

# encore!

STIL UND MEHR | DEZEMBER 2014

KIRCHEN  
Spiritualität trifft  
auf moderne  
Architektur

INTERVIEW  
DESIGNERIN  
PALOMA  
PICASSO

GESCHENKE  
Ideen für die  
Bescherung

**Feiern**  
Luxuriöser Schmuck  
und exklusive Mode  
für ein schönes Fest

SonntagsZeitung

# CHANEL



#THEONETHATIWANT







IMPERIALE

*Chopard*



Lauriane Gilliéron, Miss Schweiz 2005.  
Nespresso Mitglied mit ihrer Familie  
seit 1991.

*“Meine Maschine ist in Reparatur, doch ich genieße  
weiterhin meine bevorzugten Grands Crus.”*

---

### **MASCHINEN-SERVICE**

ÜBERLASSEN SIE UNS IHRE MASCHINE UND SIE  
ERHALTEN VON UNS WÄHREND DER REPARATURZEIT  
KOSTENLOS\* EINE ERSATZMASCHINE.

---

\*Für Maschinen unter Garantie.

Werden Sie das Gesicht unserer nächsten Kampagne  
unter [www.nespresso.com/betheface](http://www.nespresso.com/betheface)

**NESPRESSO**<sup>®</sup>  
*What else?*



Im Gespräch mit **Paloma Picasso**, S. 24.



Zehn spektakuläre Kirchen, S. 40.



Die neuen **Muscle Cars**, S. 38.

# Festtage | Dezember 2014

THEMEN

## 20 Stil: Die Fliege

Wieso das Accessoire wieder beliebt ist und wann es getragen wird

## 22 Uhren aus Perlmutter

Zeitmesser, die nicht nur mit ihrem Aussehen glänzen

## 28 Festliche Mode

Exklusive Stücke für ein modisches Fest

## 48 Grosse Weinflaschen

Das Magnum-Format ist nicht nur bei Experten beliebt

## 52 Wie ein Falter

Zart und schimmernd: Make-up für das Fest

RUBRIKEN

**08 Favoriten** **12 Trend: Luxuriöses Lächeln**  
**14 Swiss Made: Die Trauffer-Kuh** **16 Shopping: Clutches**  
**18 Saga: Brogues** **44 Muranoglas**  
**46 Peggy Porschen: Die Tortenqueen** **50 Beauty: Luxusöle**  
**54 Für Sie, Für Ihn: Die Farbe Petrol**



Christbaumkugeln: **Meisenthal**, **Pfister**, **Globus**, **Manor**. Geschenkideen: Pumps, **Alexander Wang**. Kopfhörer, «BeoPlay H6», **Bang & Olufsen**.



COVER

Er: Hemd, **Drykorn**. Jackett, **Salvatore Ferragamo**. Fliege, **Yves**.  
 Sie: Kleid, **Zuhair Murad**.  
 Ihre rechte Hand: Ring, Weissgold, Aquamarin, Diamanten, **Vieri**. Ring, Weissgold, Brillanten, **Bucherer**. Armreif, Weissgold, Brillanten, **Kurz**. Nagellack «Christmas Gone Plaid», **Opi**.  
 Linke Hand: Ringe, Weissgold, Brillanten, Granat oder Peridot, **Pomellato**.

Fotos: Yves Bachmann. Styling: Yvonne Wigger

## Weihnachten light

**D**IE TAGE SOLLEN FREUDE SCHENKEN, aufregend sein und gleichzeitig entspannen. Sie sollen sentimental, fröhlich und ausgelassen sein. Die Weihnachtsgans knusprig, die Herzen weich und die Geschenke schillernd. Wenn dann noch Schneeflocken fallen, die Mutter unter dem Weihnachtsbaum ein Tränchen verdrückt und die Augen der Kinder strahlen, ist das Fest gelungen. Soweit die Vorstellung. Die Realität sieht oft anders aus: Die Mutter ist überbelastet und am Rande des Nervenzusammenbruchs. Der Vater schaut zu tief ins Glas, die Kinder sind ob der Geschenkefülle überdreht. Und natürlich ist die Gans zäh und die Wiesen sind grün. Doch viele Enttäuschungen können



**Silvia Aeschbach**, Chefredaktorin deutschsprachige Ausgabe encore!

vermieden werden, wenn Sie nicht zu viel von sich und ihren Lieben erwarten: Wenn sich die Schwiegermutter nichts sehnlicher als ein gemeinsames Singen wünscht, dann springen Sie doch über Ihren Schatten und summen Sie «Stille Nacht, heilige Nacht» mit. Wenn Sie das Einkaufen in der überfüllten Stadt nervt, bestellen Sie doch online. Und wenn Sie in einem Zimmer voller Verwandter leichte Klaustrophobie bekommen, gehen Sie an die frische Luft. Mit anderen Worten: Schalten Sie einen Gang runter. Das beruhigt die Nerven und hebt die Stimmung ungemein. Weihnachten ist nämlich nicht das Fest der Perfektion, sondern das der Liebe. Auch wenn wir das manchmal vergessen. In diesem Sinne wünschen wir Ihnen entspannte Festtage und ein gesundes und glückliches neues Jahr!



Dieses Magazin ist auf umwelt-schonend 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 Raymond **Verlagsleitung:** Diego Quintarelli **Chefredaktion:** Renata Libal (verantwortlich), Silvia Aeschbach (deutschsprachige Ausgabe) **Redaktion:** Semaja Fulpius, Sina Bauer **Layout:** Géraldine Dura (Art Direction) **Mitarbeiter dieser Ausgabe:** Rachel Barbezat, Mathilde Binetruy, Didier Borvin, Laurent Delaloye, Hanspeter Eggenberger, Olivia Goricanec, Emmanuel Grandjean, Steffi Hidber, Claudia Schmid, Renzo Strosco, Pierre Thomas, Tanja Ursleo **Bild:** Sophie Perraudin **Fotos:** Yann André, Yves Bachmann, Christian Dietrich, Aimée Hoving & Philippe Palma, Flavio Leone/Annabelle **Stylisme:** Yvonne Wigger **Bildbearbeitung:** PhotoMedia **Illustration:** André Gottschalk **Grafisches Konzept:** Ariel Cepeda **Produktion:** Ilaria Longo **Produktion französisch:** Loyse Pahud **Übersetzung und Überarbeitung:** Ursula Zenger, Andréane Leclercq **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@sr.tamedia.ch; **Werbung Deutschschweiz:** Tamedia AG, Mühlebachstrasse 43, 8032 Zürich, Telefon 044 251 35 75, Fax 044 251 35 38, publicite.zuerich@sr.tamedia.ch, www.mytamedia.ch, Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen (nach Art. 322 STGB), CIL Centre d'Impression Lausanne SA, Editions Le Régional SA, homegate AG, LC Lausanne-cités SA, LS Distribution Suisse SA, 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.



Spektakulär: Der Totenkopf der de-Grisogono-Uhr kann seine Zunge rausstrecken.

UHRMACHEREI

# Nichts für Angsthasen

Fawaz Gruosi hat sich noch nie um Konventionen gekümmert. Seinen Hang zur Extravaganz und Provokation beweist der Gründer und Kreativdirektor von de Grisogono mit seinem neuesten Werk: Die «Crazy Skull» ist eine Uhr mit einem riesigen Totenkopf, der mit 890 weissen oder schwarzen Diamanten besetzt ist. Auch eine Variante mit Rubinen (45 Karat) gibt es. Durch einen Mechanismus kann der Mund der «Crazy Skull» - die Zähne sind Baguette-Diamanten - geöffnet werden. Dabei streckt der Schädel frech die Zunge raus. «Dieser humoristische Touch war



Auch Hublot (links) und RJ-Romain Jerome (rechts) setzen auf das Totenkopf-Motiv.

nicht geplant», erklärt Gruosi. Diese technische Herausforderung hat die einjährige Entstehungszeit dieser auf 10 Exemplare limitierten Uhr begleitet. Auch andere Marken nutzen das Motiv des Totenkopfs. RJ-Romain Jerome hat vier Modelle aus Stahl lanciert, die vom mexikanischen Feiertag Dia de los muertos (Tag der Toten) inspiriert wurden. Auch Hublot setzt bei zwei Modellen der Classic-Fusion-Kollektion auf das Sujet: Die eine Uhr ist mit 1168 Diamanten mit über 5 Karat besetzt. Die Tourbillon ist in einem klaren Design gehalten. *Tanja Ursoleo*

KUNST UNTER 1000 FRANKEN

## Unauffällige Spuren



VON LAURENT DELALOYE

**Der Künstler:** Thomas Brasey (1980) lebt und arbeitet in seiner Heimatstadt Lausanne. An der dortigen ETH/EPFL

doktorierte er in Chemie. Danach folgte er seiner zweiten Passion und absolvierte an der Kunstschule in Lausanne ein Bachelorstudium in Visueller Kommunikation mit Schwerpunkt Fotografie. Er arbeitet als freier Fotograf. **Das Werk:** Der Künstler setzt das Medium Bild beinahe als Mittel wissenschaftlicher Dokumentation ein. Das zeigt die Auftragsarbeit «Démons et Merveilles», bei der es darum ging, die Grenzregion beidseits des Doubs, am französischen und am Schweizer Ufer, künstlerisch zu erforschen. Überzeugt davon, deutliche Unterschiede in Kultur und Natur zu finden, wurde der Fotograf von der Geschlossenheit und Übereinstimmung in der Gegend überrascht. Auf beiden Seiten stiess er auf eine Dominanz der Natur, in welcher der Mensch nur vage Spuren hinterlässt. So wirkt auf diesem Bild aus der Serie das Fussballtor verloren, bedroht von einer Umgebung, mit der es zu verschmelzen scheint. Nur das frisch gemähte Feld deutet auf die Anwesenheit von Menschen hin. Ein starkes Werk, das den Arbeiten von Matthieu Gafsou würdig ist, mit dem der Fotograf das Atelier teilt.

**Preis:** Ohne Titel 1/5 aus der Serie «Démons et Merveilles», Fotografie, 40 x 50 cm, 2014, 800 Franken. **Info:** [www.thomasbrasey.com](http://www.thomasbrasey.com)



GENUSS

## Modisch verpackt

Der Kaviar des Tropenhauses Frutigen, der dank der Aufzucht von Stören im 18 Grad warmen Bergwasser entsteht, heisst Oona, was auf Keltisch so viel wie «einzigartig» bedeutet. Jetzt wird der Kaviar noch einzigartiger: Mit der ersten CaviArt-Edition bringt Oona den Kaviar in einem auf 1000 Stück limitierten Kleid heraus. Gestaltet wurde dieses von Nachbarinnen aus Thun: Evelyn Roth und Sabine Portenier, bekannt als Mode-Duo PortenierRoth und wie Oona mit einer nachhaltigen Produktion in der Region verankert, bedienen sich für die Umverpackung des schwarz-weissen Strickmusters aus der eigenen Kollektion. Die Dose macht mit den Kollektionsfarben des Labels gute Laune. *C. S.*

Edition CaviArt, «Oona N°103 - traditionnel», erhältlich über den Online-shop des Tropenhauses Frutigen, [www.shop.tropenhaus-frutigen.ch](http://www.shop.tropenhaus-frutigen.ch)





Adrenalinkick: Eine nächtliche Schlittelfahrt ist ein abenteuerliches Erlebnis.

TOURISMUS

# Ab auf die Piste!

Wer die Piste gerne ganz für sich alleine hat, zieht nachts mit dem Schlitten los und klettert damit die verlassen Pisten hoch. Welch ein Vergnügen, wenn man anschliessend im Dunkeln den Hang hinabsaust, die Stirnlampe als einzige Beleuchtung, eiskalte Winterluft im Gesicht, wie ein Glühwürmchen mit Daunenjacke. Viele Bergrestaurants haben diesen alpinen Trend erkannt und bleiben an einigen Winterabenden geöffnet, damit die Gäste Gaumenfreuden, nächtliche Spaziergänge und Schlittenpartien kombinieren können (Prabaron in Montana, La Marlenaz und Marmotte in Verbier). Diesen Winter gibt es aber auch andere Möglichkeiten, die Pisten zu erkunden. Zum 150-Jahr-Jubiläum des Schneetourismus in der Schweiz lanciert das nationale Tourismusbüro eine grosse Nostalgie-Kampagne, die von der Neuaufgabe alter Plakate bis zur Aufwertung und Bekanntmachung historischer Hotels reicht. Dazu gehören auch

Pferdekutschenausflüge und andere winterliche Vergnügen in bekannten Skiorten wie St. Moritz oder Davos. Die Woche vom 2. bis 7. Februar widmen die Skischulen dem Schneesport von damals – dann können Sie Ihre Telemark-Ski aus dem Keller holen. Der Schlitten ist bei dieser Reise in die Vergangenheit natürlich auch mit dabei. Schweiz Tourismus hat eine Liste der Ferienorte erstellt, deren Schlittenanlagen nachts geöffnet sind. Bei einigen Destinationen ist alleine schon der Aufstieg im Sessellift ein Adrenalinkick. Auch Grindelwald hat eine beleuchtete Piste am Fusse des Eigers, Saas-Grund wartet mit elf Kilometern beleuchteter Piste auf, während Preda-Bergün in Graubünden sogar Schlitteln in Endlosschleufe erlaubt: Die Bahn bringt die Sportler immer wieder auf den Berg.  
*Renata Libal*

Myswitzerland.com, Webcode B25141 (für die Suche)

HIGHTECH

## Voll im Bild



Nach der Lancierung von Beovision 11 bringt der dänische Hersteller Bang & Olufsen nun einen noch leistungsfähigeren Fernseher auf den Markt. Die neue Reihe «Avant» ist gänzlich dem Design verschrieben. Dank zwei Grössen – das Gerät ist in 55 und 85 Zoll erhältlich – sowie einem drehbaren Fuss fügen sich die Modelle in jede Einrichtung ein.

Dieser Fernseher der neuen Generation bietet aber noch mehr Optionen: Der Ultra-HD-Bildschirm verfügt über zwei Sensoren, welche die Helligkeit analysieren und die Bildqualität der Beleuchtung und den Farben des Raumes anpassen. Wenn das Gerät angeschaltet wird, gleitet ausserdem ein Panel mit acht Lautsprechern und acht integrierten Verstärkern aus dem Inneren des Fernsehers heraus. Auch die stilvolle Fernbedienung wurde gewissermassen neu erfunden. Zwar ist der Beovision 11 mit einem stolzen Preis von 8295 Fr. nicht gerade günstig, wer aber gerne und viel fernsieht, für den dürfte sich die Investition in dieses Hightechgerät lohnen. R.S.

KOSMETIK

## Doppelt hält besser

Gleich zwei Kammern sorgen beim Re-Nutriv-Serum von Estée Lauder für einen strahlenden Teint. Während das Extrakt der Perigord-Trüffel die Hautzellen erneuert, wirkt die Platin-kammer mit Pigmenten der Südseeperlen straffend.



Re-Nutriv Ultimate Diamond, [www.esteelauder.ch](http://www.esteelauder.ch)



Die Modedesignerin Elsa Schiaparelli um 1940.

BUCH

# Modeikone

Elsa Schiaparelli war ihrer Zeit weit voraus. Das Leben der 1890 in Rom geborenen Modedesignerin, die ihre Karriere mit lässigen Oversize-Pullis in Schwarz und Weiss startete, war legendär. Sie kleidete in den 1920er- und 1930er-Jahren berühmte Frauen wie Joan Crawford, Greta Garbo oder Katharine Hepburn ein und revolutionierte die Mode mit extravaganten Materialien und Farben. Neben Coco Chanel, in deren Schatten sie zeitlebens stand, galt die Surrealistin unter den Modeschöpfern als die führende Couturière. In der kürzlich erschienenen Reedition der Biografie «Shocking Life» lässt sich ihr aufregendes Leben nachverfolgen. Im Gegensatz zu Chanel, deren Werk durch zahllose Biografien gut dokumentiert ist, wusste man über sie nicht allzu viel. Umso interessanter ist jetzt die Lektüre. Schiaparelli war eine emanzipierte



In «Shocking Life» erfährt man viel über das Mysterium Elsa Schiaparelli.

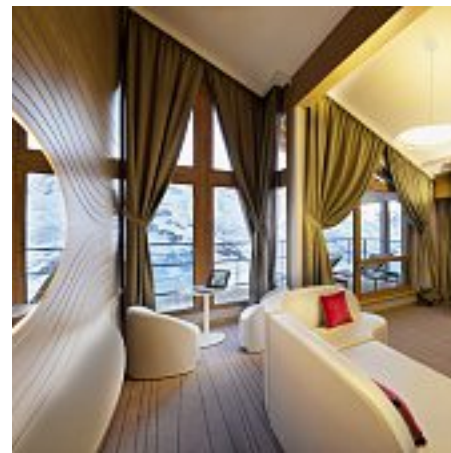
und mutige Frau mit Sinn für Humor und einem Spleen für Unkonventionelles. So stellte sie zum Beispiel zwölf Regeln für Frauen und ihre Kleidung auf. In der Regel Nummer fünf ermutigte sie, die Angst aufzufallen abzulegen. Schiaparelli lebte in Paris, London und New York. Während des Zweiten Weltkrieges flüchtete sie in die USA und kehrte nach dessen Beendigung nach Frankreich zurück. Picasso und Dalí gehörten zu ihren Freuden, Jean Cocteau entwarf für sie Stoffmuster. Sie verkaufte Kleider, Accessoires, Schmuck und Bademode und machte den Reissverschluss salonfähig. «Shocking Life» ist in Ichform geschrieben, was es leichtmacht, die Dinge aus der Sicht der Autorin zu sehen. Leider sind die Fotos klein und geben keinen richtigen Eindruck vom Werk der Designerin. *Silvia Aeschbach* «Shocking Life», Parthas, Berlin



SCHMUCK

## Schöne Glücksbringer

Ihre schmucken Lucky Charms tragen Stars wie das Model Jerry Hall. Entworfen werden sie von Zineta Blank, Besitzerin der Modelagentur Visage. Gefertigt werden die Armbänder und Halsketten auf Bali, gesegnet durch Mönche, damit sie ihre Kraft entfalten. «Der Schmuck soll Freude ins Leben bringen», so Blank. Seit 2013 gibt es auch eine Variante mit Perlen, die im Jelmoli erhältlich ist. S.A.



HOTEL

## Modernes Chalet

Der futuristische Skipalast des Club-Med-Resorts Val Thorens ist mit seinen grossen Räumlichkeiten das pure Gegenteil einer Heidi-Berghütte. Der in Frankreich gelegene architektonische Hingucker befindet sich auf 2300 Metern über Meer und bietet auch abseits der Pisten viel: Carita-Spa, Kletterwand, Sternekoche und typisch savoyische Küche erwärmen das Urlauberherz im Winterparadies. *M.B.* Club Med Val Thorens, [www.clubmed.ch](http://www.clubmed.ch)

# Dekorative Musikquelle

TOYS FOR BOYS



VON DIDIER BONVIN

Sich heutzutage im High-End-Audio-Segment von der Konkurrenz abzuheben, ist schwierig. Nach

Jahrzehnten, die von Innovationen geprägt waren, scheint es, als seien alle Formen und Materialien bereits ausgeschöpft. Oder doch nicht? Elipson schafft es mit dem Design seines «Sound Tree» doch, aus den bekanntesten Mustern auszubrechen: Ein Dutzend Lautsprecher, die von der Decke herabhängen wie Früchte am Obstbaum oder Kugeln am Weihnachtsbaum



«Sound Tree» von Elipson, 22 999 Franken.

zeichnen das neue System aus. Hinter jeder «Frucht» dieses Klangbaums verbirgt sich ein Lautsprecher mit einem Gewicht von 2,5 Kilo und einer Leistung von 30 Watt. Alle Boxen laufen über farbige Kabel in einem gemeinsamen «Stamm» zusammen. Dieser dient zugleich als grosser, runder Fuss und besteht aus einem massiven Subwoofer, der 25 Kilo wiegt.

Bei dieser Anlage ist die Bezeichnung Surround-System kein leeres Versprechen. Diese Art des Hörens ist revolutionär. Es ist unmöglich, herauszufinden, wo genau sich die Soundquelle befindet, der Klang erfüllt den gesamten Raum. Der «Sound Tree» erweckt den Eindruck, man höre Livemusik. Auf das Design der Anlage – sie ist knallrot – muss man sich einlassen. Der «Sound Tree» passt perfekt in eine coole Bar oder in die Loft eines Millionärs – eher weniger in eine 2-Zimmer-Wohnung.



