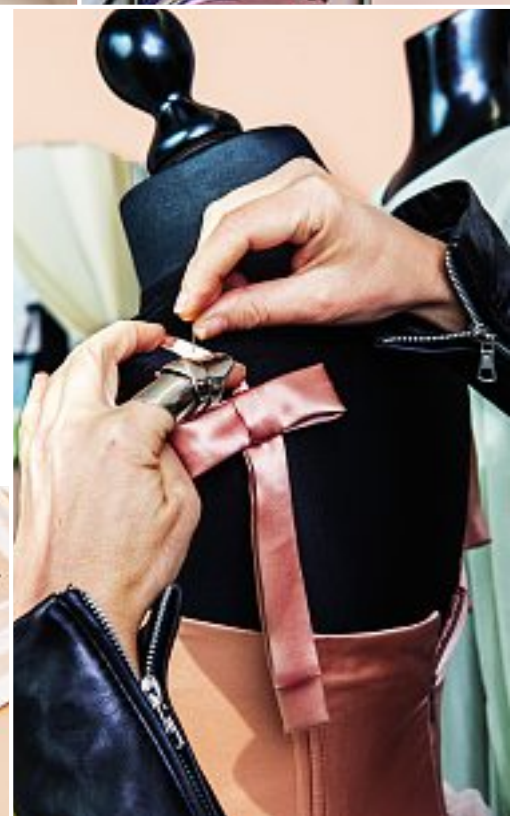
LINKS Zwei Kreationen der Designerin: ein Abendkleid mit aufgenähten Rosen und ein Cocktailkleid mit selbst-entworfenem Druck.

OBEN LINKS Unzählige Fadenrollen in Pastelltönen.

OBEN RECHTS Der Rabe als Glücksbringer im Atelier.

RECHTS Für die diffizile Handarbeit braucht es hohe Fingerfertigkeit und Geduld.

UNTEN Eine mit Insekten bedruckte Clutch in zartem Rosa.



Suche nach Weiblichkeit

DIE BEKANNTE SCHWEIZER MODEDESIGNERIN MAYA BURGENDORFER KREIERT IN IHREM COUTURE-SALON IN ZÜRICH MODE AUF MASS, DIE TRENDS ÜBERLEBEN SOLL

TEXT SILVIA AESCHBACH FOTOS STEPHAN RAPPO

DIE FRÜHLINGSSONNE fällt in den Couture-Salon von Maya Burgdorfer und hüllt die Designerin in ein helles Licht: Diese, gross, schlank, mit langem, blondem Haar, feinen Gesichtszügen und hellblauen Augen, wirkt fast wie eine Lichtgestalt. Doch ihr Händedruck ist alles andere als feinstofflich. Er ist zupackend und kräftig. Im Atelier mit Verkaufsraum am Zürichberg kreiert Burgdorfer seit zehn Jahren Kleider, Mäntel, Abend- und Hochzeitskleider nach Mass. Die Auswahl ist auf gut 20 Stück beschränkt, «die Essenz meiner Arbeit», wie sie erklärt. Kreationen, die gleichzeitig schlicht, elegant und unterschwellig verführerisch sind und deren Retro-Elemente immer auch Modernität beinhalten. Diese Brüche sorgen dafür, dass es schwierig ist, die Kleider einem einzigen Stil zuzuordnen. Es sind Lieblingsstücke, die Trends überleben sollen und deren Beständigkeit etwas Zeitloses anhaftet. «Meine Kleider sollen glücklich machen», sagt die Mutter zweier erwachsener Töchter. Man glaubt ihr aufs Wort, dass ein rosafarbenes Kleid aus feinsten Seide mit einer Korsage und einem weiten, mit Rosen besticktem Jupe, durchaus ein Quell der Freude sein kann.

«Ich bin immer auf der Suche nach Weiblichkeit», sagt Burgdorfer. Dass damit nicht vordergründiger Sexappeal, sondern eher unterkühlte Erotik gemeint ist, versteht sich von selbst. Dieser Stil wäre einer jun-

gen Catherine Deneuve oder einer Jeanne Moreau gut zu Gesicht gestanden. Was auffällt, sind neben ausgesuchten Farbkombinationen – einen schwarzen Mantel vereint Burgdorfer etwa mit rosafarbenem Kragen und Futter – die perfekten Schnitte der Modelle. Eine solche Vollkommenheit ist man sich in unseren schnelllebigen Fast-Food-Zeiten nicht mehr gewohnt.

Eine solche Kunst hat ihren Preis. Zwischen 1000 und 3000 Franken muss man in ein auf Mass gearbeitetes Stück investieren. Diese Preise findet man auch bei international arrivierten Designern, aber bei Burgdorfer hat man die Gewissheit von Exklusivität; ihre Modelle gibt es nur in Kleinstauflage. Etwas, das ihre Stammkundschaft schätzt. Burgdorfer ist längst nicht nur mehr ein Geheimtipp, sondern eine feste Adresse, wenn es um Couturemode in Zürich geht.

Mode mit Augenzwinkern

Die Modedesignerin hat ihr Handwerk von der Pike auf gelernt: Sie hat als Coutureschneiderin gearbeitet, war Moderedaktorin bei «Annabelle» und «Bolero», gewann 1997 den Prix Bolero und war Dozentin für Mode an der Zürcher Hochschule für Gestaltung. Zudem erhielt sie mit ihrer Arbeit Preise für angewandte und für bildende Kunst. «Die Suche nach Perfektion hat mich stets angetrieben», beschreibt sie ihre Motivation. Diese umfasst nicht nur das perfekte Handwerk, ihre Kleider müssen auch einem künstlerischen Anspruch genügen. Dass dieser durchaus einen augenzwinkernden

Aspekt hat, beweist ein weisses Cocktailkleid, auf dessen Jupe sich auf den ersten Blick schwarze Zeichen befinden. Bei näherem Hinschauen entpuppen sich diese als Insekten. Diesen und andere hochwertige Stoffe hat sie mit der Textilentwerferin Astrid Grob designt und gedruckt. «Ich habe keine Lust auf das Vorgegebene, ich bin stets auf der Suche nach neuen Möglichkeiten.»

Die 53-jährige Designerin arbeitet auch als Werk- und Handarbeitslehrerin an einer Primarschule. Auch wenn die Couture ihre «Herzessache» ist, sei es in der Schweiz fast unmöglich, von der Mode zu leben. Dass sie ihrer Leidenschaft aber schon so lang treu ist, bedeutet eine Ausnahme und lässt auf einen langen Atem schliessen; viele Modedesigner werfen nach wenigen Jahren den Bettel hin.

Burgdorfer will nicht nur auf altbewährten Pfaden wandeln und hat in letzter Zeit ihren Horizont erweitert. So entwirft sie auch exquisite Teppiche und Bettüberwürfe. «Die Themen Interior und Wohnen interessieren mich immer mehr, vor allem der dreidimensionale Effekt.» So wie sie bis anhin den Körper umhüllte, möchte sie auch den Raum umhüllen. «Ich bin und bleibe eine Suchende.»

Dass die Suche nicht nur während der Arbeit passiert, «hier brauche ich extrem viel Ruhe und Konzentration», dafür sorgt auch die Familie – Burgdorfer ist zweifache Grossmutter. Auch ihre Liebe zur Natur ist wichtig. «Am liebsten wäre ich immer draussen», sagt die Besitzerin eines Schrebergartens. «Die Natur ist und bleibt meine grösste Inspiration.»



Maya Burgdorfer

Maya Burgdorfer führt seit zehn Jahren in Zürich einen Couture-Salon. Hier entwirft und näht die 53-Jährige exklusive Kleider nach Mass. Die gelernte Damenschneiderin arbeitete als Moderedaktorin bei Schweizer Magazinen und unterrichtete an der Zürcher Hochschule für Gestaltung. Sie ist spezialisiert auf elegante Kleider und Mäntel mit Retro-Touch. Burgdorfer ist verheiratet und lebt mit ihrem Mann in Zürich.



BVLGARI

OMNIA

INDIAN GARNET

SCHÖNES AUS DEM MÜLL

WAS GESTERN IN DEN ABFALLKÜBEL WANDERTE,
WIRD HEUTE **ZU NEUEM LEBEN ERWECKT**

TEXT OLIVIA GORICANEC

ELEMENTE DER modischen Halskette waren einst Bestandteil eines Fahrrads, der Stoff der Sporttasche bot in seiner alten Funktion Schutz vor der Sonne auf dem Balkon, und die Tischlampe stand vor gar nicht so langer Zeit als Kartonbehälter, mit Eiern gefüllt, im Kühlschrank. Recycling hat inzwischen eine neue Dimension erreicht. Altes Material wird weiterverarbeitet und durch eine neue Funktion aufgewertet. Als Gegenentwurf zur heutigen Wegwerfgesellschaft findet diese Aufwertung – Upcycling genannt – nicht nur im Kreise der Umweltbewussten statt. Viele Trend-affine Gruppen interessieren sich dafür. Upcycling setzt sich aus dem Englischen up für «auf» und recycling für «Wiederverwertung» zusammen. Während Abfälle beim Recycling in die einzelnen Bestandteile zerlegt werden und mit jeder Runde an Qualität abnehmen – sogenanntes Downcycling –, werden sie beim Upcycling in höherwertige Güter umgewandelt.

«Wir beobachten eine immer stärkere Tendenz zum kreativen «Re-use» in verschiedenen Formen, und Upcycling gehört da klar dazu», sagt Anna Handschuh, Senior Researcher beim Gottlieb Duttweiler Institut (GDI). «In einer Gesellschaft, in der alle immer ähnlicher aussehen, ist das Bedürfnis nach Individualität sehr gross. Dieser Trend sei typisch für die wohlhabende Gesellschaft. «Weiter verwenden ist an sich nichts Neues. In ärmeren Ländern hat man keine andere Wahl, als sein Hab und Gut wiederzuverwerten», so Handschuh.

Abfall ist nicht gleich Abfall

Anfang Jahr präsentierte das Bundesamt für Umwelt eine neue Studie. Es kam zum Schluss, dass (zu) viele Wertstoffe im Abfall landen, statt bei den dafür vorgesehenen Sammelstellen. Und das, obwohl die Schweizer zu den Vorreitern des Recyclings zählen. So landeten 2012 rund 8000 Tonnen PET-Getränkeflaschen im Hauskehricht. «Schade», sagt die Zürcherin Cornelia Pitschi, «mit diesem Materialgewicht könnte ich 13 Millionen Lichtobjekte herstellen.» Seit 2006 kreiert die Künstlerin unter ihrem Label Josefine Blumenvasen und verschiedene Leuchten aus PET-Flaschen. Keine Plastikflaschen, sondern altes Geschirr wertet Jacqueline Rommerts auf. «Gebrauchte und bereits vergessene Objekte mit einem symbo-

lischen oder emotionalen Wert faszinierten mich schon immer», sagt die Künstlerin. Unter ihrem Label Le Fil Kinouli stellt die Holländerin in ihrem Atelier im jurassischen Courtemaîche kunstvolle Objekte her.

Lange bevor man überhaupt über Re- oder Upcycling sprach, gab es bereits Designer, die Abfall verwerteten. So etwa der Holländer Piet Hein Eek, der Anfang der 1990er-Jahre mit Schränken aus Abfallholz seine Karriere begann. Oder das brasilianische Brüderpaar Fernando und Humberto Campana, das 1991 den Sessel «Favela» entwarf, der aus Holzresten aus Slums bestand. 1993 machte ein weiteres Brüderpaar von sich reden: Die Schweizer Markus und Daniel Freitag kreierten aus alten LKW-Planen Taschen.



In der Mode-
und Designwelt
findet **ein**
Umdenken
statt

Sackstarch, ein junges Schweizer Start-up, liess sich von dieser Idee inspirieren und stellt mit Überresten einer Sonnenstorenproduktion Seesäcke und Sporttaschen her.

Den definitiven Einzug in die Welt des Luxus fand das Upcycling dank zweier Frauen, die beide aus traditionsreichen Familienmodeunternehmen stammen: 2006 gründete die Italienerin Iliaria Venturini Fendi, Enkelin der Fendi-Gründerin, ihr Label Carmina Campus. Seither verkauft sie Möbel, Schmuck und Taschen aus umgestalteten und upgecycelten Materialien. Die zweite Pionierin, Pascale Mussard, gehört zur sechsten Generation der Hermès-Familie. «Mein ganzes Leben habe ich bei Hermès alles gesammelt, was nicht verwendet wurde oder defekt war», sagt sie. 2009 gründete Mussard die Kreativwerkstatt petit h. «Nichts wird weggeworfen, es kann immer nützlich sein.» Nicht verwendete Materialien wie Leder, Seide oder Kristallglas wird neues Leben eingehaucht. Künstler und Hand-

werker kreieren daraus überraschende Objekte. Der Schweizer Einrichter Pfister liess sich ebenfalls von der Upcycling-Idee inspirieren. Für seine Schweizer Designlinie Atelier Pfister entwarf die Textildesignerin Claudia Caviezel die Teppichkollektion Surava. «Bei dieser Serie handelt es sich um alte, gebrauchte und traditionell von Hand geknüpfte Teppiche aus Zentralanatolien», sagt Sylvie Merlo, Leiterin Public Relations von Pfister. Seit August 2013 im Verkauf, würden sie nicht nur Teppichliebhaber begeistern. «Die Menschen interessieren sich für die Idee, ein traditionelles Handwerk vor dem Aussterben zu retten.» Für diese Produkte ist der Konsument auch bereit, tiefer in die Tasche zu greifen. So kostet der Upcycling-Teppich (170 × 240 cm) bei Pfister circa 2850 Franken.

Upcycling für den Laufsteg

Mit dem wachsenden Umweltbewusstsein hat Upcycling nicht nur im Design- und Accessoiresbereich seinen Platz gefunden, auch in der Mode findet ein Umdenken statt. Im Halbjahrestakt werden auf den internationalen Laufstegen neue Designerkollektionen vorgestellt. Kurze Zeit später hängen die Kopien der Highstreet-Labels bereits auf den Kleiderstangen des Einzelhandels. Bei der Herstellung entstehen tonnenweise Textilabfälle, die gleich im Müll landen. Modelabels wie From Somewhere und good-one aus London oder aluc aus Berlin haben daraus einen Nischenmarkt kreiert und mit Abfällen wie Fehlerware und Reststoffe, die sie von grossen Textilunternehmen abkaufen, ihre eigenen Modelinien lanciert. Die beiden Londoner Labels haben bereits mit Marken wie Speedo, dem Onlinestore Asos oder Puma kollaboriert und sind an den internationalen Fashionweeks vertreten.

Viele Upcyclingmarken legen zudem auch grossen Wert auf faire und sozial verträgliche Produktionen. Das bestätigt Christina Müller, Initiantin von Designgut, der Schweizer Designausstellung für nachhaltige Produkte: «30 Prozent der letztjährigen Aussteller betreiben aktiv Upcycling.» Seit letztem Monat verkauft auch der Fast-Fashion-Riese H&M Jeanskleidung aus recycelten Materialien.

Die scharfzüngige britische Modekritikerin Suzy Menkes nannte einst Upcycling «eine Pflicht der jüngeren Generation». Eine Denkweise, die der schnelllebigen Gesellschaft grundsätzlich mehr Nachhaltigkeit verleihen würde. ●



2



1

EDLER MÜLL

- 1. Lina Lundbergs Halskette «Laura» besteht aus Elementen einer Fahrradkette, Zuchtperlen, Silber und Onyx.
- 2. Die Tischlampe «Egg of Columbus» ist aus recycelten Eierkartons, von Valentina Carretta / Fabrica für Seletti.
- 3. Der Upcycling-Teppich ist von Claudia Caviezel für Atelier Pfister.
- 4. Die Künstlerin Jacqueline Rommerts von Le Fil Kinouli kreiert Objekte aus altem Geschirr und Porzellan, unter anderem bei Teo Jakob erhältlich.
- 5. Die Bank «Banc Pirogue» von Hermès petit h designte Christian Astugueville und ist aus Lederresten. Das Buch und die Handschuhe sind ebenfalls aus Leder.
- 6. Die Tasche aus der limitierten Kollektion Quilted Bags von Carmina Campus ist aus upgecyclten Kangas, afrikanischen Kleidern.



