

encores!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

UNTERWEGS
ISLAND
IM WINTER

UHREN
Glockenspiel
am Handgelenk

Feiern
Extravagant
durch die Nacht

SAGA
Abenteuerlich
und urban-
der Parka

DEZEMBER 2015

SonntagsZeitung

N°5





N°5
CHANEL
PARIS
PARFUM



OMEGA

Season's Greetings

Ω
OMEGA

Ladymatic

Boutiques OMEGA Zürich • Genève • Luzern • Interlaken • Bern • Crans-Montana

LAPO ELKANN
by Chen Man

HUBLOT

T H E A R T O F F U S I O N



Big Bang Unico Italia Independent.

Entworfen in Zusammenarbeit mit der italienischen Marke.

UNICO Chronograf mit Säulenrad. Manufaktur-eigenes Hublot Werk.
72-Stunden Gangreserve. Handgefertigtes Gehäuse aus Karbonfaser und
Aluminium-Legierung, exklusiv entwickelt von Hublot: Blaues Textalium.
Blaues Jeans Armband mit Nieten, eingebettet in schwarzes Kautschuk.
Limitierte Edition von 500 Exemplaren, wird mit einer Sonnenbrille aus
dem gleichen Material geliefert.



HUBLOT

BOUTIQUES
LUZERN • ZÜRICH



Fotografin Bettina Rheims gibt im Gespräch viel preis, S. 24.



Diamantenschmuck, der Frühlingsgefühle weckt, S. 22.



Winterfreuden in Island, S. 52.

Fest | Dezember 2015

THEMEN

16 Uhren

Zeitmesser, die den Ton angeben

18 Trend

Bei der Unterwäsche gilt jetzt «mix and match»

30 Genuss

Parfums als Inspiration für Gerichte

48 Geschenke

Edle Gaben, die entzücken

58 Beauty

Funkelndes Make-up für das Fest

RUBRIKEN

8 Favoriten 14 Swiss Made: die Orgeln der Firma Kuhn 20 Saga: die abenteuerliche Geschichte des Parka 45 Backstage 56 Für sie, für ihn: eleganter Samt 60 Bezugsquellen 62 Meine Welt: Anne-Sophie Pic



Lederkreationen für Partynächte, S. 38.



COVER

(Von links nach rechts)

Er: Flanelljacke **Balenciaga.** Hemd, Hose, Fliege und Gürtel, **Dior Homme.** **Sie:** Kleid aus Vinyl in Kroko-Optik, **Miu Miu.** Collier Twist, silber- und goldfarbenes Messing, passender Armreif, **Louis Vuitton.** Armband, **Maiyet.** Uhr Serpenti, Roségold und Diamanten, **Bulgari.** Overknees, **Versace.** **Er:** Blazer aus Samt mit Smaragden, **Balmain.** Overall, **Hermès.**

Fotos: Philippe Biancotto **Styling:** Carole Matray & Simon Pyllyser

Weihnachten unter Palmen

ES GAB EINE ZEIT, da war ich eine Weihnachtskönigin. Kein Aufwand war mir zu gross, um das perfekte Fest feiern zu können. Ich machte Listen, damit nichts vergessen ging, jedes Detail war geplant – aber meistens kam alles anders, als ich erwartet hatte: Statt das Fest zu geniessen, sass ich, vom Stress gezeichnet und todmüde, unter dem Christbaum, enttäuscht darüber, dass meine Anstrengungen nicht genügend gewürdigt wurden. Sah denn die Familie nicht, dass ich die glanzvolle Dekoration in unzähligen Arbeitsstunden gefertigt, stundenlang in der Küche gestanden und die Wohnung auf Hochglanz gebracht hatte? Anscheinend nicht. Ohne mich, dachte ich und feierte Weihnachten fortan im Ausland, genauer: am Strand. Mit



Silvia Aeschbach, Chefredaktorin deutschsprachige Ausgabe encore!

einem Cocktail in der Hand lauschte ich den Wellen statt der öden Weihnachtsgesänge. Aber es passierte etwas, womit ich nie gerechnet hatte: Ich begann Weihnachten zu vermissen, selbst die schiefen Blockflötentöne meiner kleinen Nichte fehlten mir, und so beschloss ich, wieder zu Hause zu feiern, allerdings in einer «abgespeckten» Version. Statt eines Fünfgängers kommt jetzt ein Eingänger auf den Tisch, Geschenke gibts nur noch für die Kleinen, die Erwachsenen spenden für den guten Zweck, und das unbequeme Paillettenkleid, das nach dem opulenten Weihnachtsmahl immer spannte, wurde durch ein Wohlfühl-Outfit abgelöst. Je weniger ich gestresst bin, desto mehr freue ich mich jedes Jahr auf ein entspanntes Zusammensein. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen ein schönes Fest, wie immer Sie auch feiern mögen.