**65° 19' 6,7" N - 137° 20' 14" W**

**EINIGE TAGESMÄRSCHEN ENTFERNT VON DEN LETZTEN SPUREN MENSCHLICHEN LEBENS**

Die TUDOR Heritage Ranger erinnert an den Pioniergeist des hohen Nordens und an abenteuerliche Reisen mit Schlittenhunden durch polare Eiswüsten. Diese zeitgemäße Neuinterpretation eines Klassikers kombiniert technische Finesse und Funktionalität mit den Anforderungen, die eine raue Umgebung stellt. Das Textilband, die satinierte Oberfläche und das dezente Zifferblatt sind nur einige der Merkmale, durch die moderne Städter einen Blick auf eine mythische Welt und große Expeditionen vergangener Tage werfen.

**TUDOR HERITAGE RANGER**

Mechanisches Uhrwerk mit Selbstaufzug, wasserdicht bis 150 m, Edelstahlgehäuse 41 mm.  
Besuchen Sie [tudorwatch.com](http://tudorwatch.com) und entdecken Sie mehr.



**TUDOR**  
**WATCH YOUR STYLE**



HANDARBEIT

**LINKS** Die Kühe warten darauf, geschliffen zu werden.

**RECHTS OBEN** Die Holzfiguren werden mit der Kreissäge ausgeschnitten.

**RECHTS MITTE** Anschliessend werden sie geschliffen.

**RECHTS UNTEN** Der Trauffer-Kuh werden die typischen Flecken aufgemalt.

**MITTE** Diese Tanne ist Teil der Weihnachtskrippe.

# Kleine Kuh ganz gross

WER KENNT SIE NICHT, DIE HOLZKUH MIT DEN ROTEN FLECKEN? ERFUNDEN HAT DIE FIGUR EIN FAMILIENUNTERNEHMEN, DAS SEIT ÜBER 75 JAHREN HOLZSPIELZEUG HERSTELLT.

TEXT SEMAJA FULPIUS

**S**ELBST IM BRIENZER Tourismusbüro steht ein Exemplar. Inmitten von Faltprospekten blickt es aus treuen Kuhaugen. Seinem abgenutzten Aussehen nach und der Tatsache, dass das Trauffer-Logo auf seinem Bauch fehlt, zu urteilen, muss es ziemlich betagt sein. Hergestellt wird diese Figur von der Familie Trauffer aus Hofstetten bei Brienz im Berner Oberland, und zwar seit drei Generationen, mit viel Liebe zum Detail. Diese Gegend ist für ihr Holzhandwerk bekannt, und die kleinen Kühe mit den roten Flecken sind legendär. Viele dürfte die Holzkuh an ihre Kindheit erinnern. So erstaunt es nicht, dass man das Holzspielzeug sowohl im Kinderzimmer, auf dem Regal einer Grossmutter wie auch in der Sammlung eines Design-Liebhabers vorfindet.

Marc A. Trauffer leitet das Unternehmen, das heute 40 Angestellte beschäftigt und vor über 75 Jahren von seinem Grossvater, dem Holzbildhauer Alfred Trauffer, gegründet worden ist. Inzwischen umfasst die Spielzeugpalette der Firma 250 Produkte. Einen Bernhardiner, ein Walliser Schwarznasenschaf oder ein kleines Bauernhaus verkauft sie genauso wie eine Weihnachtskrippe.

Unter der Leitung des Jungunternehmers ist die Firma Trauffer um das Doppelte gewachsen, und produziert heute pro Jahr 50000 Holzfiguren. Dass der

35-Jährige den Familienbetrieb übernehmen würde, war aber nicht von Anfang an klar. «Als Jugendlicher war ich nicht gerade stolz darauf, dass ich vom Land komme und dass mein Vater Kühe schnitzte», sagt er. Er entschied sich stattdessen für das Bauwesen. Eines Tages sah er die ihm so gut bekannten Holztiere in einem Schaufenster und realisierte, dass diese ein wahrer Schatz sind. «Diese kleinen, wiedererkennbaren Kühe waren überall, aber niemand wusste, dass sie von meiner Familie hergestellt wurden. Deshalb habe ich mir vorgenommen, den Namen Trauffer bekannter zu machen.»

**Authentische Nischenprodukte**

Gesagt, getan. Marc schliesst sich seinem Vater Kurt und seinem Onkel Franz Trauffer, die im Familienunternehmen arbeiten, an. «Sie sind sehr fähige Fachleute, haben ein grosses Know-how. Doch Marketing lag ihnen nicht wirklich.» Deshalb kümmert sich Marc A. Trauffer fortan um die Kommunikation. Seit 2000 arbeitet er für das Unternehmen, durchläuft innerhalb von zwei Jahren alle Produktionsbereiche und kennt bald die 24 Etappen, in denen diese Tiere von Hand zum Leben erweckt werden, in- und auswendig: von der Fertigung der Holzfigur bis zum Färben, Bemalen – die feinen Details werden mit dem Pinsel angebracht – und dem Befestigen der kleinen Lederohren. 2008 folgt die Übernahme der Firma durch den damals 29-jährigen Unternehmer. «Eine grosse Verantwortung», wie er heute sagt.

Der Spielwarenhersteller setzt in erster Linie auf Authentizität. So werden die Figuren aus gut formbarem Lindenholz gefertigt, das zu 100 Prozent aus der Schweiz stammt, FSC-zertifiziert ist und den europäischen Sicherheitsnormen für Kinderspielzeug entspricht.

Der Jungunternehmer und Vater weiss, warum die Tiere aus Holz auch heute noch beliebt sind: «Die Leute suchen das Lokale, Natürliche bei uns. Angesichts der batteriebetriebenen Spiele, die einen gewissen Stress generieren, hat es etwas Beruhigendes, wenn man eine Holzkuh in den Händen hält.»

Diese bleiben übrigens nicht unbedingt in der Schweiz, sondern werden auch exportiert. Marc A. Trauffer will jedoch nicht um jeden Preis auf Wachstum setzen, er macht lieber kleinere Schritte. So verzichtet er zum Beispiel auf einen Online-Verkauf, um der Geschäftsbeziehung mit seinen Vertriebspartnern – in der Schweiz sind es mehr als 500 – nicht zu schaden: «Wir stellen Nischenprodukte her», sagt er. «Diese sind nicht unverzichtbar, und deswegen bin ich dankbar, dass die Verkäufer daran interessiert sind, sie anzubieten.» Der Plan des jungen Firmenchefs, der nur eine Minute von seinem Büro entfernt wohnt, ist es, das Label Trauffer Switzerland innerhalb von 10 Jahren zu etablieren. «Die kleine Kuh soll ein Markenzeichen werden wie die Toblerone oder das Victorinox-Sackmesser.» Ein Ziel, das vielleicht gar nicht mehr so weit entfernt ist. ☺



**Marc A. Trauffer**

Der gelernte Maurer hat 2008 die Geschäftsleitung der Spielwarenfabrik Trauffer Switzerland übernommen. Der zweifache Vater wurde anlässlich des Swiss Economic Forum für den Jungunternehmer-Preis 2011 nominiert. 2013 hat die Firma für ihr soziales Engagement den Thuner Sozial-Stern erhalten.



TSARINA  
CHRISTMAS COLLECTION 2014

Natasha Poly.

lorealparis.ch



KAISERLICHE FARBEN,  
HOHEITLICHE AUSSTRAHLUNG.  
DER HÖHEPUNKT DER  
KOSTBARKEIT.

EIN PRACHTVOLLER AUFTRITT: AUGENLIDER GESCHMÜCKT  
MIT SATTEM VIOLETT, GEPAART MIT WIMPERN, DIE FUNKELN  
WIE KOSTBARE EDELSTEINE. EXQUISIT, ELEGANT UND EDEL.

**WEIL SIE ES SICH WERT SIND.**



**L'ORÉAL**  
MAKEUP DESIGNER/PARIS

Neue Produkte  
sollen ein  
strahlendes  
Lächeln  
zaubern.



## Luxuriöses Lächeln

**D**IE ZÄHNE PERFEKT GEREINIGT, MIT ZAHNPASTA, die schützt, bleicht und die Plaque entfernt? Aber sicher! Mundhygiene und Zahnkorrekturen sind heute selbstverständlich. Deshalb bieten Hersteller mittlerweile eine breite Palette an Zahnkosmetik an. Vor allem Marken im oberen Preissegment haben die Marktlücke entdeckt und verkaufen Hilfsmittel, die Zähne verschönern und verwöhnen sollen. Ein Renner ist das neueste Modell der schwedischen Firma Foreo: vibrierende Silikonknochen sollen Zahnschädlingen keine Chance lassen. Ästheten können zur Bürste «mit bleichenden Mikropartikeln» von Swissdent Dental Cosmetics greifen. Sie hat den Red Dot Design Award gewonnen.



Hochkarätig:  
Die Zahnpasta  
Swiss Smile d'Or.

Die Reinigung erfordert auch neue Pflegeprodukte: Conditioner, um den Zahnschmelz perlweiss zu polieren, revitalisierende Emulsionen oder Zahngels mit ätherischen Ölen. Dass der Preis dieser Beautyprodukte das Zehnfache herkömmlicher Zahnpasten beträgt, scheint die Kunden nicht abzuschrecken. Das wird jedenfalls bei Swiss Smile, einer Kette von Zahnkliniken mit eigener Pflegelinie, festgestellt. «Unsere Kundinnen leisten sich teure Feuchtigkeitscremen. Ihre Zahnpasta kaufen sie natürlich nicht im Supermarkt», sagt Lucca Gaffuri, Brand Manager von Swiss Smile. Das Unternehmen hat ein Zahngel auf den Markt gebracht, das 23,75 Karat Goldpartikel enthält und die Zellerneuerung stimulieren soll. Bitte lächeln! ☺

TEXT SEMAJA FULPIUS

LIFE IS ABOUT MOMENTS

CELEBRATING ELEGANCE SINCE 1830



PROMESSE  
STAHL, 34 MM, QUARTZ  
69 DIAMANTEN  
[www.baume-et-mercier.com](http://www.baume-et-mercier.com)



**BAUME & MERCIER**  
MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830

ADELBODEN Guadalupi BASEL Bucherer / Kurz / Mezger BERN Stadelmann / Bucherer DAVOS Bucherer GLATTZENTRUM Kurz INTERLAKEN Bucherer / Casagrande  
LENZERHEIDE Jaeggi LUZERN Bucherer / Guebelin / Juwelia / Kurz / Swiss Timecorner SAMNAUN Zegg ST.GALLEN Bucherer ST.MORITZ Bucherer  
VADUZ Huber WETTINGEN Loosli Roger WINTERTHUR Mundwiler ZURICH Airbijoux / Beyer / Bucherer / Kurz / Türler Flughafen

# Griffbereit

KLEIN UND KOMPAKT – DIESE CLUTCHES SIND GENAU DIE RICHTIGEN BEGLEITER FÜR FESTLICHE ANLÄSSE. DIE PALETTE REICHT VOM FUNKELNDEN BIS HIN ZUM SCHLICHTEN MODELL. EIN EDLER TOUCH FÜR JEDES OUTFIT.

AUSWAHL SINA BAUER



1. Verziertes Leder, **Christian Louboutin**, 1667 Fr. 2. Two-Tone-Glitter mit Lederfutter, **Anya Hindmarch**, 565 Fr. 3. Veloursleder, **Yves Saint Laurent**, 1233 Fr. 4. Verziertes Leder, **Gucci**, ca. 1500 Fr. 5. Leder in Metallic-Optik, **Clare V**, ca. 315 Fr. 6. Schlangenleder, **B Flo**, ca. 399 Fr. 7. Leder und Veloursleder, **Karl Lagerfeld**, ca. 340 Fr. 8. Kalbsleder, **Marni**, ca. 1500 Fr. 9. Leder mit Stickereien, **Emilio Pucci**, ca. 1700 Fr. 10. Leder in Metallic-Optik, **Diane von Fürstenberg**, ca. 215 Fr.



# ANGEL

BEWARE OF ANGELS



*Thierry Mugler*

GEORGIA MAY JAGGER  
DISCOVER YOUR FRAGRANCE  
AT MUGLER.COM



1970

Der Schuhhersteller George Cleverley fertigte für das britische Model Twiggy extra ein Frauenmodell des Brogues an.

# Auf flachen Sohlen

HOHE ABSÄTZE GEHÖREN DIESE SAISON IN DEN SCHRANK, DENN DIE MODE STEHT GANZ IM ZEICHEN DER BEQUEMLICHKEIT. FLACHE, MASKULINE SCHUHE WIE DIE **BROGUES** WERDEN ZWAR SCHON LANGE GETRAGEN, DOCH HEUTE SIND SIE AUCH BEI FRAUEN BELIEBTER DENN JE.

TEXT OLIVIA GORICANEC

**D**ER SEIT EINIGEN JAHREN herrschende Trend hin zu flachen Sohlen scheint in der Modewelt weiterhin anzuhalten. Während die weiblichen Models bei den diesjährigen Frühling-/Sommerkollektionen in Slip-ons, Turnschuhen und flachen Sandalen über den Laufsteg gingen, sind diesen Herbst und Winter – wenn es nach Stella McCartney, The Row, Victoria Beckham oder Proenza Schouler geht – jene Schuhe, die an klassische Herrenmodelle erinnern, die richtige Wahl. Zu diesen gehören Modelle wie der Oxford, Derby, Monkstrap, Chelseaboot, Loafer und der Brogue.

Letzterer blickt auf eine jahrhundertalte Geschichte zurück und bezeichnet einen mit Lochmuster versehenen Herrenschuh. Das zugrunde liegende Modell spielt dabei keine Rolle, da jeder Schuh durch ein Lochmuster verziert werden kann. Am häufigsten verwendet man jedoch den Brogue als Oxford- oder Derbymodell. Im Gegensatz zu heute besaßen die Löcher ursprünglich keine dekorative Funktion, sondern hatten eine praktische Aufgabe: Der Begriff «Brogues» stammt vom schottisch-gälischen Wort «bròg» und dem irischen «bróg» (Schuh) ab und geht auf das 17. Jahrhundert zurück. Die Bauern und Hirten, die in den Hochebenen von Schottland und Irland arbeiteten, durchlöcherten ihr Schuhwerk,

damit das eingedrungene Sumpfwasser wieder herausfließen konnte. Zudem sorgten die Löcher für eine schnellere Trocknung. Später erkannten die Jäger der schottischen und irischen Adelsherren den Nutzen dieser Technik. Und so wurde der Brogue zu Beginn des 19. Jahrhunderts nach und nach hof- und gesellschaftstauglich.

## Jedem Schuh seine Merkmale

Nachdem der Schuh in die Garderobe der Hochadeligen aufstieg, wurden am Brogue wesentliche Veränderungen vorgenommen: Das verwendete Leder wurde immer weicher und dünner und die Linienführung zusehends eleganter. Die Löcher wurden nicht mehr durch alle Lederschichten



1664



1906



1930

gestanzt, sondern auf den zusätzlichen äusseren Schaftteilen als Zierde angebracht.

Während die klassischen Herrenschuhmodelle teilweise bereits Anfang des 19. Jahrhunderts gefertigt wurden, kamen sie erst einige Jahrzehnte später in Mode. Dabei erlangten die europäischen Schuhmachermeister in den Londoner (Northampton), Pariser, Münchner, Wiener und Budapester Werkstätten weltweite Berühmtheit durch ihre Kunstfertigkeit. Zu den renommiertesten Marken für rahmengenähte Schuhe gehören unter anderen John Lobb (seit 1976 Teil der Hermès-Gruppe), Crockett & Jones, Ludwig Reiter, Church's (seit 1999 Teil der Prada-Gruppe) und Edward Green. Ein Schuhmodell wird insbesondere von der Machart seines Aufbaus bestimmt und zunächst anhand seiner Verschlussmethode definiert:

eine aus europäischen und afrikanischen Elementen bestehende Musik auf: Der Jazz startete seinen weltweiten Erfolgsgang und prägte die Massenunterhaltung und Alltagskultur. Sowohl in New York als auch in den europäischen Modezentren regierte der Jazzstil und mit ihm der Spectator. Das schwarz-weiße Schuhmodell – oftmals ein Semi-Brogue-Oxford – wurde zuerst unter Musikern und Tänzern, danach unter Hollywoodstars, Dandys sowie Gangstern zum Lieblingsschuh. Al Capone, Gene Kelly, Fred Astaire oder Louis Armstrong – alle trugen den auffälligen, zweifarbigen Halbschuh.

Zwischen den 1930er- und den 1980er-Jahren erlebte der Brogue-Schuh bei den Frauen eine Renaissance. Weibliche Stars wie Marlene Dietrich, Katharine Hepburn, Twiggy oder Annie Lennox, die für einen unverkennbaren und prägenden Modestil standen, waren berühmte Trägerinnen. Als Vorreiterin des flachen Schnürschuhtrends aus heutiger Sicht gilt ganz unbestritten die britische Moderatorin Alexa Chung. Wie keine andere demonstriert sie seit Jahren, dass Brogues und Co. nicht nur an Männern, sondern auch an Frauen – perfekt kombiniert mit Vintagekleidchen – hervorragend aussehen können. «In den letzten Jahren ist die Nachfrage bei jungen Frauen angestiegen», sagt die Fachfrau für rahmengenähte Schuhe, Christine Schuler. Seit 20 Jahren betreibt sie die Boutique «Brogues and more» in Zürich.

Starke Unterstützung aus der Reihe der ganz grossen Modeunternehmen erhielt der gelöcherte Schuh, als Prada in seiner Frühling-/Sommerkollektion 2011 Brogues mit bunten und teilweise aus Bast bestückten Plateausohlen präsentierte und damit dem Schuhmodell zu einem fulminanten Comeback verhalf. Und wenn inzwischen selbst der französische High-Heel-König Christian Louboutin flache Herrenschuhe für Damen kreiert, will das etwas heissen. ☺

## Der Trend hin zu flachen Schuhen scheint weiter anzuhalten

Schnürschuh, Schnallenschuh oder Loafer. Bei einem geschlossenen Schnürschuh, so beim Oxford, sind die Seitenteile unter das Vorderblatt genäht und schliessen sich über eine angenähte Zunge. Der Oxford gilt als der formellste aller Herrenschuhe. Der Derby hingegen ist mit seiner offenen Schnürung weniger elegant. Halbschuhe, die statt Schnürsenkel eine Metallschnalle haben, werden Monkstrap genannt. Und Loafers besitzen weder das eine noch das andere. Betrachtet man den ehemaligen Hirtenschuh – meistens aus Kalbs- oder Pferdeleder – etwas näher, stellt man innerhalb des Modells ebenfalls unterschiedliche Merkmale fest. Brogues gibt es als Half-Brogue (auch Semi-Brogue genannt), Full-Brogue und als Full-Brogue-Longwing.

### Ein sportlicher Schuh

Der Full-Brogue wurde im frühen 20. Jahrhundert zuerst in England und danach in den Vereinigten Staaten für seinen sportlichen Charakter vermehrt als Golfschuh verwendet. Zum weltweiten Erfolg trug vor allem der Prinz von Wales bei, als er in den 1930er-Jahren den Full-Brogue-Schuh sowohl zum Golfspiel als auch zu wichtigen Anlässen in einer eleganteren Variante trug und damit die Gesellschaft verblüffte. In den 1920er-Jahren kam in den Vereinigten Staaten



2014



2015

### KLASSIKER

**1664** Kostümdesign der Figur Tartuffe aus dem gleichnamigen Stück von Molière.

**1906** Drei Generationen des britischen Königshauses vereint: George V (1865–1936), Edward VII (1841–1910) und Edward VIII (1894–1972).

**1930** Die Schauspielerin Katharine Hepburn.

**1959** Fred Astaire mit seiner Tanzpartnerin Barrie Chase während der Tanzshow «An Evening with Fred Astaire».

1959



1969



### COMEBACK

**1969** Prinz Charles im Gespräch mit seinem Dozenten Dr. Denis Marrian am Trinity College in Cambridge.

**2013** Die britische Moderatorin Alexa Chung weiss, wie man Brogues edel kombiniert.

**2014** Goldene Brogues aus der Herbst-/Winterkollektion von Dolce & Gabbana.

**2015** Stella McCartney setzt in ihrer Frühling-/Sommerkollektion 2015 auf ein schwarz-weißes Modell.

2013





# Gut geknotet

DIE FLIEGE IST WIEDER GEFRAGT. ALLES, WAS MAN ÜBER DAS ACCESSOIRE WISSEN MUSS.

TEXT EMMANUEL GRANDJEAN

**D**ER POLITIKER WINSTON CHURCHILL ODER DER Entertainer Groucho Marx gingen nie ohne sie aus dem Haus. Architekten wie zum Beispiel Le Corbusier oder Walter Gropius waren ebenfalls grosse Fans. Galt die Fliege lange Zeit als witziges oder modernes Accessoire, verschwand sie allmählich aus der Garderobe der Herren. Bis sie nach der Jahrtausendwende dank Modeschöpfern wie Alber Elbaz (Lanvin) oder Alexis Mabille wieder als chic bezeichnet wurde.