4



3



5



6



DIE LEGENDÄRE FÜLLFEDER «MEISTERSTÜCK» VON MONTBLANC FEIERT IHREN 90. GEBURTSTAG. DIE ARCHIVE



VOR 1945 SIND VERBRANNT. ES BLEIBEN NUR NOCH DIEJENIGEN AUS DER ZWEITEN HÄLFTE DES 20. JAHR-



HUNDERTS. PRÄSIDENTEN, KÖNIGE, NOBELPREISTRÄGER UND HOLLYWOODSTARS HIELTEN SIE IN DER HAND.

Der Power Pen

WAS HABEN JAMES BOND, MICHAEL GORBATSCHOW UND DER DALAI LAMA GEMEINSAM? RICHTIG! SIE ALLE BENUTZEN EINE FÜLLFEDER VON MONTBLANC. RÜCKBLICK AUF EINEN MYTHOS

TEXT ISABELLE MERCIER

VOR DEN AUGEN der ganzen Welt griff Barack Obama bei seiner Amtseinführung im Jahr 2009 mit der linken Hand zu seinem Füllfederhalter. Ein feierlicher Augenblick, wie es im Englischen heisst: «A treaty is about to be inked», ein Vertrag wird mit Tinte besiegelt. Da man einem Obama besonders genau auf die Finger schaut, entging den aufmerksamen Beobachtern eines nicht: Er unterzeichnete mit einem deutschen Schreibwerkzeug, nämlich dem «Meisterstück» von Montblanc. Später musste der Präsident diese Entscheidung vor zahlreichen patriotisch gesinnten Journalisten rechtfertigen: «Die Amerikaner machen exzellente Federn, doch das ist der einzige Hersteller, der ein qualitativ hochwertiges Schreibwerkzeug für Linkshänder anbietet.» Schlagfertig gekontert! Die Presse war zufrieden, und das Hamburger Unternehmen, das in seinem Sortiment keinerlei spezifische Modelle für Links- oder Rechtshänder aufweist, entzückt: Der sogenannte Power Pen stand einmal mehr im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Schliesslich landete die Füllfeder der Mächtigen sogar in der Westentasche eines amerikanischen Präsidenten.

Alles begann 1906 in Hamburg, als sich ein Schreibwarenhersteller, ein Banker und ein Ingenieur zusammentaten, um ein gemeinsames Projekt auf die Beine zu stellen. Ihr Ziel: Amerikanern den europäischen Einfallsreichtum vor Augen zu führen. Und zwar mit einem leicht transportierbaren Füllfederhalter mit integriertem Tintentank. Eine revolutionäre Erfindung, ein Meisterstück war geboren.

4810 Meter

Dieses Produkt der Extraklasse wollten die drei Partner auf einen ganz besonderen Namen taufen. Europäisch sollte er sein, einen weltmännischen Beiklang haben (schliesslich befand man sich in der Aufbruchsstimmung vor dem Ersten Weltkrieg) und für beispiellose Qualität stehen. Die Wahl fiel auf den höchsten Berg des Kontinents: den Montblanc mit seinen sechs Gletscherzungen und dem einzigartigen Gipfel. Sein französischer Name ist weltweit bekannt, nur die Italiener übersetzten ihn mit Monte Bianco. Doch der vereiste Berg lieferte der Edelfeder mehr als nur den Namen. So zeigt das sternförmige Markenzeichen die sechs Gletscherzungen von oben. Eine weitere gewollte Parallele zwischen dem höchsten Berg Europas

und dem Unternehmen, das sich an der Spitze der europäischen Handwerkskunst platziert hat: Auf jeder Feder wird bis heute die Höhe des Montblanc, nämlich 4810 Meter, eingraviert.

Der eigentliche Triumphzug des Meisterstücks begann im Jahr 1924. Das Trio hatte sein Produkt als ersten Kolbenfüllhalter, der einen auf Reisen begleitet, auf den Markt gebracht und nicht an Werbung gespart: Auf Flugzeugen, Felgen, Plakaten – der Montblanc-Stern war allgegenwärtig. Diesen Füllfederhalter konnte man überallhin mitnehmen, selbst an den Strand. Eine Revolution, schliesslich verfügten damals Schreibpulte noch über integrierte Tintenfässer.

Bis heute wird jedes Exemplar in der Hamburger Werkstatt von Hand gefertigt. Allein die Feder beansprucht 35 Arbeitsschritte: von der fünf Kilo schweren Goldrolle, aus der sie herausgearbeitet wird, bis zur letzten Überprüfung, bei der ein Handwerker in einem schalldichten Raum mit unsichtbarer Tinte Achten zieht, um Kapillarität und Tintenfluss zu gewährleisten. Unterhalb der Feder befindet sich ein ausgefeiltes Lamellensystem, dank dem das Schreibgerät atmen kann. Diese Luftzirkulation ist unabdingbar, um Tintenflecken zu vermeiden.

Die Anfänge eines Mythos

Als der deutsche Kanzler Adenauer bei einem Treffen im Jahr 1963 nach einem Kugelschreiber suchte, half John F. Kennedy ihm mit seiner Füllfeder aus der Patsche und befand humorvoll: «A president needs a fountain pen.» Ein Präsident braucht einen Füllfederhalter. Wie passend, dass der amerikanische Präsident gerade ein deutsches Exemplar mit einem kleinen Stern auf der Kappe zur Hand hatte. Zwei Jahrzehnte später verhalf Roger Moore dem Meisterstück endgültig zum Kultstatus. Der Füllfederhalter mit dem Stern gehörte fortan zur Grundausrüstung von Agent 007. In «Octopussy» verwendet James Bond die in seinem Montblanc versteckte Säure, um die Gitterstäbe seiner Zelle im Monsoon Palace durchzuätzen.

Von da an war das legendäre Schreibgerät bei zahllosen wichtigen Ereignissen vertreten. Gekrönte Häupter, Politgrößen und Berühmtheiten unterzeichneten wichtige Dokumente mit dem «Meisterstück». Das Unternehmen betont, dass es einzig und allein die herausragende Qualität war, die diesen Triumphzug ermöglicht hat, und dass im 20. Jahrhundert keine Produktplatzierungskampagnen lanciert wurden. Diese Füllfeder hat Geschichte geschrieben. ☉

CHRONIK

- 1922** Auf der Leipziger Messe wird passend für den ersten reisetauglichen Stift ein Flugzeug als Werbemittel verwendet.
- 1963** Berlin, J. F. Kennedy reicht seinen Stift Bundeskanzler Adenauer.
- 1983** James Bond alias Roger Moore erhält im Film «Octopussy» die Anweisungen seiner Montblanc-Füllfeder.
- 1985** Queen Elizabeth II benutzt die «Meisterstück».
- 1990** Unterzeichnung der gemeinsamen Währung zwischen der DDR und der BRD, der Abteilungsvorsitzende Lothar de Maizière und Finanzminister Walter Romberg.
- 1990** Helmut Kohl und Michail Gorbatschow bei der Unterzeichnung des Freundschaftsvertrags zwischen der UdSSR und Deutschland.
- 2003** Der Dalai Lama während einer Veranstaltung.
- 2013** Barack Obama während einer Reise in Berlin.
- 2013** Der holländische König Willem-Alexander nach seiner Amtseinführung in Berlin.



SPITZE ZAHLEN

Dieses Jahr ist auf der Spitze der «Meisterstück»-Füllfeder neben den Höhenmetern vom Mont-Blanc-Berg (4810) auch die Zahl 90 eingraviert; das runde Jubiläumsjahr des Hauses.



LIFE IS ABOUT MOMENTS

CELEBRATING ELEGANCE SINCE 1830



CLIFTON
ROTGOLD, 39 MM
AUTOMATIK
www.baume-et-mercier.com

KURZ

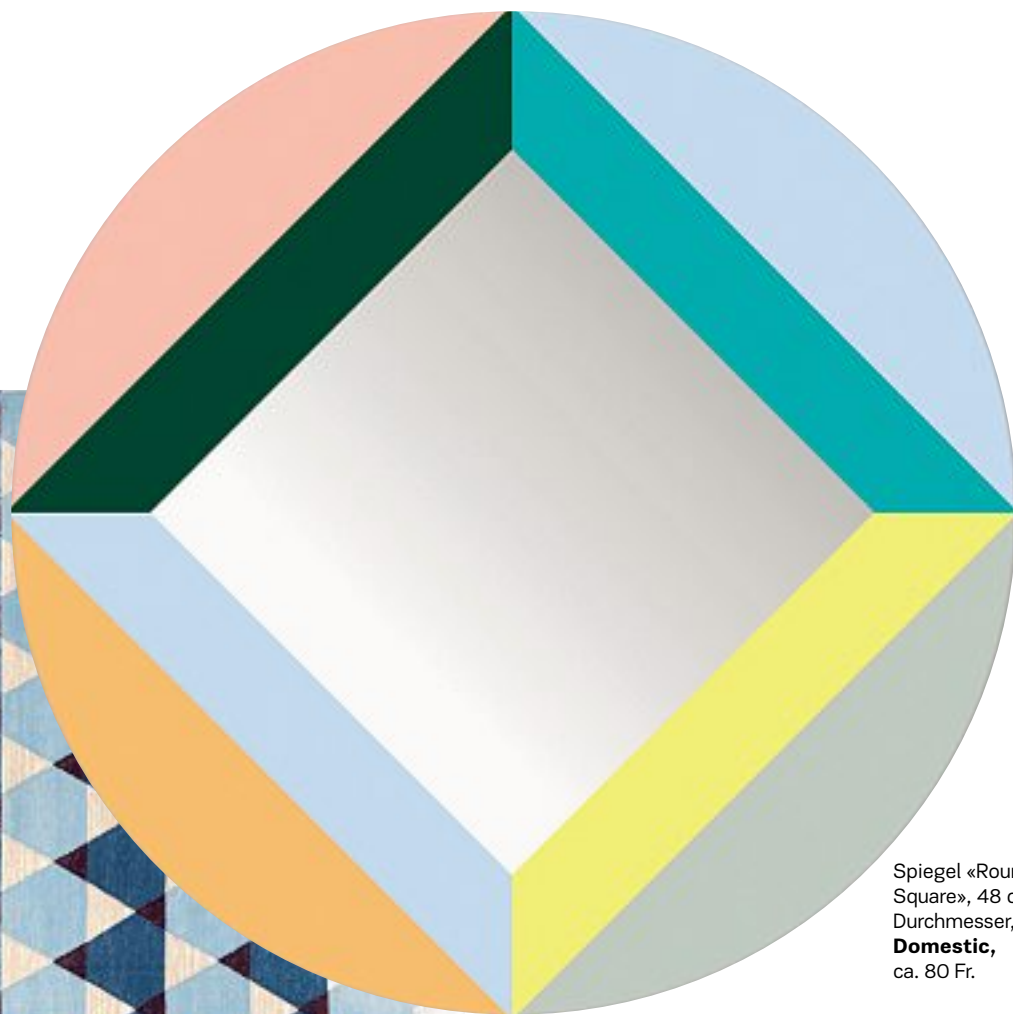
Zürich | Basel | Luzern | Genf
www.kurzschmuckuhren.ch



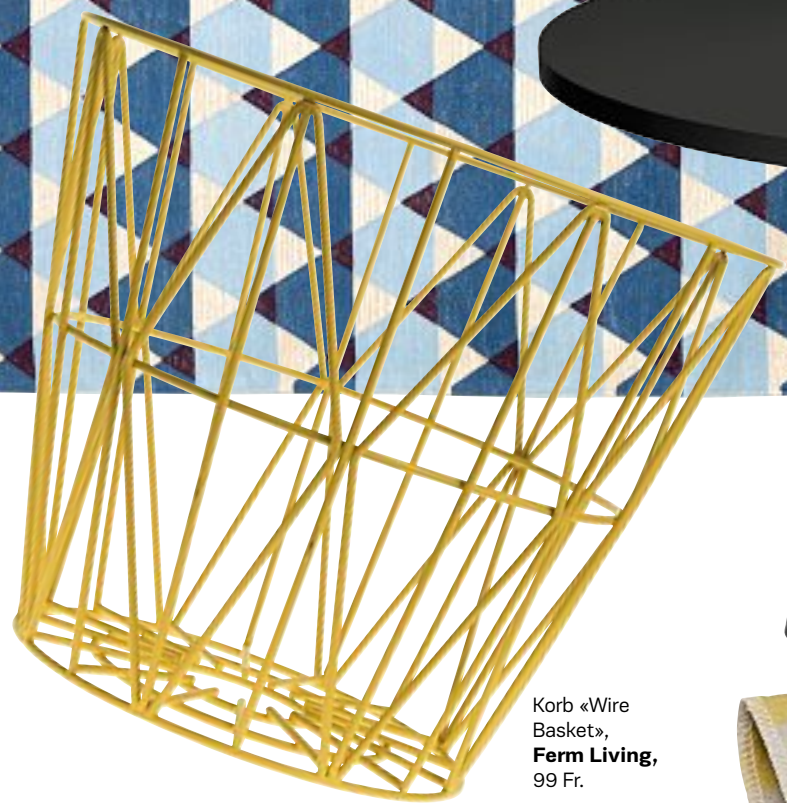
BAUME & MERCIER
MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830



Lampe «Gradient Moth», **Snowpuppe**, 105 Fr.



Spiegel «Round Square», 48 cm Durchmesser, **Domestic**, ca. 80 Fr.



Korb «Wire Basket», **Ferm Living**, 99 Fr.



Teppich «Noto», **Oyyo**, ca. 630 Fr.

Tisch «XZ3», **Magis**, ca. 680 Fr.



Mobile «Themis Trio», 61 x 61cm, **Artecnic** bei www.kizuku.ch, 40 Fr.

Bunter Harlekin

FARBENFROHE RAUTENMUSTER EROBERN DAS ZUHAUSE

AUSWAHL ISABELLE STÜSSI



Schüssel «Bråkig», limitierte Edition, **Ikea**, 12.95 Fr. im Zweierpack

Plaid «Smajo», 200 x 140 cm, **Interio**, 59.90 Fr.



Sessel «Pina», **Magis**, ca. 690 Fr.

RE-AKTIVIERT IHRE ZELLEN
FÜR EIN SICHTBAR
JÜNGERES AUSSEHEN.

NIVEA.ch/cellular

NEU

MIT MAGNOLIEN-EXTRAKT &
HYALURONSÄURE



NIVEA

CELLULAR
ANTI-AGE
HAUTVERJÜNGUNG

TAGESCREME LSF 15

Reduziert Falten – Strafft die Haut –
Verbessert die Zellerneuerung

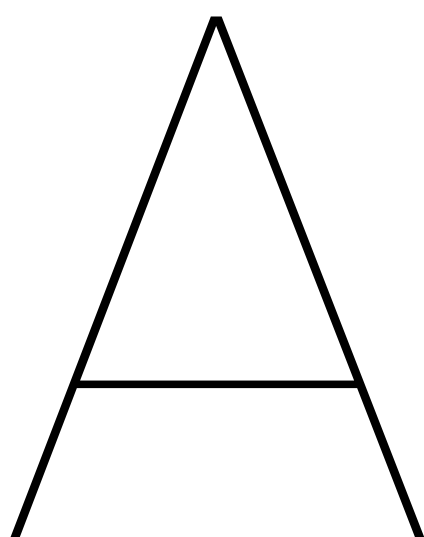


Der Designer Konstantin Grcic hat dieses Jahr für Artek **den Stuhl «Rival»** kreiert.