Wann die Fliege erstmals getragen wurde, ist nicht ganz klar. Die einen schreiben die Erfindung dem Engländer und Vorreiter des Dandyismus George Bryan Brummell, genannt «Beau Brummell», zu, der im 19. Jahrhundert gelebt hat. Andere sagen, ihr Aufkommen gehe auf ein Kostüm aus der Oper «Madame Butterfly» von 1904 zurück.

### Bei Jungen beliebt

Heute wird sie jedenfalls vermehrt auch von jungen Männern getragen, allen voran vom Musiker Stromae. Der Belgier ist bei seinen Auftritten oft mit Fliege zu sehen und zeigt, wie modern das Retro-Accessoire frech kombiniert – er trägt sie zum Beispiel zu kurzen Hosen und langen Socken – wirken kann.

Dass die Halsbinde ein Revival feiert, erstaunt in einer Zeit, in der Vintage-Möbel und die Erfolgsserie «Downton Abbey» beliebt sind, nicht wirklich. Sie ist ein stylisches

Feel-Good-Accessoire, dem im Gegensatz zur Krawatte – diese gilt als Symbol der Bürokratie – kein schlechter Ruf anhaftet. Jugendkulturen, so etwa die Hipster, sorgen ausserdem dafür, dass die Fliege als cool angesehen wird.

Doch Vorsicht, auch bei der Fliege gelten gewisse Regeln: Sie wird meist über dem

Die Fliege ist eine sympathische **Alternative** zur Krawatte

Hemdtragen getragen, erlaubt ist sie aber auch zu einem Poloshirt. Was den Knoten angeht, so kann man auf eine bereits fertig geknotete Variante zurückgreifen oder selber Hand anlegen. Letzteres ist empfohlen, sagt doch die Art des Knotens und die Tatsache, dass man das Accessoire selber bindet, einiges über den Träger und seinen Kleiderstil aus – dasselbe gilt übrigens auch bei der Krawatte. In erster Linie wird die Fliege abends in einem entspannten Ambiente getragen, doch am Tag kann das raffinierte Accessoire als sympathische

Alternative zur Krawatte dienen. Das richtige Gespür ist übrigens nicht nur beim Binden der Fliege wichtig, es ist auch bei der Wahl des Modells gefragt. Ein zu ausgefallenes Design kann Eitelkeit ausstrahlen, es suggeriert, dass man unbedingt auffallen will. Und auch das Umfeld, in dem man die Fliege trägt – vor allem wenn es um das Berufliche geht – muss passen. Heikel ist auch die Grösse der Fliege. Sie sollte den physischen Gegebenheiten ihres Trägers angepasst sein. Sprich: Sie darf nicht zu gross, aber auch nicht zu klein sein, sonst wirkt sie schnell lächerlich. Der Designer Alber Elbaz zieht es trotz seiner üppigen Statur vor, gigantische Fliegen zu tragen, allerdings handelt es sich dabei um sein Markenzeichen.

### Grosse Auswahl

Wie bei der Krawatte, sollte auch bei der Fliege darauf geachtet werden, dass sie farb- und mustertechnisch mit dem übrigen Outfit harmoniert. Meiden sollte man beispielsweise Modelle mit grossen Punkten. Diese erinnern an den Zirkus.

Bei den Materialien haben die Träger die Qual der Wahl: Egal ob Satin, Seide, Strick oder Tuch, die Palette ist gross. Massentaugliches bieten grosse Ketten wie etwa H&M oder Zara an. Wer lieber etwas Ausgefallenes will, wird im Internet fündig. Einer der führenden Anbieter ist Cinabre. Das französische Unternehmen verkauft spezielle Produkte, so etwa Fliegen mit Hahnentritt- und Liberty-Mustern. Genau das Richtige für einen auffälligen Auftritt während der Festtage. ☉



### ANGEBOT

#### Gestreifte Fliege:

Cinabre verkauft spezielle Fliegen. Im grossen Bild ein Modell aus der aktuellen Kollektion.

#### Rote Fliege:

Eine Kreation aus Seidentaft von Alexis Mabille.

#### Gepunktete Fliege:

Modelle mit kleinen Punkten, wie diese von Lanvin, sind erlaubt. Fliegen mit grossen Punkten sollte man vermeiden, da sie nach Zirkus aussehen.

Die neue EBEL Wave,  
18K Gelbgold & Bicolor-Edelstahl,  
Damenuhr mit Diamanten.

EBEL.COM



# EBEL

DAS DESIGN EINER WELLE.  
UNVERKENNBAR EBEL.

# Perlen der Uhrenkunst

PERLMUTT WIRD IN VIELEN BEREICHEN EINGESETZT, SO AUCH BEI ZEITMESSERN. WIR ZEIGEN MODELLE, DIE EIN BLICKFANG UND STÜCKE FÜR DIE EWIGKEIT SIND.

AUSWAHL MATHILDE BINETRUY FOTO YANN ANDRÉ



ENCORE! | FESTTAGE 2014

22

**VON LINKS NACH RECHTS UND VON OBEN NACH UNTEN**

**Cat's Eye Day & Night, Girard-Perregaux**  
Mechanisches Uhrwerk mit Automatikaufzug GP03300-0090, 35,44 x 30,44 mm. **Funktionen** Stunden- und Minutenanzeige, kleine Sekunde und Tag-Nacht-Anzeige. **Zifferblatt** Graues Perlmutter. **Preis** 32.300 Fr.

**Rendez-Vous Night & Day, Jaeger-LeCoultre** Mechanisches

Uhrwerk mit Automatikaufzug 898A, ø 29 mm. **Funktionen** Stunden- und Minutenanzeige, kleine Sekunde und Tag-Nacht-Anzeige. **Zifferblatt** Perlmutter. **Preis** 44.700 Fr.

**Stirrup Petite Link, Ralph Lauren**  
Quarzuhrwerk RL057, 23,30 x 27 mm. **Funktionen** Stunden- und Minutenanzeige. **Zifferblatt** Weisses Perlmutter. **Preis** 2210 Fr.

**Tonda Metropolitaine, Parmigiani Fleurier**  
Mechanisches Uhrwerk mit Automatik-

aufzug PF310, ø 23,9 mm. **Funktionen** Stunden- und Minutenanzeige, kleine Sekunde, Datumsanzeige. **Zifferblatt** Weisses Perlmutter. **Preis** 11.700 Fr.

**T-Touch Lady Solar, Tissot**  
Solarbetriebenes Quarzuhrwerk, 39,5 x 38 mm. **Funktionen** Höhenmesser, Kompass, Chronograf, Timer, zweite Zeitzone. **Zifferblatt** Weisses Perlmutter. **Preis** 895 Fr.

**Chiffre Rouge CO3, Dior**  
Mechanisches Uhrwerk mit Automatik-

aufzug, Kaliber Elite 691 von Zenith, ø 38 mm. **Funktionen** Stunden- und Minutenanzeige, Grossdatum, Mondphasenanzeige, kleine Sekunde. **Zifferblatt** Perlmutter in Metallic-Grau, limitiert auf 100 Stück. **Preis** 8700 Fr.

**Lucea, Bulgari**  
Mechanisches Uhrwerk mit Automatikaufzug, Kaliber B77, ø 33 mm. **Funktionen** Stunden-, Minuten- und Sekundenanzeige, Datumsanzeige. **Zifferblatt** Weisses Perlmutter. **Preis** 9950 Fr.

**Women Heure Décentrée Seconde**

**Rétrograde, Blancpain**  
Mechanisches Uhrwerk mit Automatikaufzug 2663SR, ø 26,2 mm. **Funktionen** Retrograde Sekundenanzeige. **Zifferblatt** Blaues Perlmutter. **Preis** 30.800 Fr.

**Marine Chronographe, Breguet**  
Mechanisches Uhrwerk mit Automatikaufzug 550, ø 34,6 mm. **Funktionen** Datumsanzeige. **Zifferblatt** Weisses Perlmutter. **Preis** 19.000 Fr.

INTRODUCING THE NEW FRAGRANCE

# LOVE STORY Chloé





Paloma Picassos  
Markenzeichen waren  
einst rote Lippen, heute  
liebt sie es natürlich.



# SCHNEUE DESIGNERIN

SEIT ÜBER DREISSIG JAHREN KREIERT PALOMA PICASSO SCHMUCK. INSPIRIEREN LÄSST SIE SICH AUCH VON DER SCHWEIZ.

TEXT SILVIA AESCHBACH

**E**IN PERSÖNLICHES TREFFEN MIT PALOMA PICASSO gleicht einer Audienz. Jedenfalls, wenn es nach den Vorgaben ihrer New Yorker Presseagentur geht. Die Auflagen für ihr erstes Interview seit Jahren in der deutschsprachigen Presse sind streng: keine Fragen zu ihrem berühmten Vater. Und man dürfe sie nicht mit «Mrs. Picasso» ansprechen, was eine ziemlich überflüssige Ermahnung ist, denn schliesslich treffen wir die 64-jährige Schmuckdesignerin in Lausanne, wo sie mit ihrem zweiten Mann, dem Arzt Eric Thévenet, lebt. Fünf Minuten vor dem Interviewtermin schlüpfte eine kleine, zierliche Person, ganz in Schwarzweiss gekleidet, in die noble Bar eines Fünfsternehotels. Fast hätten wir sie nicht erkannt: Früher das Ebenbild eines strengen Schneewittchens mit den provozierend roten Lippen, ist Paloma Picasso heute fast ungeschminkt und sieht in ihrer Natürlichkeit jünger aus als vor 20 Jahren.

**Wir vermissen Ihre leuchtend roten Lippen.**

Die sind Vergangenheit, seit ich gemerkt habe, dass ich mit dem Make-up älter aussah, als ich es wirklich war (*lacht*).

**Gab es einen bestimmten Anlass dafür?**

Ja. Ich war mit der Concorde unterwegs, ungeschminkt, da sagte eine Stewardess zu mir: «Schön, dass sie mit uns fliegen. Kürzlich hatten wir Ihre Mutter an Bord.» Ich überlegte hin und her. Meinte sie meine Mutter oder meine Stiefmutter? Das konnte nicht sein, denn beide reisen nicht gern. Da ging mir ein Licht auf: Sie meinte mich! Sie hatte mich mit meiner Mutter verwechselt. Denn das vorherige Mal, als ich auf diesem Flug war, war ich stark geschminkt. Da wusste ich: Jetzt ist es Zeit für etwas Neues.

**Sie arbeiten seit über drei Jahrzehnten als Schmuckdesignerin für Tiffany & Co. und haben über 46 Kollektionen kreiert. Wie kam es zu dieser Zusammenarbeit?**

Früher stellte ich meinen Schmuck in Kunstgalerien aus, was mir aber nicht gefiel. Dann war ich bei Tiffany in New York. Ich liebe, wie der Laden aussieht, sehr maskulin, obwohl feminine Dinge verkauft werden. Ich bat um ein Meeting, während dem mir aber gesagt wurde, man hätte eben mit Elsa Peretti einen Vertrag abgeschlossen und man könne keine zweite Designerin beschäftigen. Viele Jahre später bekam ich den Job doch noch durch John Loring, der damals Designdirektor von Tiffany wurde. Ich hatte ihn bereits als 16-Jährige in Venedig in Peggy Guggenheims Palazzo kennengelernt, damals hatte er allerdings keine Notiz von mir genommen.

**Ihre erste Erfahrung als Designerin machten Sie per Zufall.**

Als ich 20 war, wusste ich nicht, was ich tun sollte. Ein Architekturstudium wäre möglich gewesen, aber ich war sehr schlecht in Mathematik. Dann fragte mich jemand, ob ich bei einem Bühnendesign helfen wolle. Ich ging also auf den Pariser Flohmarkt und fand alte Bikinis mit Diamanten-Imitationen, in denen einst in den Folies Bergères getanzt wurde. Ich nahm die Steine und kombinierte sie mit schwarzem Samt, und fertig war der Halsschmuck,

der dann im «Paris Match» erwähnt wurde. Eine Freundin riet mir, eine Designschule zu besuchen. Und ich sagte: Grossartig, ich habe einen Artikel, in dem steht, dass ich Schmuckdesignerin bin, also ist es höchste Zeit, dies auch zu lernen (*lacht laut*).

**Haben Sie beim Entwerfen von Schmuckstücken eine bestimmte Käuferin vor Augen?**

Ich entwerfe nur Dinge, die mir selber Spass machen. Und solche, die ich noch nicht besitze.

**Sie haben als Kostümdesignerin gearbeitet. Der Schritt zum Modedesign wäre ein kleiner gewesen. Wieso haben Sie ihn nicht gemacht?**

Ich liebe langlebige Dinge, die nicht jede Saison ändern. Den Ring, den ich beispielsweise trage (sie zeigt auf einen schweren Goldring mit verschiedenen Edelsteinen), ist aus einer meiner ersten Schmuckkollektionen. Mir gefällt auch, dass man sich mit Schmuck selbstbewusster und stärker fühlt. Ausserdem hatte ich genügend Freunde, die Modedesigner waren, und ich sah, wie mörderisch der Rhythmus war, dem sie unterlagen.

**Fällt Ihnen das Designen leicht?**

Nicht immer. Manchmal habe ich Ideen und weiss genau, wie etwas aussehen muss, manchmal braucht es mehr Zeit. Auch mein Mann inspiriert mich. So sagte er etwa zu mir: «Warum kreierst du nicht etwas, das durch deine Lieblingsstadt Venedig inspiriert ist?»

**Woher stammt ihre Leidenschaft für Venedig?**

Venedig und ich, das ist eine Liebesgeschichte. Ich war zum ersten Mal mit meiner Mutter als Teenager dort und war sofort fasziniert. Die Stadt ist eine ganz eigene Welt, die mich zum Träumen bringt.

**Was inspiriert Sie am meisten?**

Viele Dinge, die Natur, Gärten im Besonderen, Städte. Ich liebe alle runden, weichen Formen. Das Lineare, Strenge liegt mir nicht.

**Woher stammt Ihre Vorliebe für alles Runde?**

Es ist freundlich, gibt Geborgenheit. Nehmen Sie meinen Namen, Paloma, die Taube mit ihren runden Formen, mein Vater wusste schon, warum er mir diesen Namen gab. Ich habe keinen stacheligen Charakter, auch wenn das Bild, das ich früher von mir zeigte, Ecken und Kanten hatte. Aber wäre ich nicht so streng aufgetreten, hätten mich die Menschen aufgefressen. Ich war nämlich extrem scheu.

**In den 1980ern waren Sie eine Ikone. Ihr strenger Look war legendär. Wollten Sie damit Ihre Scheu überdecken?**

Sicher zu einem Teil. Ich war wie eine dieser Kabuki, jene japanischen Frauen mit den weissen Gesichtern, den schwarzen Haaren und den roten Lippen. So schaffte ich es, dass mir die Menschen nicht zu nahe kamen.

**Und privat kleideten Sie sich in Jeans und T-Shirt?**

Nein, das war mein damaliger Stil, aufwendiges Make-up, expressive Kleidung. Eine Reflexion meines Selbst. 25 Jahre trug ich jeden Tag ro-



ten Lippenstift. Dann hörte ich damit auf, und hörte, wie jemand auf der Strasse sagte: «Schau, da geht Paloma Picasso.» Und der andere meinte: «Nein, das kann sie nicht sein, sie trägt keine roten Lippen!»

**Sie leben und arbeiten mit Ihrem Mann, der die geschäftliche Seite ihres Unternehmens leitet. Ist die Nähe kein Problem?**

Diese Lösung taugt sicher nicht für alle. Aber bei uns klappt es super, da wir einander respektieren. Er ist strukturiert, ich eher ein bisschen «Huhu» (*sie verwirft theatralisch die Hände*). Und er pusht mich, neue Dinge auszuprobieren.

**Wie würden Sie sich einem Fremden beschreiben?**

Vielleicht kreierte ich Dinge, damit ich als Individuum wahrgenommen werde, und nicht wegen meines Namens. Ich definiere mich über meine Kreativität, die ich mit anderen teilen will. Darum mache ich auch Schmuck und keine Skulpturen. Er ist persönlicher, und ich teile etwas mit einer Person, die ich noch nie in meinem Leben getroffen habe.

**Mögen Sie es, Frauen zu treffen, die Ihren Schmuck tragen?**

Natürlich! Vor einigen Jahren sah ich eine Dame in einem Restaurant in New York, die mir wild zuwinkte. Ich war erstaunt, weil ich sie nicht kannte, bis ich merkte, dass sie von mir designte Ohrhinge trug. In diesem Moment fühlte ich mich mit ihr verbunden.

**Sie haben bereits als Kind Schmuck geliebt.**

Ja, und es ist wirklich lustig, denn ich war ein echter Wildfang. Ich trug Hosen und Hemden und dazu Armbänder und Fingerringe. Eine ungewöhnliche Kombination.

**Sie hatten also schon damals diese zwei Seiten, die aufmüpfige und die zarte?**

Ja, ich war zum Beispiel zu Hause sehr still, in der Schule aber führte ich das grosse Wort. Diese Gegensätzlichkeiten meines Charakters prägen mich bis heute.

**Ihre Mutter, Françoise Gilot, die in dritter Ehe mit Picasso verheiratet war, arbeitet mit 93 Jahren immer noch als Malerin.**

Ja, sie ist eine wirklich aussergewöhnliche Frau mit viel Esprit. Sie lebt in New York und besucht uns regelmässig.

**Sie haben Accessoires kreiert, Parfums, Porzellan, Sonnenbrillen und vieles mehr. Warum konzentrieren Sie sich jetzt ausschliesslich auf Schmuckdesign?**

Als ich meinen Mann Eric traf, sagte er: «Überlege dir, was dir wirklich wichtig ist, für was du deine Energien einsetzen willst.» Die Accessoires-Linie leitete mein Ex-Mann, also beschlossen wir, sie zu beenden. Jetzt arbeite ich viel fokussierter.

**Wir werden also keine weiteren Accessoires von Ihnen tragen?**

Vielleicht mache ich wieder Sonnenbrillen. Ich liebe sie und trage sie ständig. Sie wissen: Scheue Menschen lieben grosse Brillen.

**Mit Yves Saint Laurent waren Sie gut befreundet.**

**Er gab Ihnen Ihren ersten grossen Schmuckauftrag.**

Ich werde ziemlich sentimental, wenn ich an ihn denke. Ich fühle mich ihm immer noch sehr nahe, auch wenn er nicht mehr da ist.

**Als Kind verbrachten Sie jeden Sommer bei Ihrem Vater in Südfrankreich. Was sind Ihre Erinnerungen an diese Zeit?**

Die Leute mögen das speziell finden, dass ich einen so berühmten Vater hatte, für mich war er einfach mein Vater. Natürlich wusste ich schon als Kind, dass er unglaublich berühmt war. Er war sehr «easy going», kümmerte sich zum Beispiel überhaupt nicht um meine Schulnoten. Das war ihm egal. Also war ich in dieser Beziehung die Erwachsene, weil es mich beschäftigte. Ich verbrachte viel Zeit mit ihm beim Zeichnen, und weil ich so ein stilles Kind war, erlaubte er mir, neben ihm zu stehen, wenn er malte.

**Was empfinden Sie, wenn Sie die Bilder Ihres Vaters sehen?**

Zuerst versuche ich sein Werk als das des Künstlers Pablo Picasso zu sehen. Damit zolle ich ihm Respekt. Er ist mein Vater, aber auch der grösste Künstler des 20. Jahrhunderts. Wenn ich mich, meine Mutter oder ein anderes Familienmitglied in einem der Bilder erkenne, bringt das natürlich andere Gefühle zum Vorschein (*sie lächelt versommen*).

**Wollten Sie nie selber Malerin werden?**

Als Kind zeichnete ich viel. Mit 14 Jahren beschloss ich, keine einzige Zeichnung mehr zu machen. Ich hatte Angst, ebenfalls Malerin zu werden und ständig an meinem Vater gemessen zu werden. Viele Jahre lang rührte ich keinen Stift mehr an, erst als ich begann Schmuck zu designen, wurde es wieder zum Thema.

**Was gefällt Ihnen an Lausanne besonders?**

Ich liebe den See, gerade gestern waren wir mit unserem Schiff draussen. Wenn es kalt und garstig wird, fliegen wir allerdings nach Marrakesch. Dort liebe ich vor allem das wundervolle Licht und meinen Garten, der unglaublich schön ist.

**Inspiriert Sie die Schweiz auch bezüglich Ihrer Designs?**

Ja, auf alle Fälle. Es ist wunderbar hier, ich liebe die Offenheit der Leute, dass ich mich frei bewegen kann. Schweizer sind sehr «down to earth». Natürlich liebe ich es, zu reisen. Ich liebe die Aufregung von Zeit zu Zeit, aber nur in Lausanne kann ich richtig relaxen und arbeiten. Es ist einfach mein Zuhause. ☺

Ich definiere mich über die **Kreativität**, die ich mit anderen teile

**KREATIVE IKONE**

**OBEN**

Paloma mit ihrem Vater Pablo Picasso am Golf von Juan, um 1950.