«GUTE MÖBEL WERDEN EIN TEIL VON UNS»

DER DESIGNER KONSTANTIN GRČIĆ ZEIGT EINE GROSSE AUSSTELLUNG IM VITRA MUSEUM. FÜR IHN HABEN SEINE OBJEKTE DURCHHAUS ETWAS MENSCHLICHES

TEXT RENATA LIBAL



AUF DEM KLEINEN BALKON, der ans Atelier anschliesst, thront auf einem Tisch eine Schleifmaschine; solide, altmodisch, leicht angerostet. Als der Besucher den Kontrast zwischen dem alten Gerät und den futuristischen Möbeln, die hier entworfen werden, anspricht, lächelt Konstantin Grčić zufrieden. Genau diese Reaktion will er hervorrufen. Dem deutschen Designer ist die handwerkliche Seite wichtig, das Nebeneinander von Schleifmaschinen und Gehämmere mit Computern und 3-D-Druckern. «Wenn ein Gegenstand oder Gerät gut gestaltet ist, gibt es keinen Grund, etwas daran zu ändern», sagt Grčić. Mit seinem Team realisiert er einige Prototypen im Freien, mit Blick auf den Innenhof. Dies aus Notwendigkeit, aber auch aus Lust daran, sich mit der Materie des Objekts auseinanderzusetzen. Grčić hat für seine Entwürfe unzählige Auszeichnungen erhalten. Einige seiner Stücke sind im New Yorker Museum of Modern Art ausgestellt (als fester Teil der Sammlung), so die Lampe «Mayday» und der Stuhl «Chair_One», der wie ein Fussball aus verschiedenen Segmenten zusammengesetzt ist. Derzeit ist sein Werk im Vitra Design Museum in Weil am Rhein bei Basel zu sehen. Er hat die Ausstellung mitgestaltet, die neben seinen Entwürfen auch seine Auffassung über das Design von heute und morgen zeigt. Eine grosse Ehre für den 49-jährigen Münchner, dem jedes Stargehabe fern liegt.

Das Atelier KGID, Konstantin Grčić Industrial Design, entstand 1991 im Münchner Bahnhofsquartier, wo sich Sexshops und Kebabstände aneinanderreihen. Dem Designer ist die Umgebung unwichtig. Für ihn zählen die guten Verbindungen, vor allem nach Italien. Dorthin reist er oft, um die Herstellung seiner Möbel zu überwachen. Punkt 14.10 Uhr kommen an diesem grauen Vorfrühlingstag die fünf ständigen Mitarbeiter seines Designstudios (unter ihnen die Designerin Charlotte Talbot, die einst in Lausanne tätig war)

vom Mittagessen zurück und verschwinden fröhlich in ihren Büros. «Zwischen zwölf und zwei Uhr will ich hier im Atelier niemanden sehen», sagt Grčić. «Das Sandwich am Computer ist strikt verboten. Wir alle haben es nötig, rauszugehen und den Kopf durchzulüften, um wieder konzentriert arbeiten zu können.» Eine einfache Regel, die sich offenbar bewährt, denn die Ideen, die hier keimen, vereinen die Leichtigkeit eines Traums mit der Einfachheit des Zweckmässigen.

Der Beginn Ihrer Laufbahn wird auf die 1990er-Jahre datiert. Damals waren Sie in London und arbeiteten für Jasper Morrison, den Grossmeister des Minimalismus.

Worauf gründet Ihre Leidenschaft fürs Design?

Meine deutsche Mutter hatte einen serbischen Emigranten geheiratet, der viel älter war als sie. Er ist gestorben, als ich noch sehr jung war. Doch bis dahin bin ich in einer Welt voller schöner, aber sehr unterschiedlicher Dinge aufgewachsen. Mein Vater hing an seinen alten Möbeln, während meine Mutter sich mit modernen Plastikstücken der 1970er-Jahre umgab. Sie hörte die Beatles, mit denen er überhaupt nichts anfangen konnte. Für mich war es schön, dass sich diese ungleichen Kulturen, Geschmäcker und Generationen durch die Liebe der beiden vermischten. Ich glaube, dass meine Art, geschichtsbewusst auf die Dinge zu blicken, und meine Vorliebe, die Genres zu mischen, stark durch jenes Ambiente geprägt wurden. Wir gingen auch oft ins Museum.

Ihre Familie war also sehr kunstaffin?

Meine Mutter war Galeristin für zeitgenössische Kunst, und meine Schwester Tamara Grčić ist Künstlerin, sie malt, fotografiert und macht Installationen.



CHAIR_ONE

Der berühmte Stuhl des Designers erinnert an einen Fussball. Grčić kreierte ihn 2004 für Magis.



Ihre Ausstellung versteht sich auch als soziale Stellungnahme – ein gewagtes Unterfangen!

Als wir vor drei Jahren angingen, über die Schau nachzudenken, schwebte mir eine Art Reise in die Zukunft vor. Mit der Absicht, die heutigen Trends zu zeigen. Die Schau sollte ursprünglich «Future Perfect 2025» heißen. Es ist lustig, wie man sich im letzten Jahrhundert die Zukunft vorstellte, mit fliegenden Untertassen, Städten auf dem Mars. Heute geht es um ganz andere Herausforderungen: das Überleben unseres Planeten, die Verteilung der Ressourcen, Migration, Urbanisierung. Ich bin kein Politiker und habe keine Rezepte. Mich interessieren der Stil, die Allüre und Bilderwelt, die aus diesen Überlegungen entstehen werden. Meine Arbeit als Designer besteht darin, diese Umwälzungen zu interpretieren, um ihnen eine Form und sogar eine physische Wirklichkeit zu geben.

Jetzt heisst die Ausstellung «Panorama» und befasst sich in drei Installationen mit der Zukunft: dem Lebensraum, der Arbeitswelt und dem urbanen Raum. Wie wird sich unser Leben in diesen Bereichen gestalten?

Beim Lebensraum habe ich einen Ort gebaut, der keine Wohnung ist, sondern eine Art Kokon. Ich wollte zeigen, wie unser individueller Raum sich verengt. Dies, durch die städtische Verdichtung und steigende Mieten. Aber auch symbolisch durch die ständige Zurschaustellung unserer Privatsphäre, so in den sozialen Netzwerken.

Deshalb brauchen wir alle einen, zumindest winzigen Rückzugsort, an dem wir zu uns selbst finden. Ich schlage dafür eine Art warme Hülle vor, Möbelwände, wie eine schützende zweite Haut. In der Ausstellung öffnet sich dieser Raum auf ein vorgetäushtes Fenster, mit Blick auf ein Flugzeug. Ich liebe solche kleine Irritationen, die Fragen aufwerfen. Lässt uns das Flugzeug von Aufbruch und Ausbrechen träumen oder an lästigen Fluglärm denken? Kann man es sich noch leisten, im malerischen Stadtzentrum zu leben, oder muss man in die Vorstädte ziehen, um sich neben einer Landebahn wiederzufinden? Wer kann noch in einem traumhaften Loft leben? Die Besucher der Ausstellung sollen darüber nachdenken.

Wie sind solche Überlegungen konkret in den von Ihnen geschaffenen Dingen zu erkennen?

Es ist eine Geisteshaltung. Ich glaube, wir brauchen in unserem immer virtuelleren Leben Dinge, an die wir uns fast körperlich binden können. Nehmen Sie meine Lampe «Mayday»: weder eine Nachttischlampe noch eine Aussenleuchte, noch ein Lüster, sondern alles gleichzeitig. Sie begleitet uns in allen Lebenslagen, fast wie ein Haustier.

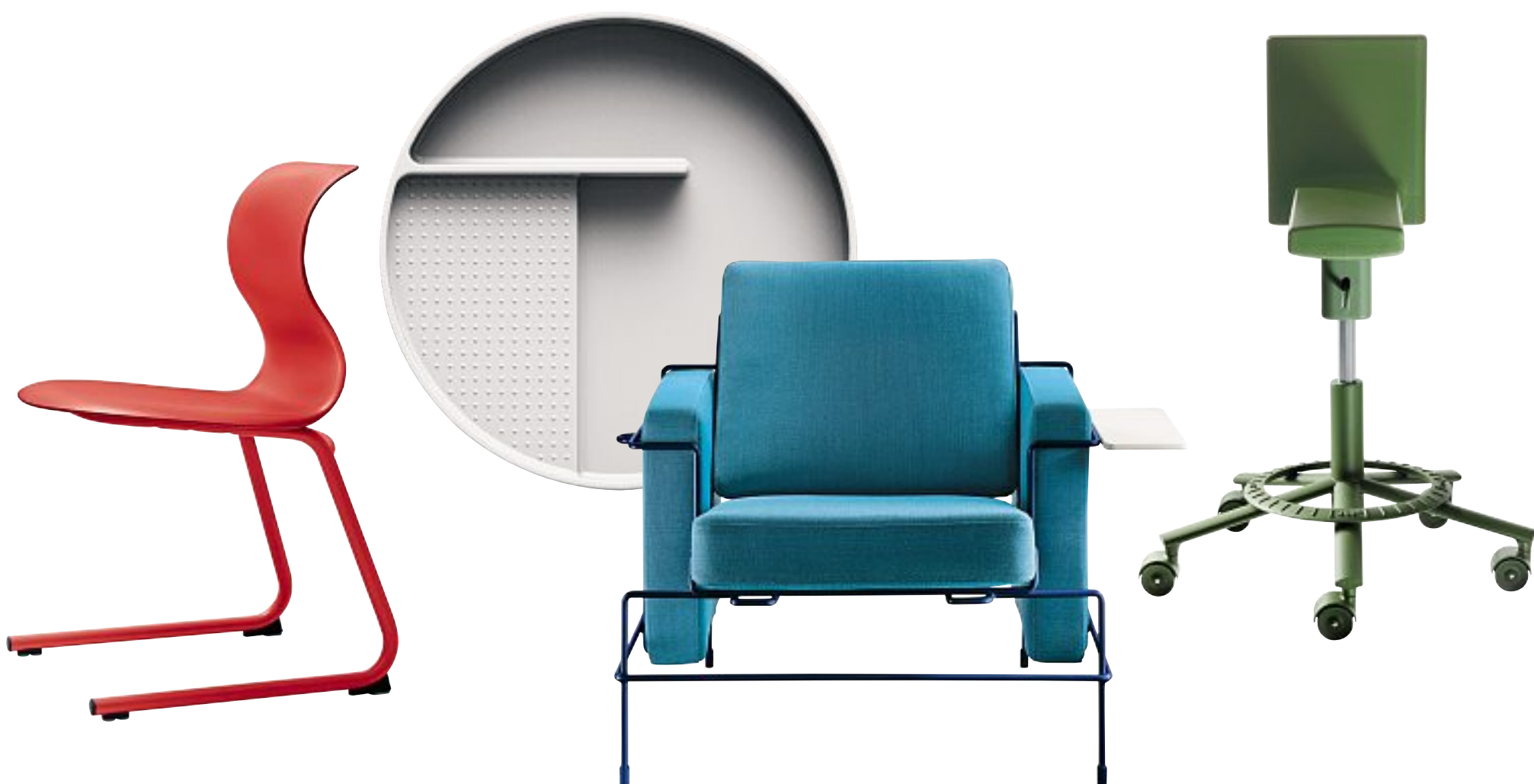
Gutes Design schafft also Beziehungen?

Sicher, es genügt nicht, dass ein Möbelstück praktisch, schön und durchdacht ist. Was korrektes Design von gutem Design unterscheidet, ist, dass es Lust macht, eine Bindung einzugehen. Es ist eine Art

KREATIVES UNIVERSUM

OBEN Im Atelier KGID im Münchner Bahnhofsviertel werden Objekte zum Leben erweckt.

UNTEN, VON LINKS NACH RECHTS Der Designer Grcic kreierte den Stuhl «Pro» für die Marke Flötotto für deutsche Schüler, das Lavabo für Laufen, den Sessel «Traffic» und den Stuhl «360°» für Magis.





Magie. Sehen Sie, Möbel sind oft drollige Kreaturen auf vier Beinen, sie haben fast ein Gesicht. Es kommt vor, dass die Leute mit ihnen sprechen. Gute Möbel werden ein Teil von uns.

Wie haben Sie Ihre Vision vom Raum der Arbeit gestaltet?

Das ist der persönlichste Raum der Ausstellung, denn ich habe ihn als Designstudio geschaffen. Sehr dunkel, wie eine Grotte, was wiederum beides sein kann, Traum oder Albtraum. Ich habe viel über den Kreativitätsprozess nachgedacht, habe mich gefragt, ob man den kreativen Menschen überhaupt noch braucht oder ob ein gutes Computerprogramm genügen wird. Mit Filmen zeige ich die Rolle von Archiven, der Geschichte der Möbel und des handwerklichen Könnens. Aber das ist mein Vorschlag, man muss damit nicht einverstanden sein!

Ist der öffentliche Raum ein Ort, an dem Träume und Frustrationen aufeinanderprallen?

Das ist der spannendste Teil! Was das Design betrifft, so wird hier jeder Entwurf natürlich infrage gestellt, weil er sich an so viele verschiedene Leute richtet. Jedes Objekt wird von seiner ursprünglichen Idee entfremdet. Der Benutzer eignet es sich an, verinnerlicht es quasi.

Haben Sie bei der Vorbereitung dieser durchdachten Ausstellung etwas über sich selbst erfahren?

Mein eigenes Projekt ist mir sehr bewusst geworden. Ich musste mich dem Gegenüber stellen, was meine eigene kreative Identität festigte.

Wie definieren Sie diese Identität?

Womöglich etwas altmodisch. Ich liebe die greifbare Beschaffenheit von Möbeln, die neuen virtuellen Möglichkeiten sagen mir nichts. Ich behaupte nicht, sie seien schlecht, aber sie sprechen mich nicht an. Ich bin jedoch kein Nostalgiker, sondern überzeuge, dass ein schönes handfestes Produkt, geschaffen von einem Handwerker, ein riesiges modernes Potenzial birgt und Lösungen für die heutigen Herausforderungen bereithält. Ich schaffe durchdachte, funktionale Dinge, vor allem Möbel, die auf lange Haltbarkeit angelegt sind.

Profitieren Sie von Ihrer ursprünglichen Ausbildung als Schreiner?

Zweifelloos. Dass ich gelernt habe, ein einfaches Stück Holz in einen schönen und nützlichen Gegenstand zu verwandeln, ist eine grundlegende, kostbare Erfahrung.

Sie haben unzählige Stühle entworfen. Wie erfindet man da noch Neues?

Ich werde noch viele weitere entwerfen! Da lässt es sich wunderbar experimentieren. Wir sind die einzige Zivilisation, die auf Stühle fixiert ist, und verwenden sie für alles Mögliche. Wollen wir darauf thronen, lümmeln, uns ausruhen oder uns konzentrieren? Ich selber liebe unbequeme Stühle, die uns zu einer dynamischen Haltung zwingen. Sitzen ist eine Tätigkeit, kein Zustand. Mein Favorit ist der

Heute brauchen wir Dinge, an die wir uns körperlich binden können

Stuhl, den ich «360°» nannte: Er ist schmal, fast ohne Lehne, er dreht sich und bietet volle Bewegungsfreiheit.

Ein ähnliches Erfolgsmodell ist «Pro», ein Stuhl für Schulkinder, den Sie vor zwei Jahren herausgebracht haben.

Ja, bisher waren die Stühle in den Schulen pädagogisch unsinnig, in krassem Widerspruch zur neusten Entwicklung des Unterrichts. Die Schule will, dass die Schüler mitmachen. Diese werden aber auf starren Stühlen eingezwängt, die sie am Arbeiten hindert. Zusammen mit Schulfachleuten haben wir einen flexiblen Stuhl entworfen, der sich den Bewegungen im Unterricht anpasst: Man kann sich zu seinem Hintermann umdrehen, kann sich zum Diskutieren in der Gruppe rittlings darauf setzen, beim Zuhören die Beine ausstrecken. Und es gibt ihn in fünf Größen und unterschiedlichen Farben. Wir haben ein sehr gutes Echo aus deutschen Schulen, die «Pro» eingeführt haben, und bekommen laufend Bestellungen aus Japan, China, Australien und Brasilien.

der sich den Bewegungen im Unterricht anpasst: Man kann sich zu seinem Hintermann umdrehen, kann sich zum Diskutieren in der Gruppe rittlings darauf setzen, beim Zuhören die Beine ausstrecken. Und es gibt ihn in fünf Größen und unterschiedlichen Farben. Wir haben ein sehr gutes Echo aus deutschen Schulen, die «Pro» eingeführt haben, und bekommen laufend Bestellungen aus Japan, China, Australien und Brasilien.

Ihre Entwürfe entlocken einem oft ein Lächeln, so der Hocker «Tom&Jerry» oder der Tisch «Champion», der mit Begriffen des Sports spielt. Ist Humor wichtig?

Natürlich, zwischenmenschlich hat Humor eine grosse Kraft. Aber ich hasse das Klischee des Designers, der sich von früh bis spät amüsiert. Unsere Arbeit ist verdammt ernst, mit grosser Verantwortung verbunden. Wenn mal ein Entwurf witzig ausfällt, hat sich das spontan ergeben. Wie bei einem Koch, der einem Rezept plötzlich eine Prise Magie verleiht. Das kann man nicht vorausplanen.

Wie sieht Ihr Leben heute aus?

Kompliziert, denn ich führe zwei Leben. Eines hier in Berlin, wo ich mit meiner Lebensgefährtin wohne, und eines in München, in der Nähe meines Designstudios. An beiden Orten gibt es einen Mix von Möbeln, der im Lauf des Lebens aus Zufällen und spontanen Entscheiden gewachsen ist. ☺

VITRINE

OBEN Konstantin Grcic nutzt die Ausstellung, um sein kreatives Schaffen zu erklären. Neben vielen seiner Produkten, zeigt er auch Prototypen, Zeichnungen und Hintergrundinformationen, ergänzt um Fundstücke und Alltagsgegenstände. Links der Barhocker «Miura» für Plank, daneben für Flos die Lampe «Mayday», die an traditionelle Lampen von Minenarbeiter angelehnt ist.



Retrospektive

Die Ausstellung «Panorama» besteht aus vier Installationen, die seine persönlichen Visionen für das Leben von morgen stellen: ein Wohninterieur, ein Designatelier, ein Stadtraum. Der vierte Bereich richtet einen Blick auf Grcics Arbeiten. Bis 14. September im Vitra Design Museum, Weil am Rhein in Deutschland. www.design-museum.de

LUST AUF FARBEN

DESIGNERMÖBEL, BUNTE
TAPETEN UND GEMUSTERTE
FLIESEN: IN DIESEN VIER
WÄNDEN IST GUTE LAUNE
VORPROGRAMMIERT

FOTOS BEPPE BRANCATO/LIVING RCS

STYLING DARIA PANDOLFI





LINKS
Lackierter Rundtisch «Tobi-Ishi» mit MDF-Platte und Tischbeinen aus Kunstharz, **Edward Barber und Jay Osgerby** für **B&B Italia**. Stuhl «Seleri» **Mentsen** für **Zilio A & C**. Zusammengesetzte Vase «Black Yuan», bestehend aus Tellern und Schüsseln, acht Stück aus Melaminharz, **Rachel und Benoît Convers** für **Ibride de la Renaissance**. Sideboard «Galena» mit Tischbeinen aus massiver Eiche, Schublade aus lackiertem Massivholz, **Hagit Pincovici** für **Miniforms**.

RECHTS
Sessel «Mad Chair», **Marcel Wanders** für **Polliform**. Konsole «505 Edizione» aus lackiertem Aluminium, mit verstellbaren Füßen, **Nicola Gallizia** für **Molteni & C.** Tischlampe «Yoko», **Anderssen & Voll** für **Foscarini**. Kristallvasen «Nek» und «Numa», **Villeroy & Boch**. Tischlampe «Pin» aus Polyethylen und Metall, **Michel Boucquillon** für **Martinelli Luce**. Couchtisch «Strato» aus MDF, **Victor Carrasco** für **Living Divani**. Sofa «Madame», **Archivio Storico** für **Arflex**.

AM BODEN
Porzellanfliesen «Fabrizio», 60 x 60 cm, aus der Linie **i Gattipardi** bei **14oraitaliana**.

Kommode «Mobile Giano» aus Zebrahholz, **Ugo La Pietra** für **Morelato**. Stehleuchte «Blob» mit Glasschirmen, **Gino Carollo** für **Arketipo**. Kleiner Kristalltisch «Nezu», **Jasper Morrison** für **Glas Italia**. Teekanne und Tassen «Novembre» aus der Linie Seasons, **Stefania Vasques** für **L'Abitare da la Rinascence**. Sessel «Heta» aus Leder und Buchenholz, **Philippe Bestenheider** für **Frag**. Servierboy «Come As You Are» aus Mahagoniholz und Glas, **Christophe de la Fontaine** für **Dante Goods and Bads**. Glasglocke «Small Martian», **Fabrica** für **Secondome**. Porzellaneule, **Reichenbach**, und Porzellanschüsseln, **Petite Friture**, beides bei **L'Abitare da la Rinascence**. Mini-Holzofen «Faro» aus Lehm, **Rui Pereira & Ryosuke Fukusada**. Sofa «Guscio», **Antonio Citterio** für **Flexform**.

AM BODEN
Porzellanfliesen «Mino», Siebdruck, 20 x 20 cm, **Marcel Wanders**, und uni-farbene Zweibrandfliesen aus der Kollektion **Colore&Colore**, **Studio Davide Pizzigoni** für **Ceramica Bardelli**.



Schrank «Inlay»,
Front für **Porro**.
Weisser Hocker
«Hinge» aus Stahl
und Stoff, **Francesco
Rota** für **Living
Divani**. Holztisch
«Kinoki» mit Metall-
füssen, **Wildwood**
von **Setsu &
Shinobu Ito** für **Lago**.
Suppenschüssel aus
Porzellan, vintage.
Pendelleuchten «Aim»,
Leuchterschirm aus
lackiertem Aluminium,
**Ronan & Erwan
Bouroullec** für **Flos**.
Polsterstuhl «Colette»,
Roberto Lazzeroni
für **Baxter**.

AM BODEN
Keramikfliesen
aus der Kollektion
Triennale, 1960 von
Gio Ponti designt,
30 x 46,5 cm,
Marrazzi.

Ledersessel «P22» aus Aluminium, **Patrick Norguet** für **Cassina**. Bett «Aton» mit ledernem Kopfteil, **Giuseppe Viganò** für **Poliform**. Bettwäsche «Om» aus der Linie Org, **Gabel**. Plaid «Nid», **Society**. Nachttisch «Pezzo» aus Nussbaumholz, **Stephanie Jasny** für **Miniforms**. Pendelleuchte «Meltdown» aus farbigem Glas, **Johan Lindstén** für **Cappellini**. Konsole «Dr. Jeckyll and Mr. Hyde» aus Glas, **Piero Lissoni** für **Glas Italia**. Tiere aus handgemachten Glasperlen von **Monkeybiz**, bei **Rinascente**.

AM BODEN
Porzellanfliesen aus der Kollektion Datauni, 60 × 10 cm, **GranitiFiandre**.

Wandregal «Wind» aus Aluminium, **Giuseppe Bavuso** für **Rimadesio**. Schreibtisch «Leo» aus Esche und Glas, **Marta Laudani** und **Marco Romanelli** für **Valsecchi 1918**. Polsterstuhl «Catch Chair» aus Eiche und Bezug von Kvadrat, **Jaime Hayon** für **&Tradition**. Stiftehalter aus Kupfer, **Ferm Living**. Tischlampe «Minipipistrello», **Gae Aulenti** für **Martinelli Luce**. Beistelltische «Liquid» und «Printable», **Draga und Aurel** für **Baxter**.

AM BODEN
Keramikfliesen aus der Kollektion Azulej, **Patricia Urquiola** für **Mutina Ceramiche**.





Der britische Designer Sebastian Wrong wurde für seine Fliesenkollektion für die Firma Fletco ausgezeichnet.

Bodenlose Kreativität

SCHLUSS MIT GRAUEM SPANNTTEPPICH UND BRAUNEM PARKETT: DANK DESIGNERKREATIONEN, KLICKSYSTEMEN UND VIELEN FARBEN WIRD DAS GESTALTEN VON BÖDEN ZUM KINDERSPIEL

TEXT CLAUDIA SCHMID

WIR TRETEN SIE MIT den Füßen: Böden werden kaum beachtet und sind aufs Erste so spannend, wie eine Steuererklärung auszufüllen. Doch seit Teppiche eine Renaissance feiern, richtet sich das Augenmerk zunehmend auf die Gestaltung des Bodens. Schliesslich ist dieser im wahrsten Sinne des Wortes die Basis der Einrichtung. Dank einer wachsenden Zahl innovativer Hersteller von Bodenbelägen ist heute viel mehr möglich, als die Wahl zwischen grauem Spannteppich oder braunem Parkett. So kann man mit bunten Laminat- oder Parkettböden dem Wohnraum Frische verleihen. Voraussetzung ist, dass die Möbel farblich dezent daherkommen, wenn der Boden zum Kunstwerk wird.

Neben dem Kölner Hersteller Expona Domestic (1), der einen neuen Streifenboden in Gelb, Grau, Türkis oder Schwarz lanciert hat, setzt auch die Schweizer Firma Bauwerk Parkett auf Buntes. Die Parkett-Edition Vintage, die von der Zürcher Interiordesignerin Virginia Maissen entworfen wurde, lässt unzählige Verlegungskombinationen zu – in den Farben Blau, Gelb oder Rot. Auch Parkettböden mit orientalischem Muster oder Zeitungspapieroptik gehören dazu.

Unendliche Möglichkeiten

Mit der Kollektion Formpark, die von Stephan Hürlemann und Simon Husslein vom Schweizer Designstudio Hannes Wettstein entwickelt wurde, setzt Bauwerk Parkett (4) einen weiteren Trend: Die schier unendlichen Verlegemöglichkeiten, die sich aus zwei Parkettformaten und drei Farben ergeben. Das «Customizing» hat also nach dem massgeschneiderten Schuh oder Haus auch den Boden erobert. Ob Fischgrat, Diagonalverband, Schiffsboden oder Flechtmuster – alle Ideen lassen sich bei Formpark dank nahtlosen Übergängen zwischen den einzelnen Mustern realisieren. Was möglich ist, können die Kunden dank einem Säckchen mit Modellklötzen in Miniaturform gleich selber ausprobieren und dabei ihren Spieltrieb testen.

Das individuelle Gestalten des Bodens geht zunehmend auch mit einer vereinfachten Technik einher. So gibt es eine grosse Auswahl von Klicksystemen, bei denen sich das Kleben des Bodens erübrigt. Neben den DreamClick-Dielen aus recyceltem Vinyl lässt sich auch der textile Bodenbelag ClickTex des deutschen Unternehmens Parador so leicht verlegen, dass man dafür keine Fachleute braucht. Der Boden in verschiedenen Braun- und Grautönen besteht aus formstabilen Platten. Für eine weitere neue Kollektion kooperierte Parador mit Hadi Teherani (3). Der bekannte deutsche Architekt iranischer Herkunft interpretierte das klassische Fischgrätparkett neu. Schmale und breite Riegel in heller und thermobehandelte Eiche erzeugen bei seiner Kollektion kunstvolle, gezackte Bodenbilder.

Sowieso scheint es, als hätten die Designer nach dem Gestalten von Teppichen nun auch den Boden entdeckt. Neben Teherani hat auch Sebastian Wrong, einer der stilprägenden britischen Designer, eine neue Fliesenkollektion entworfen. Sein Entwurf für die dänische Firma Fletco wurde kürzlich mit dem deutschen Interior Innovation

Award ausgezeichnet – als Best of Best 2014. Die Fliesen in geometrischen Formen wie Rauten und Quadraten, die es in Tausenden von Farben gibt, und mit denen sich 3-D-Effekte erzeugen lassen, entstehen mittels digitalem Druck – und Laserschneidverfahren. Sie bestehen teilweise aus recyceltem Material.

Wie die Parkettböden werden auch die Spannteppiche einer Farbkur unterzogen. Etwa die Kollektion Hem von Carpet Concept mit bunten Pixelmustern. Und so wie man sich drinnen langsam vom klassischen grauen Spannteppich verabschiedet, scheint auch draussen die Zeit des klassischen grünen Rasenteppichs vorbei zu sein. Der Appenzeller Rasenteppich-Spezialist Tisca Tiara (2) bringt mit Giardino einen Kunstrasen – in Fuchsia, Blau oder Peperonirot – auf den Markt, der kunstverdächtige Gestaltungsmöglichkeiten zulässt.

Nebst all den optischen Neuheiten gibt es auch vermehrt intelligente Bodenbeläge. Der Hersteller Carpet Concept lanciert mit der Objects-Kollektion Paneele für Wände und Decken, die sich mit einem Teppichprogramm ergänzen und wie Kunstwerke aussehen. Mit schallabsorbierenden Stoffen überzogen, schlucken sie Lärm und sorgen für konzentriertes Arbeiten. Und der «ESP Detection Floor» kann mittels elektronischer Felder Bewegungen erkennen und Warnungen senden, wenn diese als ungewöhnlich eingestuft werden. Das holländische Produkt soll in Alterspflegeheimen und Krankenhäusern zum Einsatz kommen. Wer diesen Boden mit den Füßen tritt, dem kann sogar das Leben gerettet werden. ☉

STREIFENBODEN (1)
EXPONA DOMESTIC



TEXTILER BODENBELAG (3)
CLICK TEX, PARADOR



KUNSTRASEN (2)
TISCA TIARA, GIARDINO



BODEN AUF MASS (4)
BAUWERK, FORMPARK





Das Geheimnis professioneller Köche. Jetzt in Ihrer Küche.

Mit dem Electrolux Profi Steam – jetzt erstmals auch mit SousVide Funktion – profitieren Sie vom Wissen der Sterneköche. Das Garen mit niedriger Temperatur erhält Intensität, Textur und Geschmack Ihrer Zutaten perfekt. Genau wie in Ihrem Lieblingsrestaurant. Entdecken Sie mehr auf www.electrolux.ch



**Der Electrolux Profi Steam.
Entdecken Sie die Möglichkeiten.**



Electrolux



1 Schweiz, Zürich Taschen von Freitag

Der Mythos Das Unternehmen blickt zwar nicht auf eine jahrhundertealte Geschichte zurück, kann sich aber damit rühmen, in den letzten 20 Jahren mit der Herstellung von Taschen aus alten LKW-Planen Pionierarbeit geleistet zu haben: oft nachgeahmt und von einer ganzen Generation «Bourgeois Bohemiens» weltweit getragen, denen Stil und Umweltschutz gleichermassen wichtig sind. Das Besondere: die Einzigartigkeit jeder Tasche. Die Marke ist zum Sympathieträger geworden, hat den Begriff Rekontextualisierung im Zusammenhang mit der Wiederverwertung von Altmaterial neu erfunden (Upcycling) und dem ökologischen Gewissen einen coolen Touch verpasst.