Paloma Picasso, Marisa Berenson und Loulou de la Falaise bei einer Yves-Saint-Laurent-Modenschau 1971.

**UNTEN**

In den 80er-Jahren posierte Paloma Picasso für ihr Parfüm vor der Kamera von Richard Avedon.

Paloma Picasso in ihrem zweiten Zuhause in Marrakesch (2008).

**SCHMUCK**

Der Sugar Stacks Ring mit pinken Saphiren in 18 Karat Roségold.

Olive Leaf, ein Anhänger in der Form eines Olivenbaumzweiges, den Paloma Picasso für Tiffany & Co. designt hat und die Skizze dazu (*in Marrakesch*).

**MUSEUM® CLASSIC** DAS LEGENDÄRE ZIFFERBLATT  
MIT NEUEN TON-IN-TON DETAILS.  
POLIERTES ROSTFREIES EDELSTAHL-GEHÄUSE.  
SCHWARZES LEDERBAND.  
MOVADO.COM



# MOVADO

SWISS HERITAGE | MODERN DESIGN



# VERSTECK **SPIELE**

EDLER SCHMUCK UND  
FESTLICHE MODE –  
DIESE PREZIOSEN WOLLEN  
ENTDECKT WERDEN.

FOTOS YVES BACHMANN  
STYLING YVONNE WIGGER

**LINKE SEITE**  
**ER** Hemd, Hose,  
Jackett und  
Seidenkrawatte, **Prada**.  
**SIE** Jupe und Top,  
**Boss**. Mantel,  
**Isabel Marant**.  
Armspange «Orb»,  
**Studio Mason**.

**RECHTE SEITE**  
**ER** Hemd und Jackett,  
**Z-Zegna**.  
**SIE** Seidenkleid,  
**Barbara Bui**.  
Bomberjacke,  
**Thakoon**. Strümpfe,  
**Fogal**. Stiefeletten,  
**Hermès**. Ohringe  
«Begin», Palladium,  
**Swarovski**.  
Ring «Rhomben»,  
Silber, **En Soie**.





**LINKE SEITE**

**ER** Hemd, **Drykorn.**  
Blazer, **Bottega Veneta.** Mantel,  
**Paul Smith.** Uhr  
«L.U.C XPS Poinçon  
de Genève», Platin mit  
handgenähtem  
Armband aus  
Alligatorenleder,  
**Chopard.** Armreif,  
**Studio Mason.**

**RECHTE SEITE**

**SIE** Spitzenkleid,  
**Dolce & Gabbana.**  
Brokatmantel, **Miu Miu.** Schnür-  
stiefeletten, **Bottega Veneta.** Armreif,  
**Hermès.** Ring, **Tiffany.**

**LINKE SEITE**

**SIE** Fransenkleid, **Stella McCartney**. Schuhe, **Tabitha Simmons**. Ohrschmuck, Kollektion Vive Elle, Weissgold mit Brillanten, **Bucherer**. Ring, Kollektion Everyday Diamonds, Weissgold mit Brillanten, **Kurz**. Uhr «Tonda Metropolitaine», Gehäuse und Armband aus Stahl, Perlmutterzifferblatt mit Diamanten besetzt, **Parmigiani**. Armreif, Kollektion Everyday Diamonds, Weissgold mit Brillanten, **Kurz**.

**RECHTE SEITE**

**ER** Hose und Jackett, **Salvatore Ferragamo**. Hemd, **Hugo Boss**. **SIE** Kleid, **Bottega Veneta**. Seidenfoulard, **Talbot Runhof**. Gürtel, **Neri Firenze**. Lederclutch, **Zilla**. Armreif, aus Rotgold, mit einem Diamanten besetzt, **Hermès**. Ring, Tiffany T Kollektion, aus Roségold, **Tiffany**.

FOTOASSISTENZ: SIMON HABEGGER MAKE-UP UND HAAR: LENA FLEISCHER @STYLE COUNCIL. SIE BENÜTZT DIE PRODUKTE VON KEVIN MURPHY MODEL SIE: SARAH SEEWER @WOMEN PARIS MODEL ER: SÉBASTIEN ANDRIEU @SUCCESS ART DIRECTOR: GÉRALDINE DURA PRODUKTION BILD: SOPHIE PERRAUDIN CASTING: CORINNE PITON DANKE AN DAS RESTAURANT DIE WAID IN ZÜRICH WWW.DIEWAID.CH







# SCHÖNE BESCHERUNG

NOCH NICHT DAS RICHTIGE GESCHENK FÜR DIE LIEBSTEN GEFUNDEN? WIR ZEIGEN OBJEKTE, DIE GARANTIERT FÜR LEUCHTENDE AUGEN SORGEN.

FOTOS & STYLING **AIMÉE HOVING** UND **PHILIPPE PALMA**  
AUSWAHL GESCHENKE **RACHEL BARBEZAT** ILLUSTRATIONEN **ALAIN BOULDOUYRE**



## Weihnachtsmorgen

GESCHENKIDEEN,  
VON LINKS NACH RECHTS  
UND VON OBEN NACH UNTEN

**Tisch** «Kangourou» von Mathieu Matégot für **Gubi**, 430 Fr.  
**Chinesische Teekanne** aus Porzellan, **Shanghai Tang**, 180 Fr.  
**Siegelring** «Margot» aus Silber und Amethyst, **Dinh Van**, 780 Fr. **Stuhl** «About A Chair» von Hee Welling für **HAY**, 265 Fr. **Sofortbildkamera** «Socialmatic», **Polaroid**, ca. 360 Fr.  
**Basketballschuh** «Pure Boost City Blur», **Adidas**, 155 Fr. Marineblaues **Daunengilet** für Männer, **Lacoste**, 149 Fr. **Sonnenbrille** «Tycane Pro Outdoor» (zwei Grössen, fünf Farben), **Adidas**, 279 Fr. Handgemachter **Rucksack** aus Leinen mit Ledereinsätzen, **HMQC**, 179 Fr.  
**Fahrrad** «Devon de Luxe», **Raleigh**

**Bikes**, ca. 600 Fr. **Parfüm** «Knot», **Bottega Veneta**, 50ml, 145 Fr.  
**Damenuhr** «Ebel Wave», 30mm, Perlmutterzifferblatt, mit 58 Diamanten, Gehäuse aus Stahl und 18 Karat Gelbgold, **Ebel**, 3450 Fr. Weisses **Christbaumkugeln Globus**.  
**Schachtel F. Jahnle + Cie SA.**

TISCHACCESSOIRES,  
VON LINKS NACH RECHTS  
UND VON OBEN NACH UNTEN

**Espressotasse**, **Kahla** (Globus). **Kaffeelöffel**, links **Sola** (Manor), rechts **Manor**. **Kuchengabel**, **WMF** (Manor). **Weinglas**, **Globus**. **Strohhalme** aus Papier (im Glas), **Kikkerland** (Manor). **Karaffe** «Allégorie», **Villeroy & Boch** (Manor). Silbernes **Aufstrichmesser**, **Raynaud** (Aux arts du feu). **Butterdose** mit Hund, **Pfister**. **Serviette** und sternförmiger

**Serviettenring**, **Pfister**. **Stoff** «lin métallique» **Dominique Kieffer**, (Ploum). **Schaffell**, **Manor**. **Etagère**, **Dibbern** (Globus). **Weihnachtsbiskuits**, **Laura Moser Pastry & Cake Design**. **Weihnachtsvogel**, **Globus**. **Teekanne**, **Dibbern** (Globus). **Teesieb**, **Ploum**. **Teller**, **Jars** (Manor). **Teller**, **Villeroy & Boch** (Manor). **Salz- und Pfefferstreuer**, **Greggio** (Aux arts du feu). **Eierbecher**, **Dibbern** (Globus). **Espressolöffel**, **Globus**. **Glasschälchen**, **Pfister**. **Tablett** aus Porzellan, **Globus**. **Konfitüre**, **Wilkin & Sons LTD**, (Delicatessa Globus). **Espressolöffel Sola**, (Globus). **Espressotasse** mit **Untertasse** «Grand Hôtel», **Manor**. **Espressolöffel**, **Manor**. **Tabakpfeife**, private Kollektion.





## Weihnachtsabend

GESCHENKIDEEN,  
VON LINKS NACH RECHTS  
UND VON OBEN NACH UNTEN

**Tasche** «Everston» aus Nappaleder, von Clare Waight Keller für **Chloé**, ca. 2170 Fr. Verstellbare **Halskette** aus Leder und goldenem Metall, **Marni**, ca. 630 Fr. **Vase** «Augusto» aus Muranoglas, Kollektion «Nouveaux classiques», **Roche Bobois**, 1310 Fr. **Hut** aus wasserfester Wolle, **Borsalino**, 395 Fr. **Parfüm** «L'Homme Idéal», **Guerlain**, 50 ml, ca. 82 Fr. **Herrenuhr** «Chiffre Rouge A03», 36 mm. Gehäuse und Armband aus Stahl, schwarzes galvanisches Zifferblatt, schwarzer transparenter Gehäuseboden

aus Saphirglas, **Dior**, 3800 Fr. **Wolljacke** mit versteckter Knopfleiste, **Carven**, ca. 1180 Fr. **Armreif** «Jonc Le Deux Clous», Vermeil und Schwarzer Onyx, **Saint Laurent Paris**, ca. 1080 Fr. **Kleiderbügel** «Quarten» aus goldenem Aluminium, von Andreas Bechtiger für **Atelier Pfister**, 3er-Set, 19 Fr. **Handschuhe** aus Lammlleder und Kaschmir, **Agnelle**, 120 Fr. **Korsett** aus Tüll und Leaverspitze mit **Höschen**, **Chantal Thomass**, 679 Fr. 360° **Soundsystem** «Poet», ca. 4000 Fr. und **Ständer** aus Eiche, ca. 2400 Fr., beides **Pandoretta**. Weisse **Christbaumkugeln**, **Globus**. **Schachtel**, **F. Jahnlié + Cie SA**.

TISCHACCESSOIRES, VON LINKS NACH  
RECHTS UND VON OBEN NACH UNTEN

**Teller** (vom grössten zum kleinsten): «Chambord», **Raynaud**; «Farahnaz», **Haviland & Parlon**; «Balcon du Guadalquivir», **Hermès** (Aux arts du feu). **Christbaumkugeln**, **Globus**. **Serviettenringe**: **Hafke** und **L'Objet** (Aux arts du feu). **Decke** «Mondo», **Pfister**. **Becher** «Excellence» und **Glas** «Stella Or», **Saint-Louis** (Aux arts du feu). **Weinglas** «Lady Diamo», **Cristal d'Arques** (Pfister). **Karaffe**, **Baccarat** (Aux arts du feu). **Glas**, **RCR Melodia** (Manor). **Glas** «Baalbeck», **Saint-Louis** (Aux arts du feu). **Karaffe**, **Pfister**. **Wein-glas**, **Cristal d'Arques** (Pfister). **Tartufi neri**, **Migros Sélection**.



Da rauchen die Reifen: 717 PS treiben den neuen Dodge Challenger SRT Hellcat auf über 300 km/h.

# Kraftpaket auf Rädern

DIE NEUEN AMERIKANISCHEN MUSCLE CARS WERDEN AUFGERÜSTET. VORNEWEG FÄHRT DER DODGE CHALLENGER SRT HELLCAT MIT MEHR ALS 700 PS.

TEXT HANSPETER EGGENBERGER

**D**IE KÖPFE DREHEN sich, wenn er vorbeifährt. Steht er bei einer roten Ampel an einer Kreuzung, zücken Jugendliche das Handy, um rasch ein

Foto von ihm zu schiessen, bevor das dunkle Blubbern des grossen Achtzylindermotors zu einem Donnerrollen anschwillt und der Dodge Challenger rasch aus dem Blickfeld entschwindet. Auch mehr als sechs Jahre nach seiner Lancierung im Jahr 2008 ist das spektakulärste Modell des Muscle-Car-Revivals ein Hingucker par excellence. Nicht nur weil es eher selten zu sehen ist – die Marke Dodge wird, seit die amerikanische Chrysler-Gruppe von Fiat übernommen wurde, in Europa nicht mehr offiziell vertrieben –, sondern vor allem auch wegen seiner optischen Erscheinung. Das Design ist dem 1970er-Modell nachempfunden, ohne deswegen aber altmodisch zu wirken. Was erst auf der Strasse auffällt, ist seine Grösse. Wer den Challenger nur auf Bildern gesehen hat, erwartet eher ein handliches Coupé. Doch dieses Coupé hat die Ausmasse einer grossen Limousine: mehr als 5 Meter lang, fast 2 Meter breit, lange Nase, kurzes, hoch stehendes Heck, darunter 20-Zoll-Walzen, die hinten breiter sind als vorne. Ein brachiales Automobil in der heutigen Zeit. Sicher unvernünftig. Aber für viele Fans einfach unwiderstehlich. «Kaum ein europäisches Auto vereint eine derart ruppige Form der Aggressivität mit einer leicht antiquierten Eleganz», schrieb Ulf Poschardt, Autor eines Buches über den Porsche 911, in der «Weltwoche»: «Der Challenger ist ein unökologisches Raubtier: Er ist der pornografischste Muscle Car der Gegenwart.» Schon in der ersten Version lieferte der 6,1-Liter-V8-Motor des Spitzenmodells SRT8 431 PS, 2013 bekam die SRT8-Version die Zusatzbezeichnung 392. Die Zahl steht für den Hubraum: 392 Cubic Inch, also 6,4 Liter; die Leistung stieg auf 476 PS.

Das ist für einen so grossen Motor eigentlich relativ wenig, und die Konkurrenz reagierte bald mit mehr Muskeln. Denn auch Chevrolet und Ford hatten sich auf die glorreiche Muscle-Car-Ära besonnen und trimmten ihre Modelle Camaro und Mustang auf Retro. Und boten bald schon Versionen mit mehr als 500 PS (Camaro) und gar über 600 PS (Mustang) an. Die optisch kleineren Konkurrenten zeigten dem mächtigen Challenger ihre Auspuffrohre.

## Eine wahrliche Höllenkatze

Im Herbst zog der Challenger aber wieder an den Konkurrenten von Chevrolet und Ford vorbei: Ab Modelljahr 2015 bietet Dodge den stärksten serienmässigen Muscle Car aller Zeiten: den Challenger SRT Hellcat. Ein 6,2-Liter-V8-Motor liefert dank Kompressor 717 PS. Wahrlich eine Höllenkatze! Damit nicht jeder Fahrer in Versuchung geführt wird, das Letzte aus diesem Raubtier herauszukitzeln, wird das Modell mit zwei verschiedenen Schlüsseln ausgeliefert: Wird der Wagen mit dem roten gestartet, liefert er die volle Kraft, empfängt die elektronische Steuerung aber das Signal des schwarzen Schlüssels, wird der Hellcat zwar nicht gerade zum Schmusekätzchen, gibt aber nur einen Teil seiner Leistung frei. Es gibt diese Maschine mit einer 6-Gang-Handschriftung oder als 8-Gang-Automat, bei dem mittels Schaltwippen am Lenkrad aber auch manuell eingegriffen werden kann. Zudem stehen drei verschiedene Fahrmodi zu Wahl: «Street» ist die Komfort-Einstellung für den alltäglichen Strassenverkehr; für eine sportlichere Fahrweise wird «Sport» gewählt; und dann gibt es noch die Einstellung «Track», bei der die Fahreigenschaften des Wagens für den Einsatz auf einer Rennstrecke optimiert werden.

Optisch unterscheidet sich der Hellcat nicht wesentlich von den «normalen» Modellen. Auf das Modelljahr 2015 hat Dodge den Challenger einem ersten Facelift unterzogen, die Grundform bleibt aber gleich.

Änderungen gibt es beim Kühlergrill, der, ausser beim Hellcat, neu zweigeteilt ist, und bei den Heckleuchten, die statt über die ganze Breite durchgehend ebenfalls zweigeteilt sind. Auch bei dieser Neugestaltung zeigen die Dodge-Designer Traditionsbewusstsein: Die Änderungen entsprechen jenen, die seinerzeit das Modell 1971 vom 1970er unterschieden. Der Hellcat unterscheidet sich von den anderen Challenger durch zusätzliche Lufteinlässe in der Motorhaube und einen grösseren unteren Kühlergrill, zudem durch das einen stilisierten Katzenkopf zeigende Hellcat-Logo und die Beschriftung «Supercharged», die auf den Kompressor hinweist.

Neben dieser Höllenmaschine gibt es nach wie vor andere Ausführungen des Challenger. Aus der eigentlichen Tuningschmiede der Chrysler-Gruppe – SRT ist für dieses Unternehmen etwa, was AMG für Mercedes oder BMW M für BMW ist – gibt es weiterhin den Challenger SRT 392, der inzwischen mit 491 PS nur noch knapp unter der 500er-Schallgrenze liegt. Und im normalen Dodge-Programm gibt es weitere Versionen mit dem klassischen 5,7-Liter-V8-Motor und mit einem 3,6-Liter-Sechszylinder. Alle Modelle werden in Europa nicht offiziell angeboten; es gibt kein Händlernetz der Marke mehr. Doch über die Autoplattformen im Internet sind Importeure und Händler leicht zu finden.

Die beiden anderen grossen US-Hersteller, General Motors mit Chevrolet sowie Ford, bieten ihre muskulösen Wagen dagegen international an. Und müssen daher im Design auch mehr Konzessionen an den Massengeschmack machen, wie vor allem das 2015er-Modell des Mustangs zeigt. Hatte man sich nach langen Jahren mit eher biederen Versionen seit 2004 wieder am Original der späten 1960er-Jahre orientiert und ein optisch kraftvolleres Auto präsentiert, kommt der Nachfolger wieder niedlicher daher. Auch bei den neuen Motoren wird mehr an eine Kundschaft mit öko-

MUSTANG



CAMARO



logisch schlechtem Gewissen gedacht als an die «Ich geb Gas, ich will Spaß»-Fraktion. Neben einem Vierzylinder-«Ecoboost»-Motor wird immerhin noch der 5-Liter-V8 mit 418 PS angeboten. Was mit dem schnellsten Mustang, dem Shelby GT 500, weiter geschieht, ist zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses noch offen. Noch ist aber das Modell 2014 zu finden, das mit einem 5,8-Liter-V8-Motor mit Kompressor ausgestattet ist und mit einer Leistung von 671 PS nicht so weit vom Hellcat entfernt ist. Während Dodge den Hellcat als «the most powerful muscle car ever» ankündigt, preist Chevrolet den 2015er-Camaro ZL1 als «the most powerful Camaro ever» an. Der 6,2-Liter-V8-Motor mit Kompressor leistet stattliche 588 PS. Optisch ist der Camaro allerdings eher ein schneller Flitzer, niedriger und kürzer als der Challenger. Für Frischluftfreunde gibts den Camaro auch als Cabriolet.

Der Dodge Challenger von 1970, der fast 40 Jahre später das Vorbild für das neue Modell war, sorgte 1971 im Roadmovie «Vanishing Point» für Furore. Kowalski, gespielt von Barry Newman, der später als

**OBEN** Ford Mustang Shelby Cobra 2014.  
**OBEN RECHTS** Chevrolet Camaro ZL1 2015.  
**RECHTS** Dodge Challenger SRT Hellcat 2015.

TV-Detektiv Petrocelli weltbekannt wurde, muss einen weissen Dodge Challenger R/T von Denver nach San Francisco überführen. Er wettet, dass er dies in fünfzehn Stunden schaffe. Das geht aber nur, wenn er schneller fährt als erlaubt. So wird er auf seiner Fahrt durch den Südwesten der USA immer stärker von der Polizei verfolgt. Die Flucht endet mit einem flammenden Inferno in einer Strassensperre. Das brennende Auto war

aber nicht der weisse Dodge Challenger. Die fünf Wagen, die von Chrysler zur Verfügung gestellt worden waren, mussten nach den Dreharbeiten wieder zurückgegeben werden. Beim brennenden Auto handelte es sich um einen billig gekauften gebrauchten Chevrolet Camaro 1967. Statt eines Motors steckte Sprengstoff im Camaro, und er wurde an einem Seil in die Sperre gezogen. Als Zugfahrzeug verwendete der Stuntman einen der kraftvollen geliehenen Dodge Challenger. ☉



CHALLENGER

ANZEIGE

## Philips VisaCare – Mikrodermabrasion. Jugendliche Ausstrahlung für Ihre Haut.

Hautpflege wie im Schönheitssalon: Mit **Philips VisaCare** holen Sie die Mikrodermabrasion zu sich nach Hause. Die einzigartige Dual-Action Technologie kombiniert ein intensives Peeling mit einer vitalisierenden Vakuummassage. Die natürliche Zellerneuerung der Haut wird angeregt und Ihre Haut wirkt sichtbar straffer und verjüngt. Entdecken Sie mit Philips VisaCare einen völlig neuen Weg zu jugendlich straffer Haut.

innovation  you



Entdecken Sie ein neues Schönheitsritual - VisaCare  
[www.philips.com/visacare](http://www.philips.com/visacare)

**PHILIPS**



Zeitgenössische Interpretation des Kirchenbaus: Hier das in Rom gelegene Gotteshaus Santo Spirito di Gesù.