Zu sehen Der fünfstufige Produktionsprozess, der seit seinen Anfängen 1993 unverändert geblieben ist. Damals fand dieser in einem Hangar in Oerlikon statt, heute in der neuen Fabrik im Gewerbehau Noerd. Die Planen werden zerlegt (Entfernen der Ösen, Nieten und Bänder der gebrauchten Planen), sie werden mit Regenwasser gewaschen, dann für das individuelle Taschen-design zugeschnitten und genäht. Abschliessend werden die Taschen getestet.

Besuch Ab diesem Frühjahr sind auch individuelle Besichtigungen möglich.
Reservation an fabrikbesichtigung@freitag.ch

Alten LKW-Planen wird **neues Leben eingehaucht** – zu modischen Freitag-Taschen verarbeitet.

10 TRAUM- FABRIKEN

BESUCH BEI RENOMMIERTEN UNTERNEHMEN,
DIE **AUSSERGEWÖHNLICHE OBJEKTE** HERSTELLEN

TEXT SEMAJA FULPIUS



Schweiz, Le Sentier Uhren von Jaeger-LeCoultre

Mythos Die Uhrenmanufaktur aus Sentier ist in der Öffentlichkeit vor allem für ihr legendäres Modell «Reverso» bekannt. Die Uhr mit Drehgehäuse wurde bereits in den 1930er-Jahren entworfen, da die Polospieler während der Spiele einen Schutz für das Glas ihrer Uhren benötigen. Die «Reverso» ist aber nur eine von vielen Erfindungen und Komplikationen der 1833 gegründeten Manufaktur. 1928 hielt das Modell «Atmos» die Welt in Atem: eine Tischuhr, die ihre Antriebsenergie aus minimalen Temperaturänderungen zieht. 1956 lancierte die Marke die erste automatische Armbanduhr mit Weckfunktion, während 2014 die ultraflache «Master Ultra Thin Minute Repeater Flying Tourbillon» die Welt begeistert.

Zu sehen Die Besichtigung beginnt in den Werkstätten, in denen sich dem Besucher nicht nur Techniken wie Fasson-dreherei und Fräserei erschliessen, sondern auch die Bearbeitung des Rohwerks, der Einbau der Hemmung und die Veredelung mit dekorativen Elementen. Ausserdem steht der Besuch der Galerie du Patrimoine auf dem Programm, in der die Modelle der Marke ausgestellt sind. Zum Schluss gibt es ein Souvenirfoto und ein kleines Geschenk.

Besuch Reservation nur in Jaeger-LeCoultre-Geschäften oder im autorisier-ten Einzelhandel.

www.jaeger-lecoultre.com

Seit 1833 kreieren
Uhrenmacher in
minutiöser Arbeit
Jaeger-LeCoultre-Uhren.



Täglich verlassen **eine halbe Million** Stifte die Manufaktur.

Deutschland, Stein bei Nürnberg Stifte von Faber-Castell

Mythos Die patentierte Soft-Grip-Zone macht aus diesem Bleistift ein Werkzeug, das sehr angenehm in der Hand liegt. Aber der deutsche Hersteller von Schreibwaren hat noch mehr im Angebot: Mit Kugelschreibern, Füllern und Filzstiften hat Faber-Castell Einzug in Büros, Kunstateliers und Kinderzimmern gehalten. Der nachhaltige Erfolg von Faber-Castell liegt in der Verbindung von Tradition und zeichnerischen Erfindungen. Das Unternehmen wurde 1761 von einem Schreiner in Stein bei Nürnberg in Deutschland gegründet. Heute befindet sich Faber-Castell in achter Generation in Familienbesitz und ist der weltgrößte Hersteller von Bunt- und Bleistiften.

Zu sehen Die Herstellung der rund 500 000 Stifte, die jeden Tag die Manufaktur verlassen. Man kann beim ganzen Prozess (Schnitt, Lackierung, Schleifen und Verpacken) zuschauen. Zu sehen sind auch Aspekte der Nachhaltigkeit und die Verwendung ökologischer Produkte, denen sich das Unternehmen verschrieben hat. Ein Besuch der alten Manufaktur und des Schlosses, dem Wahrzeichen der Marke, erinnert an die adlige Vergangenheit dieses deutschen Unternehmens. Im Shop können die Besucher die hübschen Schreibgeräte kaufen.

Besuch Jeden dritten Sonntag im Monat geöffnet.

Telefon +49 911 881 991 08, www.faber-castell.de/Faber-Castell-Erleben



Victorinox setzt sich aus Victoria, **der Mutter des Gründers**, und dem rostfreien Innox-Stahl zusammen.

Schweiz, Brunnen Messer von Victorinox

Mythos Das Taschenmesser gehört zu den bekanntesten Schweizer Objekten, über die man kaum mehr ein Wort verlieren muss. Es hat Generationen von Rekruten und Offizieren der Schweizer Armee begleitet und mittlerweile die ganze Welt erobert. Seit seiner Erfindung 1884 hat sich das Multifunktionswerkzeug im Hinblick auf Farbe, Accessoires und Technologie weiterentwickelt. «Unsere Produkte sind Begleiter im Alltag, und unsere Kunden bezeugen dies in unglaublichen Geschichten», sagt Carl Elsener, CEO von Victorinox.

Zu sehen Eine interaktive Tour mit Touchscreens, Filmen und weiteren Erlebnissen im Herzen des Swiss Knife Valley in Brunnen, Schwyz. Das Must-have eines jeden Besuches ist jedoch das persönliche Messer. Sie möchten es selber montieren und Ihren Namen eingravieren lassen? Kein Problem. Nach dem Rundgang helfen Ihnen Experten, in 15 Minuten Ihr persönliches Victorinox-Taschenmesser zusammenzusetzen.

Besuch Anmeldung erforderlich im Visitor Center des Brand Store Brunnen.

Telefon 041 825 60 20, www.victorinox.com

Wenn in den Werkstätten die Objekte **ihre Form annehmen**, erkennt man ihre wahre Schönheit



Ein Steinway-Piano wird zu **80 Prozent** von Hand erstellt.

Deutschland, Hamburg Steinway-Pianos

Mythos Die Marke Steinway & Sons ist untrennbar mit Konzertflügeln und Klavieren verbunden. Mit dem perfekten Bau, den geschwungenen Linien und der Schönheit der Pianos hat die 1853 in New York gegründete Marke ästhetische und akustische Standards gesetzt. Der in New York und Hamburg ansässige Klavierhersteller rühmt sich im Besitz von nicht weniger als 128 Patenten. Er steht für qualitativ hochwertige Materialien und für eine optimale Übertragung und Wiedergabe des Klangs. Weder Glenn Gould noch Artur Schnabel hätten der Aussage der argentinischen Konzertpianistin Martha Argerich widersprochen, wenn sie sagt: «Ein Steinway spielt mitunter besser als sein Pianist.»

Zu sehen Der zu 80 Prozent aus Handarbeit bestehende Produktionsprozess. Der Besucher kann zuschauen, wie das Holz gespannt und die Einzelteile eingefügt werden.

Besichtigung In Hamburg, Deutschland, mit Reservation.

Telefon +49 40 85 39 11 76, www.steinway-hamburg.de



Bis heute wird das Kristall **in Handarbeit** geblasen, geschliffen und bemalt.

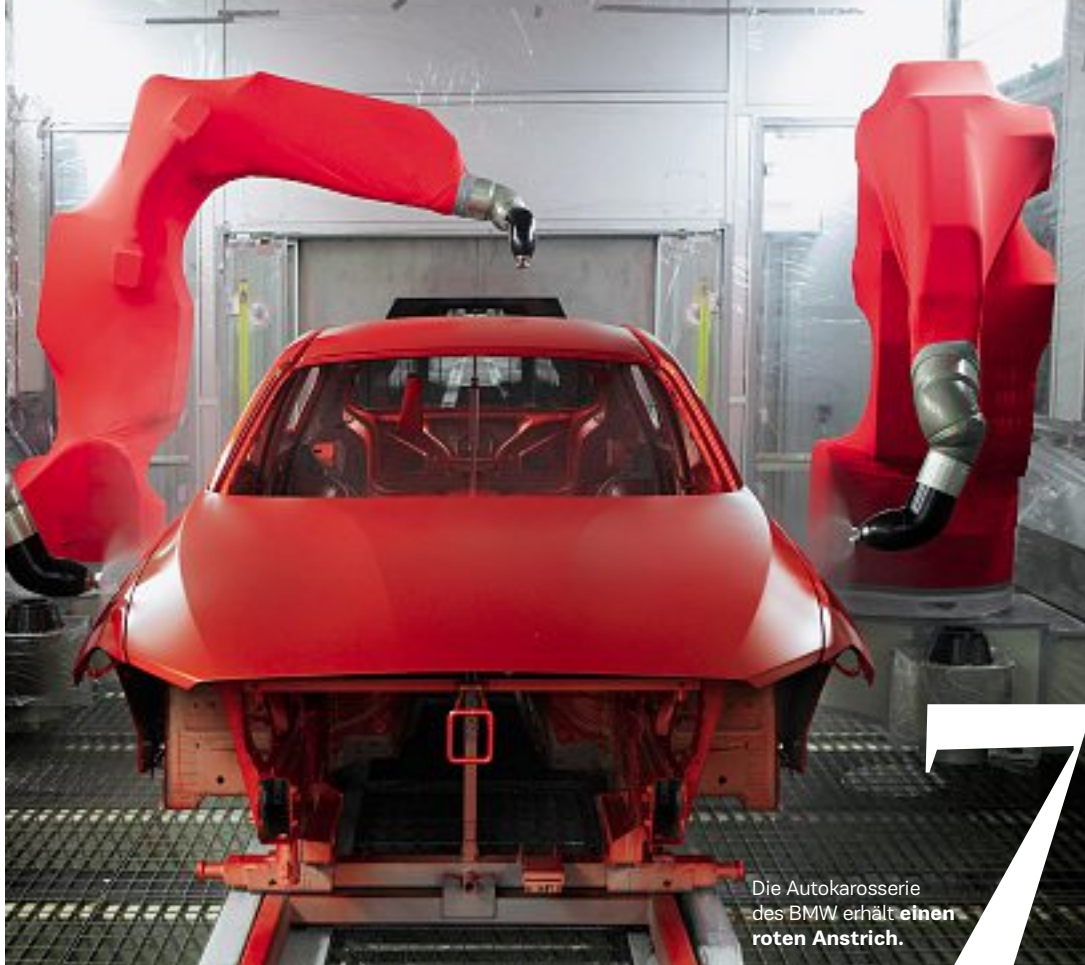
Frankreich, Saint-Louis Kristallglas aus dem Elsass

Mythos Diese Glasfabrik gehört zu den bedeutendsten Kristallglasmanufakturen der Welt. Manche Modelle, wie die Trianon-Serie, besitzen einen hohen Wiedererkennungswert. 1767 verlieh König Ludwig XV. der Manufaktur den Titel «Königliche Glasmanufaktur von Saint-Louis». Seither widmet sich die Cristallerie Saint-Louis ausschließlich der Herstellung von filigranem, mit Gold besetztem Kristallglas.

Zu sehen Die wahre Schönheit dieser Objekte, wenn sie in den Werkstätten Form annehmen. Für die Herstellung der Gläser, Vasen, Leuchter und anderen Meisterwerken dienen immer noch Augen, Mund und Hände als Werkzeug. Während ein Arbeiter das Glas in der Hitze zum Schmelzen bringt, bearbeitet ein anderer im Erkaltprozess den Schnitt und die Verzierung. Ein Besuch der Manufaktur beinhaltet auch den Eintritt für das angrenzende Museum, in dem 400 Jahre Kristallgeschichte in 2000 Ausstellungsstücken zu bewundern sind.

Besuch Montag bis Freitag, nur vormittags und auf Anfrage.

Telefon +33 3 87 06 40 04, www.saint-louis.com



Die Autokarosserie des BMW erhält **einen roten Anstrich.**

Deutschland, diverse Städte Hightech von BMW

Mythos Das runde, in vier blau-weiße Viertel geteilte Logo, das an einen Propeller angelehnt ist, besitzt weltweiten Bekanntheitsgrad. BMW gehört mit Audi und Mercedes zu den drei deutschen Automobilmarken der Luxusklasse. Das bayerische Fahrzeug (BMW steht für Bayerische Motoren-Werke) besticht durch seine Technologie und Qualität sowie seinen Hightech-Aspekt. Und mit dem Modell «BMW i3» hat das Unternehmen vor kurzem ein viel versprechendes Elektroauto lanciert.

Zu sehen Die BMW-Produktionsstätten in ganz Deutschland. Je nach Modell kann man Werke in Berlin, Steyr, Leipzig, Regensburg, Wackersdorf, Dingolfing, Landshut und München besichtigen. Dabei werden jeweils nur Teilbereiche der Produktion gezeigt, denn die Tour findet während der laufenden Produktionsschichten statt. Die Dauer der vier Kilometer langen Besichtigung beträgt rund zweieinhalb Stunden. Fotokameras und Mobiltelefone müssen am Eingang abgegeben werden.

Besuch Besichtigung nur in Gruppen mit mindestens 20 Personen.
www.bmw-besuchen.com

Schweiz, Sainte-Croix Spieldosen von Reuge

Mythos Reuge ist nicht nur der Hersteller exklusiver Spieldosen, sondern auch der letzte seiner Art, der diese Feinmechanik beherrscht. Egal ob in Form eines Raumschiffs, mit Diamanten und Singvögeln besetzt oder als iPhone-Ladestation («iReuge»), die Manufaktur aus Sainte-Croix VD stellt seit 1865 die erstaunlichsten Spieldosen her. Diese wurden schon immer als Geschenke für europäische Königshäuser, indische Maharadschas und Präsidenten dargeboten. Reuge steht für jahrhundertealtes Wissen im Bereich der mechanischen Musik sowie der Holz- und Intarsienverarbeitung.

Zu sehen Eine bezaubernde Welt hinter den eher nüchternen, klosterähnlichen Mauern. Hier arbeiten, mitten in der Waadtländer Bergwelt, 34 verschiedene Berufsgruppen: An einem Ort entstehen Zylinder, auf denen Hunderte winzige Metallstäbchen befestigt werden: Diese sind für die Melodie verantwortlich. Daneben wird an komplizierten Uhrwerken gefeilt, im Hintergrund überprüft man die richtige Tonlage der Spieldosen. Und ganz hinten in der Ecke erhalten die Singvögel echte Federn.

Besuch Nur für Gruppen und nur nach vorheriger Anmeldung.
Telefon 024 455 22 22, mail@reuge.com



Die winzigen Metallstäbchen müssen genau gesetzt werden, um **die richtige Melodie** zu erzeugen.



In den Werkstätten der Porzellanmanufaktur ist **viel Geduld und Präzisionsarbeit** gefragt.

Frankreich, Limoges Porzellan von Royal Limoges

Mythos Sie ist die älteste noch im Betrieb befindliche französische Manufaktur. Aus ihren Öfen in Limoges, Frankreich, stammt Porzellangeschirr, das die grössten Tafeln der Welt geschmückt hat. In Hotels wie dem Ritz, dem Georges V oder dem Crillon sorgt es heute noch für Begeisterung. In der Porzellanherstellung setzt die Marke seit 1797 handwerkliche Massstäbe. «Ich gehöre zur siebten Generation. Heute ist meine Aufgabe, Entwürfe für die junge Generation zu gestalten, ohne die Tradition zu vernachlässigen», sagt Eigentümer Lionel Delaygue.

Zu sehen Die Arbeit der verschiedenen Guss-, Trocken- und Form-Werkstätten, die bei der Herstellung des Porzellans notwendig sind. Ausserdem kann man den Originalofen «Four des Casseaux» besichtigen, ein historisches Denkmal im Innern der Manufaktur. Zum Abschluss lohnt sich ein Blick in den werkseigenen Shop, wo man das Porzellan auch kaufen kann.

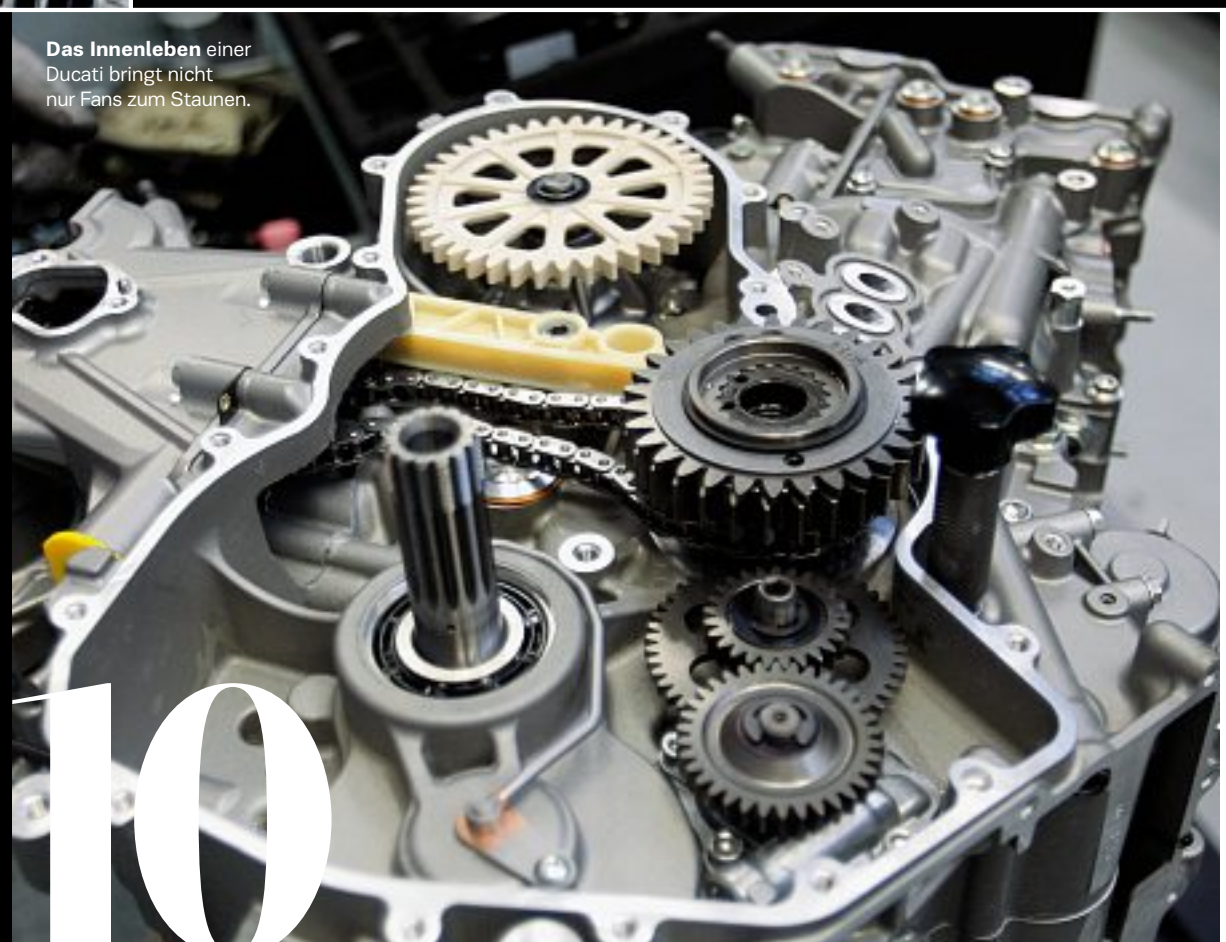
Besuch Täglich ausser am Wochenende.
Telefon +33 5 55 33 27 30, www.royal-limoges.fr

Italien, Bologna Motorräder von Ducati

Mythos Ducati hat für Motorräder denselben Stellenwert wie Ferrari für Autos. Die Farbe (Rot), das makellose italienische Design und die präzise Mechanik der für Motorräder dieser Grösse eher seltenen Zweizylindermotoren lassen die Maschinen perfekt auf der Strasse liegen. Siege wie 1972 beim legendären 200-Meilen-Rennen von Imola haben ebenfalls dazu beigetragen, die Marke als Königin der Strasse zu etablieren. Jeder, der ein Modell selbst schon einmal gefahren ist, wird sich noch lange an dieses Gefühl erinnern. Seit seiner Gründung 1926 hat Ducati seinen Fankreis stetig erweitert und für ihre treuesten Anhänger den Desmo Owners Club geschaffen.

Zu sehen Die Montage der Motorräder in den ursprünglichen Ateliers in Burgo Panigale vor den Toren von Bologna. Dort trifft man auf leidenschaftliche Anhänger der Marke, die ihr Leben dem Bau dieser Zweiräder widmen. Man kann auch einen Blick auf das Moto Lab werfen, dem interaktiven Labor der Ducati-Stiftung, das die Verbindung zwischen Theorie und Praxis im Motorradbau darstellt. Im Museum sind die schönsten Modelle ausgestellt.

Besuch Von Montag bis Freitag, Reservation nur im Internet.
www.ducati.com



Das **Innenleben** einer Ducati bringt nicht nur Fans zum Staunen.



Still sitzen ist für die quirlige Bobbi Brown keine einfache Sache.

Natürliche Perfektionistin

SICH SELBER SEIN, NUR HÜBSCHER: DIE ERFOLGREICHE BEAUTY-UNTERNEHMERIN BOBBI BROWN GILT ALS KÖNIGIN DES NUDE LOOK. SIE HAT IHRE GANZ EIGENE VISION DES UNSICHTBAREN MAKE-UPS

TEXT SILVIA AESCHBACH

LACHEN, KICHERN, GESCHNATTER: Die Stimmung im Hotelzimmer ist aufgeräumt. Bobbi Brown sitzt inmitten ihrer PR-Damen, die Beine im Schneidersitz verschränkt. Ihre schmale Gestalt versinkt beinahe in der Tiefe des Sessels. Wir sind in London, wo am Vorabend die Bafta Awards, die englischen Oscars, vergeben wurden. Jetzt dreht sich das Gespräch darum, wer von den Anwesenden im Hotel Bradley Cooper, Prinz William oder Brangelina gesichtet hat. Man könnte nicht meinen, dass hier die Herrin über ein Unternehmen sitzt, das bald eine Milliarde Dollar wert sein soll. Die Szenerie erinnert eher an einen Schulausflug. Doch der Schein trügt: Als das Interview beginnt, ist Brown hoch konzentriert. Die dunklen Haare hat die Beauty-Unternehmerin, die 1957 in einer jüdischen Familie in Chicago geboren wurde, und jetzt in New Jersey lebt, zurückgebunden. Die Augen hinter der schwarz umrandeten Brille, sind perfekt geschminkt. Doch auch hier trügt der Schein. «Ich hatte gerade mal drei Minuten Zeit, mich zurechtzumachen», sagt sie und weist

auf ein Sortiment von neuen Farben, die an diesem Vormittag präsentiert werden sollen: die Frühlings- und Sommerkollektion 2014. Die Frau, die heute in 57 Ländern weltweit jährlich 21 Millionen Produkte absetzt, hat ihren privaten Kosmetikbeutel vergessen und musste sich daher in Eile mit den Vorführprodukten schminken.

Vergleichen lohnt sich nicht

Bobbi Brown gilt als Königin des Nude Look. Nude, so erklärt sie, bedeute jedoch nicht, dass ein Gesicht nackt sein müsse. Ihr Motto, was Make-up betrifft, lautet: «Sich selber bleiben, nur hübscher». In ihren Kollektionen findet man keine schreienden Töne, sondern natürliche Farben. Für die nächste Saison sind das, neben den obligaten Nude- und Bronzetönen, Pfirsichfarben, «ein Look, der jeder Frau steht». Seit gut einem Jahr wirbt auch eine prominente Persönlichkeit für das Unternehmen: Kate Holmes. Doch können sich ihre Kundinnen mit einer Hollywood-Beauty identifizieren? «Sich schön zu fühlen, heisst nicht, dass du die schönste Frau der Welt bist. Es bedeutet, dass du dich wohl in

deiner Haut fühlst», erklärt Brown. «Und an manchen Tagen bedeutet es auch: «Schau nicht in den Spiegel, denn dir gefällt nicht, was du siehst!» Brown ist überzeugt: «Jede Frau will hübsch sein, aber viele setzen sich zu sehr unter Druck.» Es mache keinen Sinn, sich mit einer mageren Celebrity oder einem Model zu vergleichen. Während des Gesprächs ist die 1,52 Meter grosse Brünette ständig in Bewegung. Leidet sie an ADS, einem Aufmerksamkeitsdefizit, oder Hyperaktivität? Sie lacht: «Da bin ich mir nicht sicher. Fakt ist, ich habe unglaublich viele kreative Ideen auf einmal, aber ich schaffe es nicht, die Anleitung für eine Fernbedienung zu lesen. Aber dafür habe ich ja meinen Mann.» Steven Plofker ist Anwalt und ihr «grösstes Vorbild in geschäftlichen Belangen». Er hat sie nach London begleitet. «Mein Mann und ich sind ein gutes Team. Er sagt mir ständig: «Das kannst du nicht machen!» oder «Das ist keine gute Idee.» Und ich sage: «Aha» – und tue es trotzdem.» Das Paar hat sich vor 25 Jahren anlässlich eines Nachtessens bei Freunden kennen gelernt. Heute haben sie drei Söhne.

Ein Perpetuum mobile

Brown ist Mitte 50. Ist die Angst vor dem Alter für sie ein Thema? Sie verneint. «Statt dass ich versuche, mein Gesicht jünger zu machen, benutze ich mein Gehirn, diese Tatsache zu akzeptieren.» Schwierig für sie sei, sich damit abzufinden, dass sie länger brauche, um nach dem Sport zu regenerieren: «Mein Kopf denkt immer noch, er sei jung. Aber mein Körper ist es nicht mehr.» Trainieren sei das Wichtigste, was eine Frau für ihre Schönheit tun könne. Dies, eine gesunde Ernährung, viel Feuchtigkeit und das richtige Make-up würden beim Jungbleiben helfen. Und was macht ihrer Meinung nach alt? «Die falsche Foundation zu benützen.» Und wie steht sie zu Botox und anderen invasiven Behandlungen? «Botox ist ein individueller Entscheid.» Sie selbst sei ein Fan von Laserbehandlungen, ausserdem liebe sie regelmässige Massagen.

Brown hat sich schon früh in Make-up verliebt: «Ich habe zugehört, wie sich meine Mutter zurechtmachte, bevor sie mit meinem Vater ausging.» Als 18-Jährige liess sie sich zur Maskenbildnerin ausbilden und zog nach New York. In den 1980er-Jahren als Mode und Beauty ziemlich schrill waren, entschloss sie sich, einen natürlichen Lippenstift herstellen zu lassen. In der Folge lancierte sie 1991 eine Reihe von zehn Lippenstiften auf Braunbasis. Die erste Serie war innert einer Stunde ausverkauft. Vier Jahre später bot ihr der Kosmetikkonzern Estée Lauder an, ihr die Firma für eine geschätzte Summe von 45 Millionen Dollar abzukaufen. Sie sagte zu, unter der Prämisse, dass sie die kreative Kontrolle behalten dürfe. Heute soll die Marke knapp zehn Prozent des Gesamtumsatzes von Estée Lauder beisteuern. Doch Brown ruht sich nicht auf ihren Lorbeeren aus. Soeben hat sie eine Brillenkollektion entworfen, die in den USA auf den Markt kommt.

Ihr Arbeitspensum ist enorm, und es gibt keinen typischen Tag in ihrem Leben. Aber es gibt Konstanten. Nachdem sie ihre Hunde morgens um sechs geweckt hätten, trinke sie einen doppelten Espresso und lese während einer halben Stunde auf dem iPad. «Die einzige Freizeit, die ich habe.» Nach dem Duschen lässt sie sich von ihrem Chauffeur ins Büro fahren. Wenn sie nicht im Büro ist, ist sie auf Reisen. Allerdings hasse sie es zu fliegen. Als sie nach London kam, tobten schwere Stürme über der Insel. «Die Landung ist wie eine Geburt gewesen. Schrecklich!» Wenn sie abends nach der Arbeit nach Hause komme, koche und putze sie. Oder sie räume auf. Es mache sie verrückt, wenn die Dinge nicht so seien, wie sie es wolle. «Ich kann mich dann nicht stoppen, bis alles perfekt ist.» Aber natürlich stehe sie auf verlorenem Posten.

Bobbi Brown ist ein Perpetuum mobile, sie schöpft unablässig aus sich selber. Hat sie Angst vor der Stille? Sie verneint energisch. Sie meditiere regelmässig. «Doch ich liebe es, möglichst viele Leute um mich herum zu haben, meine Kinder meine Neffen, meine Austauschstudenten.» Austauschstudenten? In der Tat: Brown beherbergt in ihrem Heim regelmässig europäische Austauschstudenten. «Das ist eine gute Erfahrung für meine Kids. Aber auch für mich.» Jetzt fehlen nur noch die Grosskinder zu ihrem Glück. Und auch die werden in Browns voll gepacktem Leben einen Platz finden. ©



Schön aussehen dank natürlichem Make-up.

Nude muss nicht langweilig sein

Nude bezeichnet ein Make-up, das wie ungeschminkt aussieht, aber durchaus Farben braucht, die allerdings sehr natürlich sind. Das Gesicht wird monochrom, ohne grosse Akzente geschminkt.

Schritt für Schritt

- 1. Concealer** nur punktuell auftragen, zum Beispiel bei Augenschattungen oder kleinen Rötungen.
- 2. Für eine ebenmässige Haut** ein leichtes, flüssiges Make-up verwenden oder eine BB-Creme. Farbton und Textur müssen perfekt auf die Haut abgestimmt sein.
- 3. Frische für die Wangen:** Das Rouge sollte man höchstens ahnen, also zurückhaltend auftragen. Eine Creme-Rouge in Pfirsich harmoniert mit jedem Hautton.
- 4. Losen Puder** nur punktuell auftragen. Zu viel davon betont Fältchen.
- 5. Schimmer für Brauenhärchen.** Ein goldirisierendes Brauengel tönt ganz leicht, gibt Glanz und hält die Brauen in Form.
- 6. Wimpernzange benützen,** Wimpern nur zart tuschen.
- 7. Ein Gloss** in zartem Rosenholztönen auf den Lippen sieht natürlich aus und verleiht dem Gesicht Frische.



1. Puder «Les Beiges Healthy glow Multi-Colour», **Chanel**, ca. 75 Fr. **2.** Lip Pencil «Biscayne Park», **Nars**, 45 Fr. **3.** Lippenstift «Lip Color Shine In the Buff», **Tom Ford**, ca. 62 Fr. **4.** Make-up «Opalescence: Fond de teint Eclat Minute Base Illuminatrice de teint, Champagne», **Clarins**, 44 Fr. **5.** Nagellack «Faux-semblant», **Serge Lutens**, ca. 50 Fr. **6.** Lidschattenpalette «Nectar & Nude», **Bobby Brown**, 88 Fr.