# 10

## KIRCHEN, DIE ERSTAUNEN

HEUTZUTAGE BESTECHEN GOTTESHÄUSER DURCH UNGEWÖHNLICHE KONZEPTE UND FORMEN.

TEXT RENZO STROSCIO





# 1 Symbolisch Kirchenkomplex in Rom (I)

**Konzept** Die Frage, wie die Architektur eines Baus eine Verbindung zum Göttlichen schaffen kann, beantwortet das Römer Studio Sartogo. Es greift traditionelle Symbole wie den Kreis und die Kugel auf, die für Ewigkeit und Unendlichkeit stehen. Die Kuppel aus hellem Travertin, welche die Kirche Santo Volto di Gesù in Rom krönt, ist halbkreisförmig. Die «Schnittfläche», ein grosses Glasfenster, blickt wie ein Auge auf die zweite Hälfte des Kirchenkomplexes. Die Kirche wurde 2006 eingeweiht.

**Atmosphäre** Das Projekt ist eine Anspielung auf den Kreuzweg. Eine enge Gasse trennt den sakralen Teil von den Räumen der Kirchengemeinde: Die Gläubigen schreiten durch einen V-förmigen Korridor, an dessen Ende sich ein sehr schlichtes, schmales Kreuz befindet.

**Architekten** Piero Sartogo und Nathalie Grenon haben auch in den USA Bauten realisiert, so zum Beispiel die Kanzlei der italienischen Botschaft in Washington oder die Bank von Rom (Banca di Roma) in New York.

Santo Volto di Gesù, Via Caprese 1, Quartier Portuense

# 2 Reduziert Betonkirche in Foligno (I)

**Konzept** In der Kleinstadt Foligno in Umbrien haben Massimiliano und Doriana Fuksas einen massiven, weissen Betonkubus entworfen. Die Kirche wurde nach dem Erdbeben von 1997 neu erbaut und 2009 dem Apostel Paulus geweiht. An ihrem Standort befand sich einst ein Container, der den Menschen, die ihr Heim verloren haben, Unterschlupf gewährte. Im Innern vereinen sich die Elemente harmonisch, so zum Beispiel der Altar im Altarraum. Mit diesem Konzept konnten sie die italienische Bischofskonferenz überzeugen.

**Atmosphäre** Im Kontrast zur klaren Geometrie des Sakralbaus wollten die Architekten im Innern der Betonkirche einen «direkten Dialog mit dem Himmel» ermöglichen.

**Architekten** 1999 erhielt Massimiliano Fuksas den Grand Prix de l'Architecture. 2000 war er Direktor der Biennale von Venedig. Massimiliano lebt und arbeitet mit seiner Frau Doriana, die ebenfalls als Architektin tätig ist.

Chiesa di San Paolo Apostolo, Via del Roccolo 30

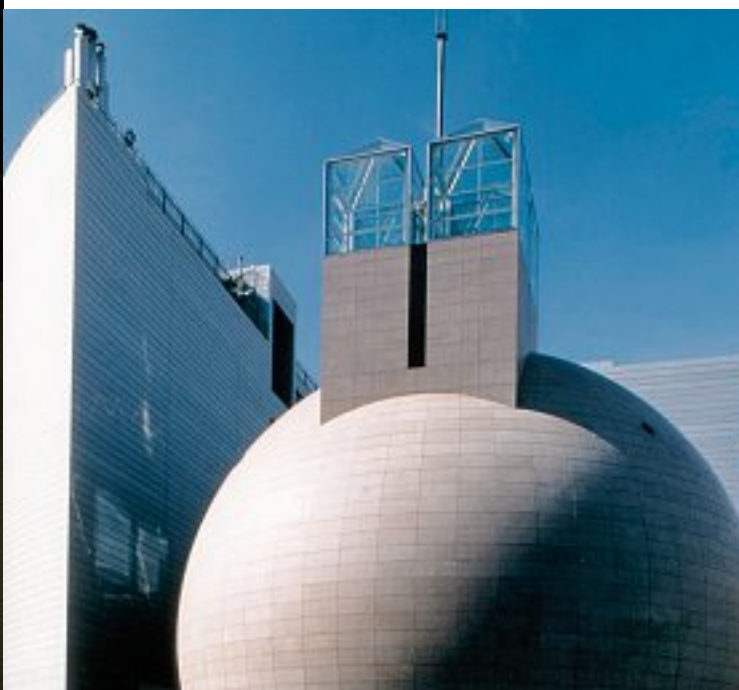
# 3 Modern Jugendkirche in Nürnberg (D)

**Konzept** Die Frage, wie der Gottesdienst für Junge attraktiv gestaltet wird, beschäftigt heute viele Kirchen. Die evangelische Lux Junge Kirche in Nürnberg hat als erste Jugendkirche in Bayern ein erfolgreiches Konzept entwickelt. Die einst vom Architekten Hans C. Reissinger entworfene Kirche wurde vom Duo Nörpel Architekten umgestaltet und auf die Bedürfnisse junger Leute ausgerichtet. Sie haben sich dafür von neuen Technologien inspirieren lassen. Die futuristisch einggerichteten Räume können leicht für Messen, Konzerte, Chorproben, Theater und andere Events umfunktioniert werden.

**Atmosphäre** Lux - die Kirche wurde 2009 eingeweiht - ist mit zahlreichen elektronischen Geräten ausgestattet, die bei den Jungen für Spass sorgen sollen. Dazu gehört eine voll vernetzte Eingangshalle.

**Architekten** Das Nürnberger Büro Nörpel Architekten ist auf die Restaurierung von öffentlichen Gebäuden spezialisiert.

Lux Junge Kirche, Leipziger Strasse 25



# 4 Originell Kugelkirche in Genf (CH)

**Konzept** Mitten im Zentrum von Genf, im Quartier Paquis, steht das wohl auffallendste Gotteshaus der protestantischen Calvin-Stadt, und es ist ausgerechnet eine römisch-katholische Kirche: eine riesige Kugel aus rosafarbenem Granit, mit 20 Meter Durchmesser, welche die Verbundenheit der Dreifaltigkeit und der Erdkugel symbolisiert. Die Kirche, die 1994 gebaut wurde, steht fast eingeklemmt in einem Hochhauskomplex, behauptet sich aber dank ihrer originellen Gestaltung selbst in dieser Ansammlung modernster Bauten. Regenbogenfarbige Öffnungen in der Kuppel filtern das Tageslicht. Auf der Kugel stehen gläserne Pyramiden, überragt von einem filigranen Kreuz.

**Atmosphäre** Als sei die Symbolik der Kugel (Göttliche Vollkommenheit, Dreifaltigkeit, Erdball) nicht genug, ist die Rundkirche von einem Wassergraben umgeben, fast als stehe sie in einem Taufbecken. Ins Innere gelangt der Besucher über einen kurzen Steg.

**Architekt** Der Tessiner Architekt Ugo Brunoni zeichnet auch für die École Le Corbusier im Genfer Quartier Malagnou verantwortlich.

Eglise Sainte Trinité, rue Ferrier 16

# 5 Puristisch Kirchenbunker in Santa Cruz (ES)

**Konzept** Geradezu düster wirkt dieser Bau, der teilweise tief im Boden verankert ist und deshalb als Kirchenbunker bezeichnet werden kann. Geschaffen hat die Holy Redeemer Church bei Santa Cruz auf Teneriffa der Architekt Fernando Menis. Von aussen sieht man mehrere aneinander gelehnte, schwere Betonplatten. Im Inneren gibt es mehrere Räume, auch sie sind dunkel. Die antikonformistische Architektur des Baus treibt Purismus und Minimalismus auf die Spitze. Selbst das Kreuz ist nur ein schmaler Schnitt in der Betonwand, der als Schatten auf dem Boden erkennbar wird.

**Atmosphäre** Lichtstrahlen, die von oben eindringen, schaffen eine intime, spirituelle Atmosphäre. Der Raum, der Menschen aller Glaubensrichtungen als Ort der Reflexion offen steht, enthält nichts Überflüssiges.

**Architekt** Die Betonkirche ist eines der berühmtesten Werke von Fernando Menis. Er erhielt dafür den Preis für die beste Innovation aus Beton der Ambuja Knowledge Foundation of India.

Holy Redeemer Church, Los Majuelos, San Cristobal de la Laguna

# 6 Innovativ Kartonkirche in Christchurch (NZ)

**Konzept** Nach dem schweren Erdbeben, das 2011 die neuseeländische Stadt Christchurch heimsuchte und viele Gebäude, darunter auch die anglikanische Kathedrale, zerstörte, wurde der Architekt Shigeru Ban mit dem Neubau beauftragt. Der Japaner schuf eine innovative Kirche aus Karton. Er verwendete recycelbare Materialien und abgedichtete Kartonröhren. Der wasser- und feuerfeste Bau, der ein riesiges Dreieck bildet, nimmt bis zu 700 Menschen auf.

**Atmosphäre** Die Kartonkirche besticht durch ihre unkonventionelle und ökologische Dimension. Tageslicht fällt durch eine Front von vielen farbigen Glasfenstern. Dass die Kathedrale aus Karton künftigen Beben standhalten wird, gibt einem als Besucher ein gutes Gefühl.

**Architekt** Seine erste Pappkirche baute Shigeru Ban in Japan nach dem verheerenden Erdbeben in Kobe. Für sein innovatives und humanistisch geprägtes Werk erhielt Ban dieses Jahr den Pritzker-Preis, der als Nobelpreis der Architektur gilt.

Cathedral of Christchurch, Hereford Street 234, Latimer



## 7 Versteinert Kirchlein in Mogno (CH)

**Konzept** Ein spektakuläres Beispiel moderner Kirchenarchitektur erwartet Besucher im Tessiner Weiler Mogno, der auf 1180 Metern im Val Lavizzara liegt. Der Bau wurde vom Schweizer Architekten Mario Botta als Ersatz für die alte Kirche entworfen, die 1986 von einer Lawine weggerissen wurde. Das Johannes dem Täufer geweihte Gotteshaus ist winzig, aber nicht zu übersehen: eine schräg abgeschnittene Ellipse aus den lokalen Gesteinen Marmor und Granit. Aussen bilden die Steine ein grau-weisses Muster aus Ringen, im Inneren ist ein Schachbrettmuster zu sehen.

**Atmosphäre** Die Kirche, die für etwa 15 Personen Platz bietet, ist fensterlos. Erhellung wird sie nur vom Tageslicht, das durch das Dach fällt. Dies schafft eine einzigartige Atmosphäre, die Kraft spendet und zum Innehalten einlädt.

**Architekt** Mario Botta, der bei seinen Bauten stets auf Material und handwerkliche Erfahrung aus der Region setzt, hat mit dem eigenwilligen Bergkirchlein ein Kleinod geschaffen.

San Giovanni Battista, Mogno, Valle Maggia



## 8 Kunstvoll Kirche in London (GB)

**Konzept** Im Londoner Stadtteil Bloomsbury steht seit Jahrzehnten das Gotteshaus Lumen Church. Den Auftrag zum Umbau der Kirche, die in den 1960er-Jahren erbaut wurde, nahmen die Architekten Theis und Khan zum Anlass für eine spektakuläre Modernisierung. Die Architekten zogen für das Projekt zudem die Künstlerinnen Rona Smith und Alison Wilding bei, die für die Kirche filigrane Eisenskulpturen entwarfen.

**Atmosphäre** Der eigentliche Sakralraum der Kirche befindet sich in einem elf Meter hohen Kegel, der sich zur Decke öffnet und von dort das Licht in den Raum leitet. Das Licht verleiht dem ganzen Raum eine Atmosphäre von Reinheit und Wohlbefinden. Wer im Inneren des Kegels nach oben blickt, sieht direkt in den Himmel.

**Architekten** Das Werk der britischen Architekten Theis und Khan wurde 2009 mit dem renommierten Preis des Royal Institute of British Architects (RIBA) ausgezeichnet.

Lumen Church, Tavistock Place 88



## 9 Futuristisch Zeltartige Kirche in Maassluis (NL)

**Konzept** Für das Projekt einer neuen Kirche in Maassluis schrieb die Diözese Rotterdam einen Wettbewerb aus, den das Büro Royal Haskoning gewonnen hat. Zuerst wurde ein Gerüst aus Stahl gebaut. Darüber wurde ein Tuch gespannt. Innen ist der Bau ebenfalls mit Stoff ausgekleidet. In der zeltartigen halben Ellipse können 297 Personen in der Runde sitzen. Der sehr futuristisch anmutende Turm steht separat.

**Atmosphäre** Im Inneren der Kirche finden sich runde und fließende Formen. Zusammen mit dem Licht, das durch farbige Fenster fällt, schafft das eine warme und fesselnde Stimmung. Auf einer matten Glaswand steht in transparenten Lettern der Anfang des Johannesevangeliums.

**Architekten** Es scheint, als wollten Mari Baauw und René Olivier vom Büro Royal Haskoning einem berühmten Bauwerk ihre Reverenz erweisen. Die futuristische Kirche wird jedenfalls oft mit dem Opernhaus von Sydney verglichen.

De Petrus en Pauluskerk, P.C. Hooftlaan 7



In unserer Konsumgesellschaft brauchen wir **sakrale Räume**, die der Meditation vorbehalten sind



Die Neuapostolische Kirche Zuchwil: eine im 2007 vom Kanton Solothurn prämierte Architektur.

## 10 Historisch Kirche in Firminy (F)

**Konzept** Die Kirche St. Pierre in der französischen Industriestadt Firminy (in der Nähe von Saint-Etienne) wurde vom legendären Le Corbusier als eines seiner letzten Werke entworfen. Doch Geldmangel und politische Auseinandersetzungen stoppten 1970 den Bau. Erst drei Jahrzehnte später wurde die Bauruine als kulturgeschichtlich wertvoll anerkannt und mit staatlichen Mitteln vollendet. Heute steht die Kirche St. Pierre auf der Liste historischer Monumente Frankreichs.

**Atmosphäre** Nur der obere Teil des puristischen, weissen, Kegels dient religiösen Zwecken. Er ist mit einem Altar versehen. Geradezu magisch wirkt eine Reihe von Löchern, die je nach Lichteinfall das Sternbild Orion bilden.

**Architekt** Der Architekt José Oubrerie, der einst der Assistent von Le Corbusier war, vollendete 2006 den Bau. Da es keine Pläne mehr gab, stützte er sich auf alte Fotos, Modelle und Skizzen, die der 1965 verstorbene schweizerisch-französische Architekt hinterlassen hatte.

Eglise St. Pierre, Bd Périphérique du Stade

## Eine Frage des Lichtes und der Akustik



**URSULA STÜCHELI**,  
Smarch Architekten,  
Professorin  
an der Berner  
Fachhochschule.

### Welchen Platz hat die Kirche in der heutigen Gesellschaft?

Wir leben in einer mit Informationen überfluteten Konsumgesellschaft und brauchen sakrale Räume, die der Meditation vorbehalten sind. In seinem Buch «Religion für Atheisten» nennt sie der Philosoph Alain de Botton «unkommerzielle Räume, weite Felder der Stille und Schönheit». Religiösen Gemeinschaften geht es allerdings immer noch um einen Ort der Kommunikation mit Gott.

### Sagen Kirchen mit einer zeitgenössischen Architektur etwas anderes aus als alte Kirchen?

Mein Geschäftspartner Beat Mathys und ich kennen vor allem das Phänomen der privaten Kirchen, da wir die Neuapostolische Kirche in Zuchwil (Solothurn) entworfen haben. Private Kirchen wollen ihre Stärke zwar auch über die Architektur ausdrücken, so wie es einst der Katholizismus tat, aber sie tun dies in einem bescheideneren Ausmass. Mit unserem Projekt wollten wir den Gläubigen eine starke Identifizierung mit ihrer Kirche ermöglichen.

### Wie sind Sie beim Bau der Neuapostolischen Kirche

### in Zuchwil vorgegangen?

Wir wollten eine Verbindung zwischen dem durchsichtigen Foyer und dem heiligen Raum schaffen. Deshalb ist die Kirche geschlossen, aber durch ein Licht von oben erhellt. Dieses indirekte Licht, das die Kirche umhüllt, hat etwas Irreales, Geheimnisvolles. Das Wichtigste aber ist der Klang. Wir haben lange an der Decke gearbeitet, damit die Akustik im Raum perfekt ist. Die Herausforderung war, eine Architektur aus Stein, Marmor und Beton zu schaffen, die realistisch und poetisch zugleich ist. Eigentlich ist die Neuapostolische Kirche in Zuchwil die moderne Interpretation einer alten italienischen Kapelle.

**MONT  
BLANC** 

## Meisterstück Heritage Perpetual Calendar and Hugh Jackman

### Crafted for New Heights

Die Montblanc Meisterstück Heritage Perpetual Calendar ist mit einer der anspruchsvollsten Komplikationen der Uhrmacherkunst ausgestattet. Solange ihr Automatikkaliber MB 29.15 ausreichend aufgezogen ist, muss sie erst im Jahr 2100 wieder korrigiert werden. Eingebettet in ein 39-mm-Gehäuse aus 18 K Rotgold, verspricht dieser raffinierte Zeitmesser, zu einem lebenslangen Begleiter zu werden. Visit [Montblanc.com](http://Montblanc.com)



*Meisterstück 90 Years Collection*



Einblick in den Produktionsprozess der Duftkerzen-Gläser für Acqua di Parma.

## Gläsernes Murano

ITALIENISCHE LUXUSMARKEN GREIFEN IMMER HÄUFIGER AUF VENEZIANISCHES GLAS ZURÜCK, UM IHREN PRODUKTEN DAS GEWISSE ETWAS ZU GEBEN. DAS IST IHRE ART, ITALIENISCHES FLAIR ZU VERKÖRPERN UND GLEICHZEITIG EIN HANDWERK ZU WÜRDIGEN, DAS ZU VERSCHWINDEN DROHT.

TEXT RENATA LIBAL

**K**ÜHL IST ES AN DIESEM REGNERISCHEN Novembermorgen in Venedig. Der Winter-einbruch ist plötzlich gekommen. Die Touristen waten durch die Acqua Alta – der Wasserpegel ist über Nacht gestiegen. Sie tragen Gummistiefel, mal pink, mal gelb – erfrischende Farbtupfer inmitten der grauen Umgebung. Doch nicht in der ganzen Stadt herrschen kalte Temperaturen: Hinter den dicken Wänden von Muranos Glasmanufakturen ist die Hitze drückend. An den Schmelzöfen arbeiten Männer, die ein jahrhundertealtes Handwerk ausüben. Ihre Werkzeuge sind noch fast genauso rudimentär wie jene aus dem 15. Jahrhundert. Damals setzte sich Venedig als Zentrum der Glasbearbeitung im Mittelmeerraum durch. Die Glasbläser tragen Bermudas und T-Shirts. Heute gibt es nur noch einige Dutzend von ihnen, sie beherrschen jene subtile Kunst, bei der es auf das perfekte und gleichzeitig paradoxe Gleichgewicht zwischen Kraft und Behutsamkeit ankommt.

Romano Penso, Fertigungsleiter bei Ferro & Lazzarini, eine der berühmten Glasmanufakturen der Insel Murano, überwacht die Produktion des Fadenglases. Es wird zu Behältern für eine Duftkerzen-Kollektion, die Candele Profumate, der Marke Acqua di Parma verarbeitet. Die kleinen Glasgefäße wirken zierlich und unauffällig. Doch es bedarf viel Aufwands, um die glühende Schmelzmasse in ein filigranes Gläschen zu verwandeln. Ein ganzes Dutzend Arbeitsschritte, die rund

dreissig Stunden in Anspruch nehmen, sind dafür nötig. Ein Glasbläser holt einen orange glühenden, mehr als 1000 Grad heißen Klumpen aus dem Schmelzofen. Mit einem Kollegen zieht er ihn mithilfe ihrer Glasmacherpfeifen auseinander, um daraus einen gleichmässigen Faden zu bilden, der beim Abkühlen zu einem dünnen Stab wird. Anschliessend werden die Stäbchen in Scheiben geschnitten und in verschiedenen Farben nebeneinandergelegt, um das gewünschte Motiv zu erhalten. Danach heisst es noch einmal zurück in den Ofen. Die einzelnen Elemente werden bei 3000 Grad zu einem gestreiften Zylinder zusammengesmolzen. Das letzte Erhitzen im Ofen ermöglicht dem Glasbläser, dem Behältnis seine Form zu geben. Dafür entnimmt er nur die notwendige Menge an Glasmasse und bläst vorsichtig in das Rohr. Das Glas muss für seine endgültige Gestalt noch in eine Form hineingebblasen werden, über Nacht abkühlen, überschüssiges Material muss abgeschnitten werden, dann wird geschliffen und poliert. Viele Arbeitsschritten sind erforderlich, bevor das Glasgefäss zum nächsten Betrieb geschickt werden kann, wo es mit Wachs gefüllt wird.