ANZEIGE

TEAM 7

Gewinnen Sie einen Pfister Einkaufsgutschein im Wert von 2000.-

Team7 Sonderausstellung 10.4.–9.6.2014

Magnum Ausziehtisch Nussbaum, Massivholz (Europa/Nordamerika), 100 x 200 cm, 2 Einlegeplatten à 50 cm, mit patentierter Ausschwenktechnik «2soft» 4990.- statt 6316.-

Magnum Freischwinger Stahl/Stricktex schwarz 575.- statt 797.-

pfister.ch/team7

Pfister



Die MV Agusta Brutale 800 Dragster hat einen 798-Kubikzentimeter-Dreizylindermotor mit 125 PS und beschleunigt in rund 3,5 Sekunden von 0 auf 100 km/h.

Der nackte Fahrspass

NAKED BIKES BIETEN PURES, UNVERKLEIDETES FAHRVERGNÜGEN. EIN ÜBERBLICK ÜBER DIE SCHÄRFSTEN NEUEN MODELLE FÜR DIESEN FRÜHLING

TEXT HANSPETER EGGENBERGER

DIE FRONT LIEGT tief, das Heck geht steil in die Höhe: «Offensive Dynamik» will BMW mit dem Design des neuen Superbikes S 1000 R signalisieren. Dieses auf das Wesentliche reduzierte Modell ist die wichtigste 2014er Zweiradneuheit des bayerischen Herstellers. Der Reihenvierzylindermotor mit 999 Kubikzentimeter Hubraum treibt die 207 Kilogramm schwere Maschine mit 160 PS ganz schön zülig an. Gerade auf kurvenreichen Landstrassen sorgt er so für einen druckvollen Antritt auch schon bei niedrigen Drehzahlen. Viel Hightech, darun-

ter eine automatische Stabilitätskontrolle und Bremsen mit Race-ABS, sorgt für Sicherheit – der Töff beschleunigt immerhin in nur gerade 3,2 Sekunden von 0 auf 100 km/h; die Höchstgeschwindigkeit wird offiziell mit «mehr als 200 km/h» angegeben, ein Schweizer Händler spricht von 258 km/h.

Ohne Verkleidung cruisen

Die Landstrassen sind das ideale Revier für Naked Bikes. Sie sind handlich und lassen sich entspannt fahren, auch auf den wunderschönen Alpenpassrouten in der Schweiz. Wie die Gattungsbezeichnung andeutet, lassen diese Motorräder ganz schön heraushängen, was sie haben: Sozusagen nackt zeigen sie die Technik, keine Verkleidungen oder

Windschutzverschalungen verdecken den Motor und die Antriebs Elemente. Das macht diese Töffs nicht nur leichter, sondern gibt ihnen auch eine ganz besondere Ästhetik. Sie sind so aber auch eher Freizeitgeräte und weniger geeignet bei unschönem Wetter.

Die schärfsten Naked Bikes kommen aus Italien. Vor allem von Ducati aus Bologna. Seit gut 20 Jahren gibt es die Monster, doch mit den früheren Modellen hat die neue Monster 1200 S nicht mehr viel gemein. Die komplett neu entwickelte Maschine ist stärker, komfortabler und schöner geworden. Sie hat ein Sportfahrwerk und Sportbremsen mit ABS erhalten. Die kann sie brauchen, denn der V2-Motor mit 1198 Kubikzentimeter Hubraum leistet mit 145 PS zwar etwas weniger als die neue Konkurrenz von BMW, das Motorrad wiegt aber nur 182 Kilogramm und beschleunigt in 3,5 Sekunden von 0 auf 100 km/h; die Spitzengeschwindigkeit liegt jenseits der 200-km/h-Marke.

Das perfekte Zweirad

Auch MV Agusta aus dem norditalienischen Varese gibt diesen Frühling mit einer Weiterentwicklung des Modells Brutale 800 Vollgas: Die Brutale 800 Dragster ist laut Firmenchef Giovanni Castiglioni «ein typisches Zweitmotorrad für Leute, die alle wichtigen Transportaufgaben gelöst haben und ein reines Spassfahrzeug haben wollen». Es ist ein Töff für Leute, die es nicht stört, wenn sie auffallen: Das gedrungene Kraftpaket ist ein wahrer Hingucker. Mit 167 Kilogramm Leergewicht ist die MV Agusta Brutale 800 Dragster leichter als die meisten Konkurrenten, und obwohl der typische hauseigene 798-Kubikzentimeter-Dreizylindermotor «nur» 125 PS leistet, beschleunigt er das Gerät in rund 3,5 Sekunden von 0 auf 100 km/h; die Höchstgeschwin-

Naked Bikes lassen ganz schön heraushängen, was sie haben

digkeit liegt auch bei diesem Geschoss bei über 200 km/h.

Da will sich Aprilia aus der Provinz Venedig natürlich nicht abhängen lassen. Die neue Tuono V4 R APRC ABS sei «endgültig strassentauglich geworden und ab sofort nicht mehr nur ein Spielzeug für eingefleischte Rennfahrer», verkündete der Schweizer Importeur der Marke bei der Lancierung, die schon letztes Jahr erfolgte. Das deutsche Fachblatt «Motorrad» hält die Maschine dennoch immer noch für «waffenscheinpflichtig» und warnt: «Sie haben Kinder, Frau, Freunde? Sie sind kerngesund und lebensbejahend? Dann legen Sie sich nicht mit diesem Monster an. Gehen Sie angeln, Drachen steigen lassen oder Motorrad fahren – aber nicht mit dieser Aprilia.» Der Vierzylinder-Viertakter mit 999 Kubikzentimeter Hubraum leistet 167 PS und beschleunigt die 193 Kilogramm schwere Maschine in 3,2 Sekunden von 0 auf 100 km/h – und weiter bis auf rund 270 km/h.

Da legt die österreichische Marke KTM gleich noch ein Schippe drauf: Die neue 1290 Super Duke R soll mit ihren 180 PS das leistungsstärkste Naked Bike weltweit sein. Der grosse Zweizylindermotor mit 1301 Kubikzentimeter Hubraum jagt die leer weniger als 200 Kilogramm schwere Maschine in 7,2 Sekunden von 0 auf 200 km/h. Der homologierte Topspeed liegt bei sagenhaften 290 km/h. Auch optisch fällt die KTM 1290 Super Duke R ins Auge: Sie ist durch den vom österreichischen Designer Gerald Kiska entwickelten orangefarbenen Gitterrohrrahmen geprägt, der neben den allgemein kantigen Formen zum Erkennungszeichen der Marke geworden ist.

Neben solchen brachialen Kanonen wirken die neuen Modelle aus Japan fast schon brav. Vor allem die neue Honda CB650F. Ihr 649-Kubikzentimeter-Vierzylindermotor leistet gerade mal 87 PS, beschleunigt aber dennoch kraftvoll; die Höchstgeschwindigkeit liegt bei 195 km/h. Die handliche, modern gestylte Maschine wurde von Ingenieuren – alle unter 30 Jahren – entwickelt und soll vor allem junge Fahrer ansprechen.

Einen neuen Motor hat Yamaha für das sportliche Modell MT-09 entwickelt. Der Dreizylinder mit 847 Kubikzentimeter Hubraum leistet 115 PS und ermöglicht ein Tempo bis 225 km/h. Das kleinere Modell MT-07 verfügt über einen 689-Kubikzentimeter-Zweizylinder-Reihenmotor, der 75 PS leistet, und ist damit ideal für Einsteiger.

Mehr Gas gibt Kawasaki aus Japan, deren 2014er Version des Naked Bike Z1000 von Fans bereits als «die schärfste Z aller Zeiten» bejubelt wird. Bei der neuen Z1000 wird auf moderne Fahrhilfen wie wählbare Programme und Traktionskontrolle verzichtet, weil dies laut Projektleiter Yoichi Utsumi den Charakter dieses Töffs verwässern würden. Der Vierzylindermotor mit 1043 Kubikzentimeter Hubraum liefert 142 PS; die Top-Geschwindigkeit liegt bei 245 km/h.

Die Kawasaki Z1000 ist ein typischer Vertreter der neuen Generation der Naked Bikes. Als sich die Bezeichnung Mitte der 1990er-Jahre in der Schweiz durchsetzte, wurden vor allem Motorräder mit klassischem Aussehen so bezeichnet. Bis weit in die 1980er-Jahre war ein solcher Look noch üblich, erst dann wurde angefangen, Serienmotorräder mit windschlüpfrigen Verkleidungen auszustatten, wie man sie bis dahin vor allem von den Renngeräten kannte. Die Geschichte der Naked Bikes begann als Retrotrend. Inzwischen gibt es aber längst auch sehr modern gestaltete nackte Motorräder. ☉



DUCATI

Die **Ducati Monster 1200 S** mit 145 PS hat einen V2-Motor mit 1198 Kubikzentimeter Hubraum und beschleunigt in 3,5 Sekunden von 0 auf 100 km/h.



BMW

Die **BMW S 1000 R** hat einen Reihenvierzylindermotor mit 999 Kubikzentimeter Hubraum und 160 PS. Sie beschleunigt in nur gerade 3,2 Sekunden von 0 auf 100 km/h.



KTM

Die **KTM Super Duke 1290 R** soll mit ihren 180 PS das leistungsstärkste Naked Bike weltweit sein. Sie hat einen Zweizylindermotor mit 1301 Kubikzentimeter Hubraum und beschleunigt in 7,2 Sekunden von 0 auf 200 km/h.

ANZEIGE

www.citroen.ch
CITROËN empfiehlt TOTAL

LUXUS, DESIGN UND KREATIVITÄT



CITROËN DS3 *Faubourg Addict*

ÉDITION LIMITÉE

- 17" Felgen diamantgeschliffen
- Zweifarbiges Dach im DS-Design
- LED-Rückleuchten mit 3D-Effekt
- Navigationssystem
- Einparkhilfe hinten

Premium Leasing mit **5 Jahren** Garantie

Fr. **189.- / Monat**

Citroën DS3 ab Fr. **13'990.-**

CRÉATIVE TECHNOLOGIE



Die Angebote gelten für alle zwischen dem 1. März und dem 30. April 2014 verkauften Fahrzeuge. Angebote gültig für Privatkunden; nur bei den an der Aktion beteiligten Händlern. Empfohlene Verkaufspreise. Citroën DS3 1.6 VTI 120 Manuell Faubourg Addict. Verkaufspreis Fr. 28'000.-, Cash-Prämie Fr. 4'200.-, Fr. 23'800.-, Verbrauch gesamt 5,7 l/100 km; CO₂-Emission 132 g/km; Treibstoffverbrauchskategorie D. Premium Leasing 2,9 %, 60 Monatsraten zu Fr. 189.-, 10'000 km/Jahr, Restwert Fr. 7'842,30, erste Rate um 30 % erhöht. Effektiver Jahreszins 2,99 %. Angebot nur in Verbindung mit dem Abschluss des Garantieverlängerungsvertrags EssentialDrive (2 Jahre Werksgarantie, 3 Jahre EssentialDrive-Garantie). Unter Vorbehalt der Genehmigung durch Citroën Finance, Division der PSA Finance Suisse SA, Schlieren. Eine Kreditvergabe ist verboten, falls sie zur Überschuldung des Konsumenten führt. Vollkaskoversicherung obligatorisch. DS3 1.2 VTI 82 Manuell Chic, Verkaufspreis Fr. 18'190.-, Cash-Prämie Fr. 4'200.-, Fr. 13'990.-, gesamt 4,5 l/100 km; CO₂ 104 g/km; Kategorie B. CO₂-Durchschnitt aller angebotenen Fahrzeugmodelle 148 g/km.



In den Weinbergen der thailändischen Gegend von Hua Hin Hills hat man Trauben ausgewählt, die den **tropischen Bedingungen** standhalten können.

Weine aus Fernost

VON THAILAND BIS JAPAN WERDEN WEINBERGE AN IMMER EXTREMEREN LAGEN ANGELEGT. SÜDLICH DER WÜSTE GOBI ENTSTEHT EIN ELDORADO FÜR CHINESISCHE WEINE

TEXT PIERRE THOMAS

ANKUNFT IM Weingut Monsoon Valley, rund 200 Kilometer südlich von Bangkok. Zwischen zwei tropischen Wolkenbrüchen fällt dem Besucher als Erstes die reiche Palette von Grüntönen in der Landschaft auf. Im Juni leuchten die Weinblätter phosphoreszierend grün. Die Rebstöcke treiben hier oft zweimal aus, dank der tropischen Vegetation. Die Sonne scheint zwölf Stunden am Tag, und das rund ums Jahr, «nicht 16 Stunden wie im Sommer und Herbst in Europa, wenn die Trauben reif werden», sagt die Önologin Kathrin Puff. Diese exotischen Bedingungen locken Winzer aus aller Welt, ihre Erfahrung im Weinbau einmal unter ganz neuen Voraussetzungen zu erproben. Die Deutsche Kathrin Puff wurde in ihrer Heimat ausgebildet und sammelte Erfahrungen in der Toskana und Neuseeland, bevor sie nach Monsoon Valley kam, dem grössten Weingut Thailands. Die 250 Hektaren liegen im hügeligen Hinterland des königlichen Badeortes Huan Hin. Entscheidend ist die Wahl der Rebsorte, denn sie muss das tropische Klima ertragen. Am besten eignen sich die Sorten Colombard, eine weisse Züchtung aus Südafrika, und roter Syrah aus der Rhonegegend oder aus Australien. Sie ergeben leichte, fruchtige Weine mit wenig Struktur. Andere Sorten wie Muscat und Chenin werden auf Spalier (wie im Burgund) oder auf Pergola (wie in Italien) gezogen. Gelesen wird während der Trockenzeit, zwischen Mitte Februar und Ende März.

Am Rand der Wüste Gobi

Nicht nur Thailand versucht sich trotz extremer klimatischer Bedingungen im Anbau und der Herstellung von Wein. Auch Indien, Burma und China gehören dazu. Mit relativ hoch gelegenen Anbaugebieten und önologischer Technologie trotzen sie der Hitze und hohen Luftfeuchtigkeit. Vor allem China profiliert sich entschlossen als Weindestination und ist weltweit zum grössten Verbraucher von Rotwein geworden.

Bis vor kurzem lagen die wichtigsten chinesischen Weinbaugebiete auf der Halbinsel Shandong und in Yunan, beides sehr feuchte Gebiete, obwohl die Weinrebe bei zu hoher Luftfeuchtigkeit krankheitsanfällig wird. Ein trockenes Klima ist dagegen bei guter Bewässerung leicht zu kompensieren. Den Beweis liefern die israelischen Weinkulturen in der Negev-Wüste. Die Chinesen legen nun ihre Weingüter weiter nördlich an, in einem wüstenähnlichen Gebiet am südlichen Rand der Wüste Gobi. Auf der Weltkarte ist der Hexi-Korridor auf dem 45. Breitengrad eingetragen, auf dem auch das kalifornische Napa Valley und Bordeaux liegen. Diese Lage ist übrigens ein Hauptargument der Weinunternehmen, die sich seit rund zwei Jahrzehnten auf dieser Seidenstrasse des Rebensaftes zwischen Turpan und Yinchuan entwickeln.