### Starke Kooperation

Die Zusammenarbeit zwischen Acqua di Parma und der Glasmanufaktur Ferro & Lazzarini ist eine Premiere in diesem Bereich. Mehr als 8000 Stück wurden bereits hergestellt, jedes ist anders. Diese Arbeit beansprucht die Hälfte der vierzig Mitarbeiter der Glasmanufaktur und ihren Maestro, den versiertesten unter ihnen. «Wir sind stolz auf diese Zusammenarbeit

und freuen uns sehr darüber», erklärt Romano Penso. «Wie Sie wissen, stirbt unser Beruf langsam aus. Eine solche Zusammenarbeit bietet die Chance, uns mit unseren Fertigkeiten einen Namen bei modernen, anspruchsvollen Kunden weltweit zu machen.» Der Parfümeur aus Parma will seinerseits das italienische Lebensgefühl damit ausdrücken. Den Durchbruch erlebte die 1916 gegründete Marke dank dem Erfolg des Colonia, des «wahren italienischen Eau de Cologne». Es setzte sich in den 1950er-Jahren sogar bis nach Hollywood, als Symbol für die Verführung des Dolce Vitas durch. Inzwischen hat das Unternehmen seine Produktpalette erweitert. Es gibt ein vielfältigeres Angebot an Damen- und Herrendüften, Wohnaccessoires, und besonders bezeichnend war die Eröffnung nobler Wellness-Tempel, zunächst 2008 in Porto Cervo, gefolgt von dem Spa im Hotel Gritti in Venedig. Eines jedoch hat sich in der Geschichte des Unternehmens nie verändert: die Verbundenheit zur italienischen Handwerkstradition. Acqua di Parma verwendet die feinsten Leder der Halbinsel, die edelsten venezianischen Damaste und unterstützt die Kunststiftung Peggy Guggenheim in Venedig. In vielen Bereichen ist zu beobachten, dass versucht wird, den italienischen Werten eine Form zu geben. Die Glasmanufaktur reiht sich in diesen Trend ein.

Das italienische Luxussegment bemüht sich um sein Verhältnis zum nationalen Kulturgut. Nicht umsonst engagiert sich der Chef des Konzerns Tod's, Diego Della Valle, für die Sanierung des Kolosseums in



### TRICOLORE

Die Duftkerze von Acqua di Parma ist in drei Farben und Düften erhältlich: Rot wie die Tonkabohne, die früher von den Händlern Venedigs nach Hause gebracht wurden. Gelb wie der Lindenbaum und Schwarz wie das Mahagoniholz der Boote.

Rom. Dieses Streben nach einer gemeinsamen Identität kommt auch dem Muranoglas zugute. Neben Acqua die Parma greifen auch andere italienische Modeschöpfer für ihre Wohnkollektionen auf das Muranoglas zurück. Roberto Cavalli zum Beispiel lässt hier seit 2012 Gläser und Karaffen herstellen. Armani Casa verkauft Kelche aus dunkelrotem, mattem Muranoglas, während Fendi Casa dieses Jahr auf runde Vasen und Lampen setzt, die einen Brillantschliff wie Diamanten haben. Der italienische Nischen-Parfümeur Il Profumo, der heute zum Schweizer Valmont-Konzern gehört, bringt Ende Jahr exklusive, nummerierte Flacons aus buntem Muranoglas heraus, die auf 30 Stück limitiert sind. Gefüllt sind sie mit Aria di Mare, einer Ode an die Frische des Meeres, einem dezent blumigen Klassiker der Parfümeurin und Gründerin des Hauses, Silvana Casoli.

Dass Muranoglas häufig mit Luxus assoziiert wird, ist kein Zufall. Die Glasbläser auf Murano wollen nicht tatenlos zusehen, wie ihre Handwerkskunst verschwindet.

## Auch Modeschöpfer greifen auf das Muranoglas zurück

Allerdings hat die breite Öffentlichkeit nicht das beste Bild vom Glasbläserhandwerk. Die Touristen verbinden mit Muranoglas lachende Giraffen und bunte Clowns, die in den Souveniergegeschäften verkauft werden. Dies ist darauf zurückzuführen, dass viele Glasmacher in den 70er-Jahren das schnelle Geld mit Krimskrams machen wollten. Diese lukrative Geldquelle verlor jedoch in den letzten Jahren, genauso schnell an Bedeutung, wie chinesische Fälschungen auf den Markt kamen. Dazu kommt, dass es schwieriger wird, junge Menschen für das Glasbläserhandwerk zu gewinnen: Warum sollten sie einen körperlich so anstrengenden Beruf ausüben, wenn sie bequem im Büro sitzen können? Das Resultat: Zählte man in den 1980er-Jahren in Venedig mehr als 2000 Glasbläsereien, so sind es heute nur noch knapp 40 und die Techniken drohen mangels Übermittlung und praktischer Anwendung in Vergessenheit zu geraten. Die gute Nachricht ist, dass die Menschen wieder anfangen, Gefallen an Kunstobjekten zu finden.

Ins Rollen gebracht wird dieser Trend einerseits durch Luxusmarken, andererseits durch das Bestreben von Menschen wie Adriano Berengo, der 1989 das Berengo-Studio ins Leben rief und Künstler und Designer aus anderen Bereichen einlud, mit ihren Ideen seine Glasbläser herauszufordern. Sein Credo: «Glas darf nicht nur als Dekoartikel für den Alltag dienen, es muss wieder zu einer künstlerischen Ausdrucksform werden.» Die Kronleuchter mit kleinen Röschen mögen ja meisterhaft sein, sie entsprechen aber leider nicht dem Zeitgeist. Sogar noch traditionellere Unternehmen wie Venini sind auf den Zug aufgesprungen und arbeiten heute mit namhaften Persönlichkeiten – darunter Stararchitekt Tadao Ando oder das Schweizer Designertrio Atelier Oi.

### Gut gehütetes Geheimnis

Die venezianische Glaskunst wäre schon mehrfach fast verschwunden. Wahrscheinlich entstand sie im achten Jahrhundert. 1291 wurden die Öfen, aus Angst vor Bränden, auf die Insel Murano verbannt. Vor allem ging es aber darum, das Geheimnis der Glasherstellung zu hüten. Es folgte eine wahre Blütezeit, in der die Glasbläser zu den einflussreichsten Männern der Stadt gehörten und es ihnen sogar erlaubt war, Schwerter zu tragen. Im Gegenzug mussten sie jedoch versprechen, Venedig niemals zu verlassen, damit die Stadt das Monopol bewahren konnte. Der Höhepunkt wurde im 15. Jahrhundert erreicht, als die Lagunenstadt die europäischen und orientalischen Höfe mit Glaskreationen belieferte. Aus dieser Zeit stammen das venezianische *crystallo* und das *lattimo*, jenes mattweisse Glas, das an Porzellan erinnert. Im 17. Jahrhundert jedoch geriet das Kunsthandwerk ins Stocken. Es zeigte sich unter ästhetischen Gesichtspunkten zu unflexibel, verharrte im goldenen Prunk des Barock. Um 1670 bekam die venezianische Glaskunst Konkurrenz vom Böhmisches Glas, das deutlich härter und damit gut für Gravuren geeignet war. Auf Murano kopierte man zuerst den Stil, besann sich dann aber doch wieder auf seine Wurzeln. Einen weiteren Höhepunkt erlebte das Muranoglas im 20. Jahrhundert, als Art déco aufkam.

Ein schönes Beispiel für Kunst aus Muranoglas ist das Projekt *La fucina degli angeli*, die Schmiede der Engel, das Egidio Costantini in den 1950er-Jahren ins Leben gerufen hat. Entstanden sind Werke von Jean Cocteau, Pablo Picasso und Max Ernst, die aus Glas sind. Die 36 kleinen Glaskulpturen sind heute in der Sammlung des Mudac in Lausanne zu bestaunen. Laut der Kuratorin Bettina Tschumi kann das Glashandwerk auf Murano nur überleben, wenn es aus der Tradition ausbricht und endgültig zu einem Kunstobjekt wird. ☉



### MODERNE KREATIONEN

Italienischer Luxus trifft auf die Handwerkskunst von Murano.

VON LINKS NACH RECHTS UND VON OBEN NACH UNTEN

**Ein Kerzenleuchter** aus transparentem Glas, Fendi Casa.

**Ein Kronleuchter** aus goldenem Glas, Roberto Cavalli Home.

**Das Kunstwerk** *The Seed of Narcissus* von Tomas Libertiny (2011) aus geblasenem, silbernem Glas und Bienenwachs. Dieses Stück ist kürzlich vom Lausanner Museum Mudac erworben worden, wo es aktuell zu sehen ist.

**Die limitierte Parfümflasche** (30 Stück) des Eau de Parfum Aria di Mare, Il Profumo.

**Die Lampe «Hyades»** aus mattgrauem oder goldenem Glas, Armani Casa.



Die Installation «Well and Truly» von Roni Horn im Museum Punta della Dogana.

## Auf den Spuren der Glaskunst

Wer die Faszination der Glaskunst hautnah spüren möchte, muss nach Murano reisen. Natürlich per Fähre, dem Vaporetto. Hier einige Tipps für einen Rundgang, der Ihnen die Glaskunst näherbringt.

### In Venedig

- ☐ **Reisen Sie in die 1920er-Jahre:** Die Stiftung Giorgio Cini zeigt historische und moderne Kunstobjekte aus Glas. Bis zum 11. Januar kann man die Werke des Architekten und einstigen Kreativdirektors der Glasmanufaktur Venini, Tomaso Buzzi, bewundern.  
**Auf der Insel S. Giorgio Maggiore**
- ☐ **Geniessen Sie einen Drink im Hotel Cipriani:** Bestaunen Sie die bunten Gläser, die Amal Alamuddin George Clooney zur Hochzeit geschenkt hat.  
**Giudecca 10**
- ☐ **Erleben Sie das 18. Jahrhundert hautnah:** Der Querini-Stampalia-Palast, der heute ein Museum beherbergt, ist eine ehemalige Residenz. Im einen Teil können Originalmöbel bewundert werden. Der andere Teil, von Mario Botta entworfen, ist modern. Die Kronleuchter aus Muranoglas sind spektakulär.  
**Hinter der Kirche Santa Maria Formosa**
- ☐ **Treffen Sie auf ein Werk von Philippe Starck:** Der französische Designer hat das Palazzo Grassi, ein exquisites Fünf-Stern-Hotel, mit Muranoglas geschmückt. Geniessen Sie den Champagner-Mandarinensaft-Cocktail.  
**Palazzina G. Ramo Grassi. DZ ab 224 Euro.**
- ☐ **Lassen Sie Ihre Gedanken schweifen:** Vor Objekten aus Massivglas. Die Installation «Well and Truly» des Künstlers Roni Horn ist bis zum 15. Februar in «Prima Materia» zu sehen.  
**Punta della Dogana, Dorsoduro 2**

### Auf Murano

- ☐ **Erleben Sie glühende Hitze:** Die Glashütte von Ferro & Lazzarini kann man besichtigen sowie auch den Ausstellungsraum, wo zu Fabrikpreisen verkauft wird (trotzdem hochpreisig: ca. 300 Fr. pro Glas, 5000 Fr. pro Kronleuchter).  
**Fondamenta Navagero Andrea 75**
- ☐ **Entspannen Sie:** Das Museum für Glaskunst ist mit seinem Garten, der als Ruheoase dient, ein wahrer Hochgenuss. Einige Teile sind derzeit wegen Bauarbeiten nicht zugänglich. Anfang 2015 kann man das Museum wieder in seinem vollen Umfang besichtigen.  
**Museo del Vetro, Fondamenta Marco Giustinian 8**
- ☐ **Gehen Sie shoppen:** Besuchen Sie den noblen Showroom von Venini.  
**Spazio Venini Murano, Fondamenta Vetrai 47**

### Zwischen Venedig und Murano

- ☐ **Ausflug in die Welt der Kunst:** Die 4. Glass-tress, diesmal zum Thema Gotika, findet zeitgleich zur Biennale für Zeitgenössische Kunst statt. Vom 9. Mai bis 22. November 2015 kann man an zwei Orten Glaskunst bewundern: den historischen Teil im Palazzo Cavalli-Franchetti und den zeitgenössischen in einer Glashütte.  
**Campo S. Stefano, Venedig/  
Campiello della Pescheria, Murano**



Nicht nur Model  
Kate Moss liebt  
Peggy Porschens  
Hochzeitstorten.

# Die Tortenkönigin

PEGGY PORSCHEN IST DIE BERÜHMTESTE KONDITORIN EUROPAS. MIT IHREN SÜSSEN KREATIONEN MACHT SIE NICHT NUR DIE STARS GLÜCKLICH.

TEXT SILVIA AESCHBACH

**S**IE IST EINE SCHWER BESCHÄFTIGTE FRAU. Gerade jetzt, vor Weihnachten, hat die Konditorin alle Hände voll zu tun, um die Wünsche ihrer prominenten Klientel zu erfüllen. Ob Elton John, Madonna, Stella McCartney oder Gwyneth Paltrow, wenn sie nicht gerade wieder auf einer ihrer skurrilen Diäten ist, sind Kunden der gebürtigen Deutschen, die 1998 nach London gekommen war und sich an der berühmten Kochschule Le Cordon Bleu zur Pâtissière hat ausbilden lassen. Keine Promi-Party ohne eine der bunten Porsche-Torten. Dass sie für die Schönen und Reichen einmal kunstvolle Backwaren und Co. herstellen würde, hätte sie sich «nie vorstellen» können: «Ich bin damals ganz blauäugig nach London gekommen und dachte, ich lerne jetzt mal Torten backen, eröffne vielleicht mal ein Café und verkaufe Kuchen.»

Heute verkauft Peggy Porschen keine kommunen Streusel- oder Marmorkuchen nach Rezepten ihrer deutschen Oma, sondern designt unter anderem exquisite Hochzeitstorten, so auch jene für Topmodel Kate Moss. Fotos des siebenstöckigen Traums in Weiss, der mit weissen Rosen geschmückt war, gingen 2011 um die Welt und inspirierten zahlreiche Bräute und Berufskollegen zur Nachahmung. Die Torte bekam sogar eine eigene Facebook-Seite.

Porschens Hochzeitstorten, viele davon in zarten Pastelltönen, haben sie über die Landesgrenzen berühmt gemacht. Ihre Handschrift umschreibt sie als «einen Mix europäischer und fran-

zösischer Backkunst» mit einem New-England-Touch. «Meine Hauptinspirationen waren Martha Stewart und die Pâtisseries Ladurée und Miette.» Doch bei Porschen ist auch der Kunde König: Gibt man bei ihr eine Hochzeitstorte in Auftrag, versucht sie, möglichst konkret auf die Wünsche des Brautpaares einzugehen. Mögen diese auch noch so skurril oder abgehoben sein. An einem süssen Kunstwerk arbeitet sie durchschnittlich zwei Wochen, der Kostenpunkt liegt zwischen 1500 und 4000 Franken. Natürlich wird die Torte auf das Brautkleid, die Location und die Blumenarrangements abgestimmt. Ihre eigene Hochzeitstorte – Porschen heiratete im Mai 2008 den Koch Bryn Morrow, der heute auch ihr Geschäftspartner ist – entwarf sie übrigens auch selber. Ihr Team, das neun Konditoren umfasst, setzte dann ihre Ideen um. Noch heute schwärmt sie: «Mein eigener Wedding-Cake war perfekt. Er war absolut elegant, unglaublich hübsch, traditionell-klassisch mit einer riesigen Satinschleife.»

## Ein Privatjet für die Torte

Porschen richtet gerne mit grosser Kelle an. So schwärmt sie von Kunden mit üppigem Budget. «Bei ihnen kann man richtig kreativ sein.» Sprich, Geld spielt keine Rolle. Auf die Frage, welches ihre luxuriöseste Torte gewesen sei, die sie jemals kreiert habe, muss sie nicht lange überlegen: «Kürzlich habe



PEGGY PORSCHEN

Vor über 15 Jahren ist die gebürtige Deutsche Peggy Porschen nach London ausgewandert, um das Tortenbacken zu erlernen. Heute gehören ihre süssen Werke zu den gefragtesten.

## Mein eigener **Wedding-Cake** war perfekt. Er war elegant und unglaublich hübsch

ich für einen russischen Balletttänzer eine riesige Hochzeitstorte designt mit einem überdimensionalen Fabergé-Ei auf der Spitze. Die Torte wurde im Privatjet nach St. Petersburg geflogen.» Das ist keine Ausnahme. «Manchmal erfahre ich erst im Nachhinein, für welche Berühmtheit die Torte bestimmt war», sagt sie. Ausserdem sei sie sowieso nicht so fixiert auf Stars und Sternchen. Sie erinnert sich an eine lustige Anekdote: So gab einmal eine ältere Dame namens Stella Hopkins für ihren Mann Tony eine Torte zu seinem 70. Geburtstag in Auftrag. Erst im Nachhinein merkte Porschen, dass es sich dabei um den weltbekannten Schauspieler Anthony Hopkins handelte.

In ihrem kleinen, eleganten Geschäft im Londoner Stadtteil Belgravia verkauft die fleissige Kuchenbäckerin Cookies, Cupcakes und Cakes. Jedes Jahr kreiert die 38-Jährige auch eine eigene Weihnachtskollektion. Dieses Jahr heisst das Motto «Familienfreuden» und umfasst Lebkuchenhäuschen («Dieser Geruch erinnert mich immer an das Backen zur Weihnachtszeit mit meiner Mutter»), mit Creme gefüllte Geschenkfiguren und Weihnachts-Cupcakes, die man auch über ihre Website bewundern und bestellen kann. Die bunte Kollektion steht stellvertretend für Porschens Freude an aussergewöhnlichen Farben und Formen. Und die Engländer lieben sie für diese Fröhlichkeit. Sie selber schätzt die Offenheit der Briten, «in Deutschland ist man zurückhaltender», und verrät, dass selbst die königliche Familie bei ihr bestellt. Wer genau, das will sie nicht erzählen, «Berufsgeheimnis», sagt sie lachend, und lässt uns raten, ob wohl Kate und William bei ihrer Hochzeit in den Genuss einer Porschen-Torte gekommen sind.

### Ein Jugendtraum

Wie aber wurde aus der deutschen Flight-Attendant eine Star-Pâtissière? Ihre Vorstellungen, wie ihr Leben einmal auszusehen hat, zeigten sich schon früh: Schon als Teenager wusste Peggy, dass sie einmal Konditorin werden wollte, nachdem sie ein Herz für den Valentinstag gebacken hatte. Der Erfolg, den es verbuchen konnte, animierte sie zu weiteren Backversuchen. Viel mehr ausser Schule und Backen hatte in ihrem Leben damals nicht Platz. Sie war denn auch, nach eigenen Aussagen, eine Stubenhockerin: «Ich blieb übers Wochenende lieber zu Hause statt auszugehen.» Trotzdem erlernte sie nicht den Beruf einer Konditorin – «die Ausbildung hätte ewig gedauert» –, sondern arbeitete erst als Flugbegleiterin. Nach ein paar Jahren beschloss sie allerdings, ihren lang gehegten Traum zu realisieren.

Porschen ging nach London, liess sich ausbilden und bewarb sich bei einer Cateringfirma, deren Kuchen sie in einem Hochzeitsmagazin bewundert hatte. Dann kam ihre grosse Chance: Ihr Arbeitgeber wurde für den «White Tie and Tiara»-Ball von Elton Johns Aids-Hilfeorganisation gebucht. Porsche wurde mit dem Auftrag betraut und stellte in sorgfältigster Kleinarbeit 550 Kuchen-Fabergé-Eier her. Daraufhin erlangte sie eine solche Publizität, dass immer mehr Kunden bei ihr persönlich bestellen wollten. Dies führte dazu, dass sie sich selbstständig machte. Eine weitere Chance tat sich 2004 auf: An einer Ausstellung präsentierte sie ihr Weihnachtsgebäck. Ein Verlag wurde auf die Kunstwerke aufmerksam, und man bot ihr an, ein eigenes Backbuch zu machen. Nach sechs Monaten Tüfteln präsentiert sie Kuchen, wie man sie bis anhin noch nicht gesehen hatte. Wie eine Modedesignerin ihre Entwürfe stellte Porschen ihre filigranen Kunstwerke vor. Seither erscheinen regelmässig Bücher mit neuen, süssen Kollektionen. Das letzte über Cookies im September dieses Jahres.

### Leidenschaft für die Arbeit

Bei Peggy Porschen dreht sich also alles um Süssigkeiten. Wie aber schafft es die zierliche Bäckerin, ihre Figur zu halten? «Keine Übertreibungen», lacht sie, «everything in moderation». Nur bei der Arbeit kennt sie keine Mässigung. Freie Wochenenden sind spärlich, ihr Beruf ist ihr Leben. Ihre Begeisterung teilt sie gerne auch mit anderen. Nachdem sie Anfragen von Menschen aus aller Welt bekam, die das Handwerk bei ihr erlernen wollten, eröffnete sie 2011 die Peggy Porschen Academy, ihre eigene Schule für Zuckerbäcker. Hier können Profis, aber auch Neulinge die Kunst des Tortenbackens erlernen. Für Nachwuchs ist also gesorgt. Eigener Nachwuchs ist bei der fleissigen Konditorin nicht geplant. Sie arbeitet momentan so viel, dass nicht einmal Ferien drinliegen. «Viele haben zuerst Familie und machen dann Karriere. Das hätte ich nie geschafft. Backen ist Schwerstarbeit.»

Die Lebkuchen-kreationen der deutschen Bäckerin versüssen den Engländern die Weihnachtszeit.



## Blogs, die Lust auf Süsses machen

### Ohladycakes.com

Foodbloggerin Ashlae aus Ohio backt vegan. Ihr Rezept für selbstgemachte Caramelsauce mit Mandelmilch ist köstlich.

### Gastonlegourmet.blogspot.ch

Köstliche Friands und Macarons, kreiert von Magdalena Raselli.

### Cookionista.com

Spezielle Rezepte für Süssigkeiten. Zudem werden auch tolle Interior-Ideen gezeigt. Ausprobieren: Bananen-Muffins!

### Sweetapolita.com

Köstliche Kuchen und Torten. Auf dem Foodblog von Rosie aus Toronto gibt es wunderbare Schokoladentorte mit Caramel, Zimtröllchen und Schokoladeerdnuss-Brownies.

### Cupcakesandcashmere.com

Emily Schuman bloggt über Essen und Mode. Unbedingt versuchen: die köstlichen Pfirsichkuchen! Ihre besten Rezepte erschienen im Buch «Cupcakes und Cashmere».

### Küchengötter.de

Auf diesem Blog erfährt man, wie man die beste Glace selber machen kann.

### Backschwestern.de

Weihnachtsstollen vom Feinsten, kinderleichte Cakepops und gediegene Wiener Zuckerbäckerei. Backen für Anfänger und Fortgeschrittene.

### Zuckerzimtundliebe.wordpress.com

Sehr anmücheliger Blog mit schönen Fotos. Highlights: der fantastische Rotweinkuchen sowie gastronomische Ausflugstipps.

### Fraumuffin.wordpress.com

Bunter und fröhlicher Inhalt mit gut nachvollziehbaren Rezepten. Unbedingt versuchen: den britischen Weihnachtskuchen und die Nutella-Torte. Die schmecken nicht nur Kindern!

Grosses Volumen:  
Magnum-Flaschen  
sind vor allem als  
Geschenk beliebt.



## Alterungsfähige Weine sind in **grossen Flaschen** hochwertiger

tern.» Einziger Wermutstropfen ist, dass Magnum-Flaschen auf dem Markt alter Weine weitaus seltener sind als normale. Die Folge: «Während Sie für einen Grand-Cru-Bordeaux in einer 0,75-Liter-Flasche 2000 Fr. bezahlen, müssen Sie mindestens 4500 Fr. für eine Magnum hinblättern», erklärt der Sittener Degustationsmeister.

Für einen alten Jahrgang bezahlt man mehr, ob in der Vinothek oder beim Produzenten. Bei gleicher Menge ist eine Magnum dennoch einige Franken teurer als zwei 75-cl-Flaschen, weil die Flasche teurer ist (mehr Glas), das Etikett grösser und der Korken länger und damit von besserer Qualität ist. Die grosse Flasche gibt auch mehr zu tun, muss sie doch meist von Hand gefüllt werden.

Der Kauf einer Magnum eines bestimmten Jahrgangs kann selbst Liebhabern zu kostspielig sein, sagt der Neuenburger Tzvetan Mihaylov, der den Titel «Schweizer Champagner-Botschafter 2011» trägt. Er witzelt: «Die Leute aus der Champagne sagen, dass eine Magnum das beste Weinformat für ein Essen zu zweit sei, vor allem wenn der andere nicht trinkt.» Etwas ernster meint er dann: «Man denkt oft nicht daran, aber wenn man einen Abend lang zusammensitzt, hat man tatsächlich schnell eine Magnum geleert. Mit der Zeit überraschen mich die Magnum-Champagner mehr und mehr: Ein alter Magnum-Champagner vereint die Aromen eines reifen Weins mit einer Frische, die sich dank des grossen Behältnisses konserviert.» Ob Cuvées de Prestige kleiner Produzenten oder grosser Häuser, die Magnum wird immer beliebter.

### Schweizer Winzer zieren sich

Wie sieht es bei Schweizer Weinen aus? Vor gut zwanzig Jahren erfolgte eine Neulancierung des «Pot Vaudois» (*ganz links im Bild*). Dabei handelt es sich um ein altes Mass von 1,4 Liter (und nicht etwa 1,5 Liter). Die Flasche ist nach einem historischen Modell geformt, das im Weinmuseum von Château d'Aigle ausgestellt ist. «Wir verkaufen etwa 10000 Stück pro Jahr. Demgegenüber stehen fast 2 Millionen 70-cl-Flaschen» (*Anm. d. Red.: die man sogar in Supermärkten findet*), sagt Daniel Dufaux, der Präsident der Vereinigung, die es sich zum Ziel gesetzt hat, das alte Mass wieder bekannt zu machen. Dufaux ist Präsident der Schweizer Önologen. «Die Schweizer Weinkultur kennt das Magnum-Format nicht und bislang hat sich noch keiner gross für seine Verbreitung eingesetzt», sagt er. Diese Feststellung teilt auch Jérôme Aké Béda, der als Troubadour des Königs unter den Waadtländer Weissweinen gilt und diesem das auf Französisch verfasste Buch «Les 99 chasselas à boire avant de mourir» (Editions Favre) gewidmet hat: «Wenn man den Ehrgeiz hat, alterungsfähige Chasselas herzustellen, so sollten die Winzer anfangen, sich mit der Magnum zu befassen.»

Fabienne Cottagnoud bietet seit 10 Jahren all ihre Weine, vom trockenen Amigne bis zum festlichen Likörwein, im Magnum-Format an. Sie stellt aber fest, dass abgesehen von einigen Restaurateuren kein grosses Interesse daran besteht. Gegen Ende Jahr nimmt die Nachfrage zu, wenn die Suche nach einem Geschenk losgeht.

Der Aufruf «Wagen Sie ein Magnum-Format» richtet sich also nicht nur an Gastgeber, sondern zunächst an die Produzenten hochkarätiger Weine, damit wir auch in der Schweiz ergründen können, was es mit dem Satz «Zu einem grossen Wein gehört auch eine grosse Flasche» auf sich hat. ☉

# Gross in Mode

OB FÜR EINE GEDIEGENE TAFEL ODER ALS BEEINDRUCKENDES GESCHENK: DEN GRIFF ZUR MAGNUM-FLASCHE DARF GEWAGT WERDEN UND IST AUCH VON EXPERTEN EMPFOHLEN.

TEXT PIERRE THOMAS FOTO YANN ANDRÉ

**B**EIM TRINKEN GILT ES das Mass zu halten. Sich eine Magnum-Flasche zu leisten, liegt deshalb nicht unbedingt nahe. Das gibt auch Jérôme Aké Béda zu, der vom «GaultMillau 2015» zum besten Sommelier der Schweiz gekürt wurde: «Bei sechs bis zehn Gästen kann der Profi diskret zur Magnum raten. Die Restaurantgäste kommen nie selbst auf die Idee, danach zu fragen.» In der Auberge de l'Onde, in Saint-Saphorin VD, wo er tätig ist, zieht er gerne mal einige Franken vom Preis ab, um die Kundschaft zur Magnum-Wahl zu ermutigen: «Das kostet Sie weniger als zwei Flaschen!»

Das XXL-Format scheint derzeit noch für den Hausgebrauch reserviert zu sein, wo man vor indiskreten Blicken geschützt ist. «Ein grösseres Volumen verschafft einem Grand Cru aber mehr Platz, seine Seele zu entfalten», sagt Claudio De Giorgi, Sommelier Conseil des Caveau de Bacchus in Gstaad. «In der Wintersaison verkaufe ich einige Hundert Stück. Wenn die Leute zu sich ins Chalet laden, schätzen sie es, wenn die Flasche auf dem Tisch auch visuell beeindruckt.» Es handle sich aber nicht um eine Mode wie beim rosa Champagner; vielmehr habe er den Eindruck, dass die

Leute lockerer würden und sich nicht mehr scheuten, grosse Volumen aufzuzischen, sagt De Giorgi und ergänzt, dass ein Magnum-Bordeaux auch als Geschenk mehr hermake als eine Packung mit drei verschiedenen Weinen.

### Besser, seltener und teurer

Ein Blendwerk ist die grosse Flasche nicht, im Gegenteil: «Eine Magnum – gedacht für sechs und mehr Personen – zieht nicht nur die Blicke auf sich, sondern ist auch repräsentativ für die Qualität eines Weines», bestätigt Paolo Basso, der amtierende weltbeste Sommelier. Als der Tessiner bei einem Spezialisten für alte Jahrgänge beschäftigt war, stellte er fest, dass alterungsfähige Weine in Magnum-Flaschen hochwertiger sind als solche aus normalen Flaschen. Die Erklärung ist einfach: Weine, die in grossen Behältnissen lagern, entwickeln sich langsamer als solche in Standardflaschen. Als Veranstalter von Degustationen beobachtet der Walliser Dominique Fornage, dass Deutschschweizer Weinliebhaber immer mehr Magnum-Flaschen kaufen: «Für alte Jahrgänge ist dies das beste Gefäss», erklärt er. «Und gemäss meinen Erfahrungen riechen sie weniger nach Korken, der ja alte Weine oft verunreinigt. Es ist unbestritten, dass grosse Rotweine in einer Magnum qualitativ besser al-



Q10 plus

PERLE FÜR PERLE  
DIE REVOLUTION  
GEGEN FALTEN

NEU

15 JAHRE Q10-FORSCHUNG  
KONZENTRIERT IN SERUM PERLEN  
MIT PATENTIERTER FORMEL





Miranda Kerr und Tilda Swinton schwören auf ihre ganz persönlichen Lieblings-Beauty-Öle – während Schauspielerin Josie Maran noch einen Schritt weiter ging und sogar eine eigene Beautylinie lancierte, die komplett auf Arganölbasis aufbaut und nicht nur unter ihren Hollywoodfreunden für Furore sorgt.

Der Hype ist also gesetzt. Doch nun feiern üppige Texturen auf Ölbasis auch im Prestige-Kosmetikbereich einen noch nie dagewesenen Siegeszug. Neue Zusammensetzungen wie das «huile sèche», bei dem natürliche Pflanzenöle dank der Zugabe von Silikon (oder silikonähnlichen Naturprodukten) schnell einziehen und keinen spürbaren Fettfilm auf der Haut hinterlassen, bieten ganz neue

## Hochwertige Öle ziehen besonders schnell ein und pflegen die Haut

Möglichkeiten, weiss Elsa Devillechabrolle, wissenschaftliche Expertin von L'Oréal. «Der grosse Vorteil von Öltexturen ist das hohe Wohlbefinden für die Haut, da diese sofort Geschmeidigkeit und Strahlkraft erhält. Zudem lassen sich darin ätherische Öle integrieren, die sich viel einfacher mit einer Öltextur verbinden als mit einer wässrigen Formel.»

### Kostbare Inhaltsstoffe

Und die neuen Ideen der Luxusbranche können sich sehen lassen: Das frisch lancierte «Or Rouge Huile Voluptueuse» von Yves Saint Laurent ist nur ein Beispiel einer ganz neuen Generation von Beauty-Ölen für die anspruchsvolle Kundin. Auserlesenste Inhaltsstoffe wie der Extrakt des Safrans aus dem Hohen Atlas (bei YSL) oder das Öl der kostbaren schwarzen Rose, Staringredienz im neuen «Huile Précieuse à la Rose Noir» von Sisley sorgen für ein luxuriöses Ritual, welches ein wirklich fühlbares, zart-seidenes Hautgefühl hinterlässt.

Auch Parfüms sind nun in sinnlichen Ölversionen erhältlich: Narciso Rodriguez bietet mit «Narciso Musc Oil» eine limitierte Öledition seines Erfolgsduftes an. Diese stellt eine völlig neue Art, sich zu parfümieren, dar und verleiht der Harmonie zwischen floralen und hölzernen Noten dank hochwertigem Trägeröl eine andere Tiefe. Hoffen wir, dass dieser schöne – und verschönernde – Ölrausch noch lange anhält. Denn unsere Haut profitiert vor allem jetzt in der kalten Jahreszeit ganz besonders von dieser Extraportion Pflege mit Anti-Aging-Bonus. ☉

# Flüssiges Gold

WAREN ÖLE IN DER KOSMETIK LANGE ZEIT FAST TABU, FEIERN DIE SCHÖNHEITSHELFER NUN AUCH IN DER PRESTIGE-KOSMETIK EIN GLÄNZENDES COMEBACK.

TEXT STEFFI HIDBER

**D**IE ANWENDUNG IST SINNLICH, DIE DÜFTE sind üppig und der Pflegeeffekt ist sofort sicht- und fühlbar: Öle sind die neuen Stars in der Kosmetik. Was vor zwei Jahren noch als Trend eingestuft werden konnte, ist inzwischen zu einem festen Bestandteil des täglichen Schönheitsrituals geworden. Und Frauen auf der ganzen Welt setzen auf pflanzliche Pflegeöle wie Jojoba, Moringa, Argan oder Kamilie für Haut, Haar und auch die Seele. Dabei feiert das «flüssige Gold» eigentlich bloss eine längst fällige Renaissance.

Pflanzenöle gehören bereits seit Jahrtausenden zum Pflegeritual der Frauen: Im alten Ägypten versorgten Cleopatra und ihre Zeitgenossen (auch Männer!) ihre Haut mit Rizinusöl, in Japan hat Kamelienöl ebenfalls eine Jahrhunderte alte Tradition. Und das mit gutem Grund: Reine, hochwertige Öle verfügen über einen biochemischen Aufbau, der dem unseres Hautfettes sehr ähnlich ist. Sie ziehen deshalb besonders schnell ein und pflegen die Haut mit vielen Antioxidantien und natürlichen Feuchtigkeitsspendern. Kurz gesagt: Öle sind Luxus zum Anfühlen.

### Neues Bewusstsein

In den puristischen 1980ern und 1990ern waren schwere, ölige Texturen in der Schönheitspflege eher verpönt – diese Dekaden waren klar von der «oil free»-Manie geprägt, bei der Konsumentinnen fast

religiös Inhaltsstoffe prüften und weder auf Haar noch Haut Öl oder Glanz sehen wollten. Doch nach der Jahrtausendwende kam ein neues Bewusstsein für Yoga, Meditation und Ayurveda auf – bei dem Öle eine besonders wichtige Rolle spielen. Diese Lust auf Sinnlichkeit, gepaart mit wirtschaftlichem Aufschwung und einer neuen Welle von leisem Luxus, war der Auslöser dieses Comebacks, das auch vor Celebrities und Trendsettern nicht halt macht: Stars wie

## Die neusten Beauty-Öle

**Huile Voluptueuse** Or Rouge, 30ml, ca. 240 Fr., **Yves Saint Laurent**.

**Huile Précieuse** à la rose noire, 25ml, 210 Fr., **Sisley**.

**Cleansing Oil** Cellularose, 150ml, 63 Fr. **By Terry**.

**Anti-Aging Oil** Saphir Concentrate, 30ml, ca. 160 Fr., **Själ**.

**Face Oil** Olio Lusso, 30ml, ca. 180 Fr., **Rodin**.

**Abeille Royale** Huile de soin visage, 28ml, 119 Fr., **Guerlain**.

**Parfümö** Narciso Musc, 50ml, 151 Fr. **Narciso**.



# WHAT WOMEN WANT

Nadine  
Strittmatter  
Topmodel



## CORNÈRCARD LADY

Lernen Sie jetzt die erste von Frauen für Frauen entwickelte Kredit- und Prepaidkarte der Schweiz mit dem gewissen Etwas kennen:

Die **Cornèrcard Lady MasterCard** Karte mit ganz speziellen Leistungen, edlem Design und reizvollen Überraschungen.  
[cornercard.ch/lady](http://cornercard.ch/lady)

# Flügel Zart

SCHÖN WIE EIN FALTER – MIT DIESEN SCHIMMERNDEN PRODUKTEN ZAUBERN SIE EIN TOLLES PARTY-MAKE-UP.

AUSWAHL RACHEL BARBEZAT



1. Leichtes Bräunungspuder, Terracotta Light, **Guerlain**, 71 Fr. 2. Puderhighlighter, Camélia de Plumes, exklusive Kreation, **Chanel**, ca. 84 Fr. 3. Lidschatten, The Eye shadow quad – Golds 125, **Dolce & Gabbana**, ca. 60 Fr. (nur online) 4. Lipgloss, Gold Rain, **Dior Addict**, ca. 46 Fr. 5. Hochglanz-Nagellack, Iconic Gold, **Gucci**, 43 Fr. 6. Puderhighlighter, Pink Glow, **Bobbi Brown**, ca. 72 Fr. 7. Lidschatten, Hypnôse Palette Drama Eyes Parisian Lights, **Lancôme**, 79 Fr. 8. Lidschatten, Golden Reflections, **Christian Dior**, ca. 90 Fr. 9. Lidschatten, Dual-Intensity, Callisto - Icy Pink Silver, **Nars**, ca. 35 Fr. 10. Palette, Collector Wild Edition, **Yves Saint Laurent**, 111 Fr. 11. Nagellack, Toasted sugar, **Tom Ford**, ca. 42 Fr. 12. Lipgloss, Prodiges 02 – Nude, **Clarins**, 28 Fr. 13. Lidschatten, Phyto Ombre Glow Gold, **Sisley**, 45 Fr. 14. Lidschatten, Eyes to kill, 08 Rose Précieux, **Armani**, 50 Fr.



## *Limited Edition 2014* Hästens Stockholm White

EXKLUSIV ERHÄTLICH VOM 1. SEPTEMBER BIS ZUM 31. DEZEMBER 2014

Die Limited Edition 2014 lehnt an die Kultfarbe 'Stockholmsvit' an, die in den 1950er Jahren in Schweden entwickelt wurde. Unsere Limited Edition ist eine Hommage an unser Erbe. Von Hand aus den besten Naturmaterialien gefertigt und über Generationen hinweg weiterentwickelt, um ultimative Schlafbedingungen zu schaffen – ein besonderes Bett für einen besonderen Menschen.

[hastens.com](http://hastens.com)



**HÄSTENS STORE LUZERN** PILATUSSTRASSE 28, 6003 LUZERN. LUZERN@HASTENSSTORES.COM  
**HÄSTENS STORE ZÜRICH** TALSTRASSE 66, 8001 ZÜRICH. ZUERICH@HASTENSSTORES.COM  
**HÄSTENS STORE SAANEN GSTAAD** DORFSTRASSE 45, 3792 SAANEN. GSTAAD@HASTENSSTORES.COM  
**HÄSTENS STORE GENÈVE** 65 RUE DU RHÔNE, 1204 GENÈVE. GENEVE@HASTENSSTORES.COM  
**HÄSTENS STORE WINTERTHUR** SLEEP WELL GMBH, NEUWIESENSTRASSE 29, 8400 WINTERTHUR.

# Edle Farbe für



## VERSPIELT

1. Pelzmantel, **Yves Salomon**, 8290 Fr.
2. Bluse mit Spitzelementen, **The Kooples**, ca. 200 Fr.
3. Ohrringe, **Oscar de la Renta**, ca. 200 Fr.
4. Hose, **Sandro**, 279 Fr.
5. Abendtasche mit Schlangenmuster, **Salvatore Ferragamo**, ca. 1510 Fr.
6. Tischleuchte «AJ» von **Arne Jacobsen** für **Louis Poulsen**, 858 Fr.
7. Nagellack «AmazON-AmazoOFF», **Opi**, 23.90 Fr.
8. Ledergürtel, **Ralph Lauren**, 59.90 Fr.
9. Pumps, **Jimmy Choo**, 527 Fr.

# grosse Auftritte

BUNT UND DENNOCH UNAUFDRINGLICH – PETROL LÄSST DIE GARDEROBE WIE EINEN EDELSTEIN FUNKELN.