Im Sommer steigt die Hitze hier auf über 40 Grad, die übrige Zeit des Jahres ist das Klima rau. Kaum sind im Oktober die Trauben gelesen, müssen die Reben gehäufelt werden: Die Sandschicht schützt die Pflanzen vor der eisigen Winterkälte. Nach den Frühjahrsfrösten werden die Reben mit dem Pflug von der Sanddecke befreit. Der französische Önologe Gérard Collin, der seit 15 Jahren in China lebt, stellt fest, dass trotz der kurzen verbleibenden Wachstumsphase Trauben mit reifen Tanninen und hohem Zucker-

gehalt geerntet werden, und zwar ohne jede chemische Behandlung. Dies dank der Abwesenheit von Rebkrankheiten, mit viel Sonnenschein und genau dosierter Bewässerung. So werden ohne grosse Zusatzanstrengung Bioweine gekeltert.

Jetzt kommt die Amur-Rebe

Die Gewächse halten sich im traditionellen Rahmen. Chinesen bevorzugen Rotwein, der als gesundheitsfördernd gilt. Cabernet Sauvignon ist der Favorit. Collin allerdings baut in der Umgebung der Stadt Turpan die georgischen Sorten Saperawi und Rkaziteli an sowie Bei Chun, eine lokale Hybridzüchtung. In Wuwei findet jährlich eine Weinmesse statt, vergleichbar der Vinea im Wallis. Dort wird mittlerweile auf Biowein gesetzt. Ein chinesischer Weinforscher hat das Potenzial einer gegenüber dem Klima noch widerstandsfähigeren Rebsorte entdeckt: Es handelt sich um die *Vitis amurensis* (Amur-Rebe), die einst am Fluss Amur entdeckt und in den 1930er-Jahren von den Japanern in der Mandschurei im Nordosten Chinas kultiviert wurde.

So wird dank dem steigenden Weinkonsum in China der langen Geschichte des Weins ein neues Kapitel angefügt. Es könnte globale Bedeutung erlangen, wenn die Klimaerwärmung auch den traditionellen Weingebieten klimatische Extreme beschert. ☉

Drei in der Schweiz erhältliche asiatische Weine



Shiraz 2011, Monsoon Valley

Ein thailändischer Wein, in den Tropen angebaut, mit Noten von Leder und Tabak, mittlere Struktur. Eher eine Kuriosität als ein Grandcru. Ca. 30 Franken. www.stutzer.ch



Gold Diamond 2009, Icewine

Der Süsswein enthält Vidaltrauben, denen auch die kanadischen Eisweine ihr Renommé verdanken. Ein teurer Technowein von Cangyu, einer der grössten Weinfirmen weltweit. 37,5 cl für 29.90 Franken. www.globus.ch



Cabernet Blend 2011

Assemblage aus Cabernet Sauvignon und Cabernet Franc, aus zwei verschiedenen Umgebungen, Yantai und Ningxia. Ein etwas leichter Rotwein als der Cabernet d'Est, der vom gleichen Riesenhersteller Changyu stammt. 15 Franken. www.thewinecompany.ch

KOSTPROBE

Der Keller des Weinguts Monsoon Valley kann nicht besichtigt werden. Auf der Domaine, in den Hügeln hinter Huan Hin, kann der Wein in einem Shop und Restaurant gekostet werden. Bisher von den Touristen vor Ort nicht beachtet, wird der thailändische Wein ins Ausland exportiert, auch in die Schweiz.

Nadine Strittmatter
Topmodel



Meine Welt.
Meine Karte.



Auch als Visa
Karte erhältlich.

Der Spezialist für Kredit- und Prepaidkarten. comercard.ch

comercard
you first

La vie en rose

DER GANZKÖRPER-LOOK IN ROSÉTÖNEN SORGT FÜR EINEN SINNLICHEN AUFTRITT

AUSWAHL ISABELLE STÜSSI



SANFT & SEXY

- 1. Kleid, **Chloé**, ca. 1120 Fr.
- 2. Armband aus der Kollektion Sumptuos, **Calvin Klein**, 170 Fr.
- 3. Pendelleuchte «Eikon Bubble», **Schneid**, ca. 130 Fr.
- 4. Sonnenbrille «The Diva Rosa», **Viu**, 175 Fr.
- 5. Clutch, **Gianni Chiarini**, 180 Fr.
- 6. Sandalen, **Max Mara**, ca. 630 Fr.
- 7. Parfüm «GLAM Jasmine», **Michael Kors**, 50 ml/70 Fr.



EINE NEUE VISION VON SCHÖNHEIT FÜR IHRE LIPPEN

NEU

L'EXTRAORDINAIRE

BY COLOR RICHE



**FARBINTENSIVER ALS LIPPENSTIFT,
GLÄNZENDER ALS GLOSS,
GESCHMEIDIGER ALS LIP-BALM**

WERTVOLLE MIKRO-ÖLE,
VERSCHMOLZEN MIT INTENSIVEN FARBPIGMENTEN,
FÜR EBENMÄSSIGEN SPIEGELGLANZ AUF DEN LIPPEN

Weil Sie es sich wert sind.

L'ORÉAL

PARIS

Rosa für starke Kerle

MODERNE DANDYS MISCHEN FEINE PASTELLTÖNE FÜR EIN PRÄGNANTES OUTFIT

AUSWAHL ISABELLE STÜSSI



FRISCH & APART

- 1. Blazer, **Waren Parker**, 299 Fr.
- 2. Lederarmband, **Balenciaga**, ca. 165 Fr.
- 3. Shampoo «Koreander/Pfeffer», **Lilla Bruket**, 33 Fr.
- 4. Chinos, **Tommy Hilfiger**, 159 Fr.
- 5. T-Shirt, **MSGM Milano**, 109 Fr.
- 6. Tote «Burt», **Steve Mono**, ca. 450 Fr.
- 7. Brogue «Derby», **Navyboot**, 299 Fr.

INTEREST RATES SET TO SOAR



GRAY & FARRAR

THE ULTIMATE MATCHMAKING SERVICE

Global Headquarters: 53 Davies Street ▪ Mayfair ▪ London ▪ W1K 5JH ▪ +44 (0)20 7290 9585
EUROPE ▪ ASIA ▪ NORTH AMERICA ▪ SOUTH AMERICA ▪ AUSTRALIA ▪ AFRICA

www.grayandfarrar.com



Wolfgang Joop

DER BERÜHMTE MODEMACHER IST EIN TAUSENDSASSA. ER MACHT MODE. ENTWIRFT ACCESSOIRES, ZEICHNET ILLUSTRATIONEN UND SCHREIBT BÜCHER

TEXT EVA-MARIA SCHLEIFFENBAUM

DER DEUTSCHE Modedesigner Wolfgang Joop ist seit über 30 Jahren international erfolgreich. Sein Unternehmen Joop! verließ er 2001 und entwirft nun Haute Couture für sein Label Wunderkind. Daneben hat der 69-Jährige Bücher herausgebracht, schreibt für Zeitungen und arbeitet an mehreren Projekten gleichzeitig. Zurzeit ist er Jurymitglied bei der aktuellen deutschen Castingshow «Germanys next Topmodel».

Warum tragen Sie auch drinnen eine Sonnenbrille?

Die letzte Zeit war etwas anstrengend. *Er zieht sie ab und lächelt.* Sie ist meist etwas schmutzig. Ich mag dieses klassische Design von **Ray-Ban (1)**.

Woher stammt Ihre silberne Halskette?

Von der Wiener Silber Manufactur. Wir haben zusammen Tafelschmuck aus Pilzen lanciert, «**Magic Mushrooms**» (2). Ich sammelte früher Pilze und bin fasziniert

von diesen geheimnisvollen Lebewesen. Die Halluzinogenen probiere ich aber nicht, weil ich Angst vor einem endlosen Trip habe.

Apropos Wien: Wo wohnen Sie, wenn Sie hier sind?

Ich logiere immer im **Hotel Sacher (3)**. Es ist ein traumhafter Ort, an dem ich mich sehr wohl fühle.

Welches Buch lesen Sie gerade?

«**Imperium**» (4) von meinem Lieblingschriftsteller Christian Kracht.

Ihr Kleiderstil?

Vintagestücke wie meine Fliegerjacke vom Label **Schott NYC (5)**. Die habe ich für 30 Dollar in Miami gekauft. Das ist schon eine Weile her. Und das bedeutet Nachhaltigkeit: behalten! Als Kind trug ich mit Stolz Hosen und Jacken meines Grossvaters.

Sie sammeln Kunst – Ihr Lieblingswerk?

Das Gemälde des deutschen Malers Johann Christian Seipel aus dem 19. Jahrhundert.

Nach der Auktion erfuhr ich, dass ich die Designer Ralph Lauren und Valentino ausgestochen hatte. Das Bild hängt über meinem **Art-déco-Bett (6)** von Jacques-Émile Ruhlmann.

Und was liegt daneben?

Ein Stapel Papier und schwarze Buntstifte von **Faber-Castell (7)**. Damit ich jederzeit meine Einfälle skizzieren kann.

Was essen Sie zum Frühstück?

Fast nur Früchte und dazu **Kartottensaft (8)**. Dafür esse ich später viel, um 16 Uhr gerne Kuchen mit Sahne. Und Fleisch esse ich kaum noch, weil ich dann das Gefühl habe, dass ich Angst und Leid der Tiere mitesse.

Auf welches Gadget können Sie nicht verzichten?

Ich mache wenig virtuell, ich skype nicht. Aber ohne mein iPhone bin ich aufgeschmissen. Mein Handy ist zugleich mein Liebes- und Hassobjekt. ☹

Frankenstein in der Küche

FANCY FOOD



VON **HANSPETER EGGENBERGER**

Man nehme ein Teil aus dieser Welt und kombiniere es mit einem aus einer ganz anderen: So entwickeln amerikanische Food-Designer – es widerstrebt mir, sie Köche zu nennen – «neue» Gerichte oder Produkte. Der Cronut, eine Kreuzung aus Croissant und Donut, hat schon letztes Jahr den Siegeszug bis in die hiesigen Supermärkte angetreten. «Hybrid Food», wie die Mutanten auf dem Teller genannt werden, ist momentan vor allem in New York der grosse Hype. Etwa der «Ramen Burger», für den die Leute auf dem Delikatessenmarkt Smorgasburg in Brooklyn Schlange stehen: Bei dieser japanisch-amerikanischen Mélange steckt ein Hamburger statt in einem Brötchen zwischen japanischen Ramennudeln, die zu einem festen Sockel und Deckel gebacken sind.

Es kann durchaus sein, dass das sogar schmeckt. Doch irgendwie erinnert es mich an Frankenstein, der sich aus verschiedenen Einzelteilen ein perfektes Wesen zusammenbauen wollte – doch ein Monster schuf. Denn im Gegensatz zu



Croissant oder Donut? **Der Cronut** ist beides und gehört zur Gattung des «Hybrid Food».

den grossen Kochkünstlern, die uns durch ungewohnte Kombinationen spannende neue Geschmackserlebnisse beschern, geht es den Designern des neuen «Hybrid Food» vor allem um den Gag. Auf Teufel komm raus basteln sie neue Zwitter, die sie dem nach immer Ausgefallenerem gierenden Publikum zum Frass vorwerfen. Etwa rohen Fisch in Tortillas gewickelt als «Sushi Tacos». Oder Brioche mit einem Muffin zum «Bruffin» gekreuzt, mit Salami, Parmesan und Pesto gefüllt. Über Facebook, Twitter und andere Social-Media-Kanäle werden die neuen Bastarde

rasch bekannt – je schräger, desto schneller. Typisch amerikanisch, könnte man sagen. Aber im Prinzip funktioniert das Modell überall. Was könnte die Schweiz zu diesem Trend beitragen? Vielleicht «Faladue»: Statt Brotstücke tunken wir Falafel ins Fondue. Oder «Röghetti»: Spaghetti gebacken wie eine Rösti. Da fällt mir ein, dass ich schon in meiner Jugend auf so etwas wie «Hybrid Food» stand, obwohl es den Begriff noch nicht gab: Aufs Butterbrot mit Himbeerkonfitüre packte ich jeweils eine Scheibe Emmentaler. Und ich gebe es zu: Ich mag das immer noch. ☺

ADRESSEN

14 ORAITALIANA

www.14oraitaliana.com

& TRADITION COPENHAGEN

www.andtradition.com

ALESSIO SARRI CERAMICHE

www.sarriceramiche.com

ANTONIUOLUPI

www.antoniolupi.it

ANTRAX

www.antrax.it

ARFLEX

www.arflex.it

ARKETIPO

www.arketipo.com

ARTECNICA

www.artecnicanic.com

www.kizuku.ch

B&B Italia

www.bebitalia.com

BALENCIAGA

www.mrporter.com
www.balenciaga.com

BAXTER

www.baxter.it

BONALDO

www.bonaldo.it

CALVIN KLEIN (Schmuck)

www.calvinklein.com

CAPPELLINI

www.cappellini.it

CASSINA

www.cassina.com

CERAMICE BARDELLI

www.bardelli.it

CHLOE

www.net-à-poret.com
www.chloe.com

DANTE GOOD AND BADS

www.dante.lu

DOMESTIC

www.domestic.it

FERM LIVING

www.fermliving.com

FLOS

www.flos.com

FLEXFORM

www.flexform.it

FOSCARINI

www.foscarini.com

FRAG

www.frag.it

GABEL

www.gabel.it

GIANNI CHIARINI

bei Bon Génie,
www.giannichiarini.it

GOLRAN

www.golran.com

GLAS ITALIA

www.glasitalia.com

GLOBUS ESSENTIALS

www.globus.ch

GRANITI FIANDRE

www.granitifiandre.biz

IBRIDE

www.ibride.fr

IKEA

www.ikea.com

INTERIO

www.interio.ch

L:A BRUKET

www.soeder.ch
www.lillabruket.se

LAGO

www.lago.it

LA RINASCENTE

www.rinascente.it

LIVING DIVANI

www.livingdivani.it

MAGIS

www.magisdesign.com

MARRAZZI

www.marrazzi.it

MARTINELLI LUCE

www.martinelliluce.it

MAX MARA

www.maxmara.com

MICHAEL KORS

www.michaelkors.com

MINIFORMS

www.miniforms.eu

MINOO

www.minoodesign.tumblr.com

MINOTTI

www.minotti.com

MOLTENI & C

www.molteni.it

MONKEYBIZ

www.monkeybiz.co.za

MONOQI

www.monoqi.com

MORELATO

www.morelato.it

MSGM

bei Fidelio 2, Nüscherstrasse 30,
ZÜRICH,
www.msgm.it

MUTINA CERAMICHE

www.mutina.it

NAVYBOOT

www.navyboot.ch

OYYO

www.ooyo.fr

PETITE FRITURE

www.petitefriture.com

POLIFORM

www.poliform.it

PORRO

www.porro.com

REICHENBACH

www.porzellanmanufaktur.net

RIMADESIO

www.rimadesio.it

SAPORE DEI MOBILI

www.saporedeimobili.com

SCHNEID

www.schneid.org

SECONDDOME

www.larcobaleno.com

SNOWPUPPE

www.studiossnowpuppe.nl

SOCIETY LIMONTA

www.societylimonta.com

STEVE MONO

www.stevemono.com

TOD SNYDER

www.todsnyder.com

TOMMY HILFIGER

bei Globus, Schweizergasse
11, ZÜRICH,
www.tommy.com

VALSECCHI 1918

www.valsecchi1918.it

VILLEROY & BOCH

www.villeroy-boch.ch

VIU

www.shopviu.com

WARREN & PARKER

www.globus.ch

ZILIO A & C

www.zilioaldo.it

PRÄZISIERUNG



In unserem Artikel «10 Herrenanzüge» vom Sonntag, 16. März 2013 hat sich eine Ungenauigkeit eingeschlichen. Der Designer der deutschen Marke Windsor ist seit Januar 2012 Tobias Harprecht. Die Marke gehört zur gleichen Gruppe wie die Labels Joop! und Strellson.

Cartier



AMULETTE DE CARTIER
Unlock your wish