AUSWAHL SINA BAUER



## ELEGANT

**1. + 5.** Anzug, **Strellson**, 499 Fr. **2.** Sofortbildkamera Instax Mini 90 «Neo Classic», Fujifilm, 179 Fr. **3.** Pullover, **Tommy Hilfiger**, 159 Fr. **4.** Lederhandschuhe, **Bugatti**, ca. 96 Fr. **6.** Weekender aus Leder, **Hugo Boss**, 999 Fr. **7.** Sessel «Balm» von **This Weber** für **Atelier Pfister**, 1490 Fr. **8.** Styling Pomade, **Tony & Guy**, 15.90 Fr. **9.** Lederschuh, **Carmina** für **Pelikamo**, 529 Fr.

JIL SANDER

## Partnervermittlung für Aromen

### FANCY FOOD



#### VON HANSPETER EGGENBERGER

Lammfleisch mit Erdbeeren. Rindfleisch mit weisser Schokolade. Austern mit Passionsfrucht. Krosse Hühnerhaut mit Banane. Passionsfrucht und Gänseleber. Was im ersten Moment als absurd oder doch sehr gesuchte Kombination wirkt, entpuppt sich beim Probieren als harmonische Verbindung. Food Pairing nennt sich dieser Trend, Aromen zusammenzubringen, die in der klassischen Küche nichts miteinander zu tun haben.

Neu ist das nicht. Der englische Sternekoch Heston Blumenthal hat schon in den 1990er-Jahren Kaviar mit Schokolade kombiniert. Neu ist aber, dass heute, wie in der menschlichen Partnervermittlung, Computerprogramme zum Einsatz kommen, um die ungleichen Partner zu einem Paar zu machen. Der belgische Aromenforscher Bernard Lahousse etwa bietet auf der Website seiner Agentur Foodpairing eine entsprechende Software an, bei der gegen eine Abonnementsgebühr online Gerichte aus über 1000 Ingredienzen kombi-



Austern mit  
Passionsfrucht:  
Ein ungewöhnliches  
Paar, das dennoch passt.

niert werden können, wobei das Programm angibt, was wirklich passt. Auch der Informatikkonzern IBM beschäftigt sich mit dieser neuen Art der Partnervermittlung. Zusammen mit dem amerikanischen Institute of Culinary Education wurde ein «kognitives Kochsystem» geschaffen. Eigens dafür entwickelte Algorithmen generieren aus der Analyse von Aromadaten und Rezepten neue Zubereitungen. So entstanden zum Beispiel ein «österreichischer Schokoladen-Burrito», ein «belgi-

scher Schinken-Pudding» und eine «schweizerisch-thailändische Spargel-Quiche» mit Curry und Greyerzerkäse. Viele Menschen schrecken vor den ungewöhnlichen Food-Pairing-Gerichten zurück – weil sie wissen, woraus sie bestehen. Etwa knusprige Poulethaut auf Mousse au chocolat. «Wenn man nicht weiss, woraus die Krümel auf der Mousse sind», sagte Peter Cocquyt, Küchenchef der Agentur Foodpairing im belgischen Brügge in einem Interview, «dann mag man es sofort.»

## ADRESSEN

### ADIDAS

www.adidas.ch

### ALEXANDER MCQUEEN

www.alexandermcqueen.com

### ALEXANDER WANG

bei Grieder  
Bahnhofstrasse 30, Zürich  
www.alexanderwang.com

### AGNELLE

bei Grieder  
Bahnhofstrasse 30, Zürich  
www.agnelle.com

### ANYA HINDMARCH & DIANE VON FÜRSTENBERG

bei www.stylebop.com

### AUX ARTS DU FEU

Cours de Rive 6, Genève  
Bahnhofstrasse 31, Zürich  
www.auxartsdufeu.ch

### BANG & OLUFSEN

www.bang-olufsen.com

### BARBARA BUI

bei Gassmann  
Poststrasse 5, Zürich  
www.barbarabui.com

### B FLO

Zeltweg 29, Zürich  
www.bflozurich.com

### BORSALINO

www.borsalino.com

### BOTTEGA VENETA

www.bottegaveneta.com

### BUCHERER

Bahnhofstrasse 50, Zürich  
www.bucherer.com

### BUGATTI

www.bugatti-fashion.com

### CARVEN

www.carven.com

### CHANTAL THOMASS

www.chantalthomass.fr

### CHLOÉ

www.chloe.com

### CHRISTIAN LOUBOUTIN & SAINT LAURENT

bei www.mytheresa.com

### CHOPARD

www.chopard.de

### DINH VAN

www.dinhvan.com

### DIOR

www.dior.com

### DOLCE & GABBANA

bei Trois Pommès  
Weggengasse 1, Zürich  
www.dolcegabbana.com

### DRYKORN

bei Globus  
www.drykorn.com

### EBEL

www.ebel.com

### EMILIO PUCCI

www.emiliopucci.com

### ENSOIE

www.ensoi.ch

### FOGAL

www.fogal.com

### FUJIFILM

www.fujifilm.com

### GUERLAIN

www.guerlain.com

### HAY

www.hay.dk oder  
www.kizuku.ch

### HERMÈS

www.hermes.com

### HMQG

www.hmqq.ch

### HUGO BOSS

www.hugoboss.com

### ISABEL MARANT

bei Fidelio Women  
Münzplatz 1, Zürich  
www.isabelmarant.com

### JIMMY CHOO

www.jimmychoo.com

### KARL LAGERFELD, CLARE V, GUCCI & OSCAR DE LA RENTA

bei www.net-a-porter.com

### KURZ

www.kurzschmuckuhren.ch

### LACOSTE

www.lacoste.com

### MATHIEU MATÉGOT

www.kissthedesign.ch

### MARNI

www.marni.com

### MIU MIU

www.miumiu.com

### NERI FIRENZE

bei Electic  
Werdmühlestrasse 7, Zürich  
www.nerifirenze.com

### OPI

www.opi.com

### PAUL KEHL

bei PKZ Men  
Löwenstrasse 51, Zürich  
www.paulkehl.ch

### PAUL SMITH

bei Globus  
www.paulsmith.co.uk

### PELIKAMO

Pelikanstrasse 11, Zürich  
www.pelikamo.com

### PFISTER

www.pfister.ch

### POET AUDIO

www.poetaudio.com

### POLAROID

www.polaroid.com

### POMELLATO

www.pomellato.com

### PRADA

www.prada.com

### RALEIGH

www.easycycle.ch

### RALPH LAUREN

bei Globus  
www.ralphlauren.de

### ROCHE BOBOIS

www.roche-bobois.com

### SALVATORE FERRAGAMO

www.ferragamo.com

### SANDRO

Rennweg 46, Zürich  
www.sandro-paris.com

### SHANGHAI TANG

www.shanghaitang.com

### STELLA MCCARTNEY

bei Trois Pommès  
Weggengasse 1, Zürich  
www.stellamccartney.com

### STRELLSON

www.strellson.com

### STUDIO MASON

www.studio-mason.com

### SWAROVSKI

Bahnhofplatz 7, Zürich  
www.swarovski.com

### TABITHA SIMMONS

bei Trois Pommès  
Weggengasse 1, Zürich  
www.tabithasimmons.com

### TEO JAKOB

www.teojakob.ch

### TIFFANY & CO.

www.tiffany.com

### THAKOON

bei Trois Pommès  
Weggengasse 1, Zürich  
www.thakoon.com

### THE KOOPLES

www.thekooples.com

### TOMMY HILFIGER

bei PKZ Men  
Löwenstrasse 51, Zürich  
www.tommy.com

### VALENTINO

www.valentino.com

### VIERI

www.vieri.com

### YVES

bei Globus  
www.globus.ch

### YVES SALOMON

bei Grieder  
Bahnhofstrasse 30, Zürich  
www.yves-salomon.fr

### ZZEGNA

www.zegna.com

### ZUHAIR MURAD

bei Gassmann  
Poststrasse 5, Zürich  
www.zuhairmurad.com



# Endlich ist Verwöhnachtszeit.



Das ist gut. Seit 1869.



Pastrami



Roastbeef



Salamettini



Salame artigianale

[www.bell.ch](http://www.bell.ch)



# Giorgio Armani

DER ITALIENISCHE DESIGNER STEHT MIT SEINEM MODEIMPERIUM FÜR SCHLICHTE ELEGANZ. EINFACHES MAG ER AUCH AUF DEM TELLER.

TEXT SEMAJA FULPIUS

**D**IE SCHLICHTHEIT IST SEIN Markenzeichen, seine klaren Schnitte und sein legendäres Beige sind aus der Modewelt nicht mehr wegzudenken. Mit 80 Jahren entwickelt Giorgio Armani weiterhin unvergleichliche Entwürfe. Kleider, Make-up, Mobiliar und Hotelketten: Bei allem, was der Designer kreiert, steht die Perfektion an höchster Stelle.

**Auf welches Accessoire sollte eine Frau keinesfalls verzichten?**

Eine Tasche, die praktisch und von guter Qualität ist. Ihr Schnitt beeinflusst die Haltung und eine elegante Gangart. Ich empfehle das Modell **Borgonuovo (1)**.

**Was darf im Kleiderschrank nicht fehlen?**

Bei einem Mann ein **marineblauer Anzug (4)**. Diesen kann man zu jedem Anlass tragen. Bei einer Frau eine Jacke, die man am Tag und zu Abendveranstaltungen anziehen kann. Ich bevorzuge kurze, strukturierte Modelle.

**Gibt es ein Denkmal, das Sie an Ihre Kindheit in Piacenza erinnern?**

Ich habe viele schöne Kindheitserinnerungen, aber ein Denkmal kommt darin nicht vor. Ich denke vor allem an die Tage, an denen ich mit meinen Geschwistern an der **Trebbia (3)** Fahrrad gefahren bin, den Duft des Pane all'olio und das Kino, das später zu einer meiner Leidenschaften geworden ist.

**Sie haben für mehrere Filme Kostüme entworfen. Ihr Lieblingsfilm?**

Ich kann mich nicht auf einen festlegen. Unter den Filmen, bei denen ich mitgearbeitet habe, liebe ich **«American Gigolo» (2)**, mein Filmdebüt. Ich mag auch **«The Untouchables»**, weil jedes Outfit den Charakter des Stars ausdrückt. Ich liebe **«Notorious»** von Hitchcock und **«Blade Runner»** von Ridley Scott wegen seiner düsteren, faszinierenden Ästhetik.

**Welcher italienischen Speise können Sie nicht widerstehen?**

Den **Tortelli alla piacentina (5)** – eine Pastasorte mit Spinat und Ricotta –, wie sie



meine Mutter zubereitete. Dieses Gericht erinnert mich an die Familienessen, als die Menüs einfach und authentisch waren.

**In Ihren Kreationen arbeiten Sie oft mit floralen Mustern. Ihre Lieblingsblume?**

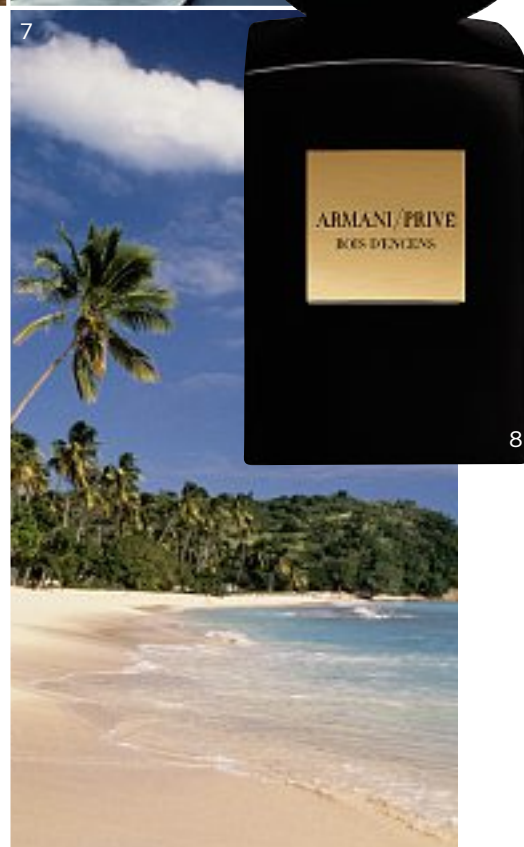
Die **Seerose (6)**. Ihre Farbe und Form sind aussergewöhnlich.

**Ihre Düfte sind Klassiker. Haben Sie einen Favoriten?**

Der **Bois d'Encens (8)**, der ursprünglich für mich persönlich kreiert worden ist. Dieser Duft ist sehr intensiv, sogar penetrant, aber er prägt sich ein und erweist sich im weiteren Verlauf als sehr leicht.

**Sie lieben die Sonne. An welchem Strand vergessen Sie die Zeit?**

Am **Strand von Antigua (7)**, in der Karibik. Deswegen habe ich dort ein Haus mit Blick auf den weissen Sand gekauft. Ich mag auch die bei Sizilien gelegene Insel Pantelleria, wo ich mit meiner Jacht hinsegle. Das Meer beruhigt mich. ☺



# Die ultimative Geschenkidee

Legen Sie Ferien unter den Tannenbaum – mit der Hotelcard, dem Halbtax für Hotels!

**CHF 79.-**  
statt 95.-  
+ 1 Hotelcard gratis

**HOTELCARD**  
1/2 PRICE HOTELS

QR Code

Schweiz Tourismus Mitglied

**Zehntausende Schweizerinnen und Schweizer buchen ihre Hotels nur noch mit der Hotelcard. Denn mit dem Halbtax für Hotels übernachten sie in hunderten Top-Hotels in der Schweiz und im angrenzenden Ausland zum 1/2 Preis. Das Sparpotenzial ist enorm, denn mit der Hotelcard kann beliebig oft mit 50% Rabatt im Hotel übernachtet werden.**

Die Idee zur Hotelcard basiert auf dem Halbtax-Abo der SBB und wurde durch die Hotelcard AG vor fünf Jahren mit grossem Erfolg auf die Hotellerie übertragen. Denn Schweizer Hotels sind im Schnitt nur zu knapp 50% ausgelastet. Um ihre Auslastung zu erhöhen, sind sie bereit, ihre treueste Kundschaft aus der Schweiz zum 1/2 Preis übernachten zu lassen: exklusiv mit der Hotelcard – dem Halbtax für Hotels.

## Weit über 500 Hotels zum 1/2 Preis buchbar

Zur Auswahl stehen mehr als 500 Top-Hotels in allen Regionen der Schweiz und im angrenzenden Ausland. Von familiären und rustikalen Herbergen über preiswerte Mittelklassehotels bis hin zu 5-Sternen Luxushotels ist für jeden Geschmack und für jedes Budget die passende Unterkunft dabei. Egal ob Wellness-, Wintersport-, oder Stadthotel, sämtliche auf [www.hotelcard.ch](http://www.hotelcard.ch) aufgeführten Hotels gewähren Bestpreis-Garantie.

## Das Konzept funktioniert

Die Hotels bieten den Kundinnen und Kunden von Hotelcard ihre freien Zimmer zum 1/2 Preis an, weil sie auf diese Weise neue Gäste ansprechen und ihre Zimmerauslastung erhöhen können, aber auch, weil für die Hotels – anders als bei anderen Internet-

Buchungsportalen – bei Hotelcard keine Kommissionen fällig werden. Denn beim Konzept Hotelcard werden diese Vergünstigungen vollumfänglich dem Gast weitergegeben.

## 50% Rabatt und Bestpreis-Garantie

Aus diesem Grund garantiert Hotelcard seinen Kundinnen und Kunden nicht nur die 50% Ermässigung auf den regulären Preis, sondern auch stets den besten Preis unter allen Hotel-Buchungsportalen

## Hohe Verfügbarkeit

Die Hotels garantieren eine maximale mögliche Verfügbarkeit. Wenn das Hotel geschlossen oder bereits vollständig belegt ist, können aber auch mit der Hotelcard keine Zimmer mehr gebucht werden. Die durchschnittliche Verfügbarkeit von Zimmern zum 1/2 Preis liegt allerdings

bei erstaunlich hohen 75% und wird täglich überprüft. Ein Tipp: Je früher man bucht, desto grösser sind Auswahl und Verfügbarkeit der Hotels. Reservationen sind bis zu 365 Tage im Voraus möglich. Aber auch Kurzentschlossene finden auf [www.hotelcard.ch](http://www.hotelcard.ch) freie Zimmer zum 1/2 Preis. Alle Hotels und ihre Verfügbarkeiten sind über [www.hotelcard.ch](http://www.hotelcard.ch) einsehbar, selbstverständlich schon bevor Sie die Hotelcard erworben haben.

## Die Hotelcard ist beliebig oft einsetzbar

Dem Sparpotenzial sind keine Grenzen gesetzt, denn die Hotelcard kann während ihrer Gültigkeit beliebig oft eingesetzt werden. Es gibt keine Mindest-Aufenthaltszeit, die Hotelcard gilt für einen Aufenthalt von einer bis drei Nächten. Für längere Aufenthalte lohnt sich eine individuelle Anfrage beim Hotel.

## Eine Hotelcard reicht für zwei Personen

Ihre Partnerin oder Ihren Partner können Sie gleich mitnehmen, denn für die Buchung eines Doppelzimmers genügt eine einzige Hotelcard. Die auf [www.hotelcard.ch](http://www.hotelcard.ch) angegebenen Preise gelten im Übrigen nicht pro Person, sondern sind Zimmerpreise.

## Hotelcard ist die ultimative Geschenkidee

Umgehen Sie dieses Jahr das stressige, vorweihnachtliche Besorgen von Last-Minute Geschenken und bestellen Sie für Ihre Freunde und Verwandten schon heute die Hotelcard: einfach, bequem und schnell! Denn das Halbtax für Hotels ist nicht nur im persönlichen Gebrauch, sondern auch als Geschenk äusserst beliebt. Die Gründe liegen auf der Hand: Mit der Hotelcard übernachtet die beschenkte Person ein gan-

zes Jahr lang in hunderten Top-Hotels zum 1/2 Preis – und zwar wann, wo und so oft sie möchte. Dank diesem originellen Geschenk erinnert sich die beschenkte Person bei jedem Hotelaufenthalt positiv an Sie. Die Hotelcard ist ein ganz besonderes Geschenk, ideal für ganz besondere Menschen.

## Profitieren Sie jetzt vom 2-für-1 Angebot

Wenn Sie Ihre persönliche Hotelcard bis zum 22. Dezember 2014 bestellen, profitieren Sie nicht nur von attraktiven Rabatten, sondern erhalten kostenlos gleich noch eine zweite Hotelcard zum Weiterverschenken dazu. Selbstverständlich gilt die vorliegende Aktion auch, wenn Sie eine Hotelcard zum Verschenken bestellen: Dann erhalten Sie statt einer einfach deren zwei.

## Das sind nur vier von über 500 Hotels zum 1/2 Preis:

★★★★★

### Grand Hotel National



Lucerne | Zentralschweiz

1 Nacht im Doppelzimmer Stadtseite ab

CHF **185.-** statt CHF 370.-

★★★★★

### The Cambrian



Adelboden | Berner Oberland

1 Nacht im Doppelzimmer Deluxe Süd inkl. Frühstück ab

CHF **132.50** statt CHF 265.-

★★★★★

### Hotel du Glacier



Saas-Fee | Wallis

1 Nacht im Doppelzimmer inkl. Frühstück ab

CHF **85.-** statt CHF 170.-

★★★★★

### Victoria Hotel SA



Lugano | Tessin

1 Nacht im Doppelzimmer inkl. Frühstück ab

CHF **115.-** statt CHF 230.-

## Wie profitiert man von der Hotelcard?

- Über 500 Top-Hotels zum 1/2 Preis buchbar
- Bestpreis-Garantie in allen Hotels
- Hotels im Schnitt an 75% der Tage zum 1/2 Preis verfügbar
- Doppelzimmer mit nur einer Hotelcard buchen
- Hotelcard beliebig oft einsetzbar

## Wieso ist sie das ideale Geschenk?

- Die beschenkte Person profitiert ein ganzes Jahr lang
- Sie erlebt Luxus, Entspannung und Wellness
- Die beschenkte Person erinnert sich bei jedem Hotelaufenthalt positiv an Sie

## Jetzt bestellen:

1 Hotelcard + 1 Hotelcard gratis \*



[www.hotelcard.ch/encore](http://www.hotelcard.ch/encore)

☎ 0848 711 717 (Rabattcode *encore-xmas* angeben)

\* Bei Bestellungen bis zum 22.12.2014 erhalten Sie einen Geschenkgutschein im Wert von CHF 95.- gratis dazu. Dieser Gutschein ist das ideale Weihnachtsgeschenk, denn die beschenkte Person kann ihn zum gewünschten Zeitpunkt kostenlos gegen eine persönliche, 1 Jahr gültige Hotelcard einlösen.

j'adore  
Dior