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 Reymond **Verlagsleitung:** Thierry Furrer **Chefredaktion:** Renata Libal (verantwortlich), Silvia Aeschbach (deutschsprachige Ausgabe) **Produktion:** Ilaria Longo **Redaktion:** Leonie Vollenweider **Layout:** Géraldine Dura (Art Direction) **Bild:** Sophie Perraudin **Mitarbeiter dieser Ausgabe:** Mathilde Binetruy, Didier Borvin, Laurent Delaloye, Hanspeter Eggenberger, Pierre Thomas **Fotos:** Philippe Biancotto, Cédric Widmer, Lionel Deriaz, Christian Dietrich **Styling:** Carole Matray & Simon Pyllyser, Eva-Maria Overmann **Illustration:** André Gottschalk **Grafisches Konzept:** Ariel Cepeda **Produktion französisch:** Loyse Pahud **Übersetzung und Überarbeitung:** Ilaria Longo, Andréane Leclercq, Nadine Lea Mischler, Ursula Zenger **Sekretariat:** Alessandra Ducret **Bildbearbeitung:** PhotoMedia **Druck:** Ziegler Druck AG, Winterthur **Marketing:** Florence Ruffetta **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 Publications romandes SA, Werdstrasse 21, 8021 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, homegate AG, LC Lausanne-cités 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.



In einer Ausstellung zeigt Louis Vuitton die Geschichte seiner Reiseaccessoires.

AUSSTELLUNG

Luxuriöse Zeitreise

Fängt man seine Reiseziele heute mit der Kamera ein, so zeigten früher die Aufkleber auf dem Koffer, wo man schon überall auf der Welt war. Beim Besuch der von Olivier Saillard kuratierten Ausstellung «Volez, voguez, voyage – Louis Vuitton» – auf Deutsch «Fliegen, segeln, reisen» – ist das Fernweh vorprogrammiert. Die Ausstellung zeigt die Meilensteine der über 150-jährigen Geschichte um Louis Vuittons Reisegepäck anhand von Dokumenten aus der Gründerzeit sowie den ersten Taschen- und Koffermodellen – die meisten davon Leihgaben des Palais Galliera in Paris.

Daneben werden auch heutige Nachfolgemodelle präsentiert, und so erfährt man, wie aus dem schlichten einfarbigen Design der Gepäckstücke das bekannte LV-Monogramm mit dem typischen

Blumenmuster entstand. Ebenfalls erhalten die Besucher einen Einblick in das aufwendig gestaltete Innenleben der robusten Reisekoffer, das aus verschiedenen Holzelementen besteht.

Die Ausstellung wird bis zum 21. Februar 2016 im Pariser Grand Palais gezeigt. Das ist kein Zufall, denn das Gebäude spielt eine wichtige Rolle in der Geschichte des Labels. Während der Weltausstellung, zu deren Anlass der Grand Palais 1900 erbaut wurde, war Louis Vuittons Sohn George verantwortlich für die Organisation des dort gezeigten Bereichs «Reise und Lederwaren». Mit seinem Ausstellungsstand – ein Werbeplakat in der Schau zeigt, dass dieser aussah wie ein Karussell – zog Vuitton mit seinen innovativen und eleganten Accessoires die Besucher bereits vor 115 Jahren in den Bann. *Leonie Vollenweider*

KUNST UNTER 1000 FRANKEN

Wandelbares Werk



VON LAURENT DELALOYE

Eine Zeichnung, die zu einem späteren Zeitpunkt zu einer Skulptur wird: So könnte man Miguel Meneses

Schaffensprozess beschreiben. Der 1984 in Portugal geborene und in Neuchâtel aufgewachsene Künstler hat seine Leidenschaft für die Kunst als 20-Jähriger während eines Sprachaufenthalts in London entdeckt. Nach einem Vorbereitungsjahr an der Ecole d'Arts Tétard in Lausanne hat er 2014 an der Ecole Cantonale d'Art de Lausanne (Ecal) einen Master in Fine Arts abgeschlossen. Seither unterrichtet er, arbeitet im Musée de l'Elysée und in seinem Atelier. Am liebsten beschäftigt er sich mit Zeichnungen und Skulpturen. Diese zwei Arten der Kunst versucht er denn auch zu verbinden. Sein Stil: minimalistisch und Bauhaus. Das Werk «Graphite» ähnelt einem Rohr aus Stahl, in Wahrheit handelt es sich dabei aber um ein Papier, das mit fünfzig Grafitminen angemalt wurde. Die Idee dahinter? Die Striche des Bleistiftes verschwinden zu lassen, damit das Papier und der Grafit eins werden und ihre ursprüngliche Form verändern. Die Materialität des Papier, wird dadurch anders; es wird schwerer und glatter. Von Hand gerollt, wird das Papier schliesslich zu einem Objekt, und der Grafit sieht am Schluss aus wie Metall. Das Werk wird mit einem Magnet an der Wand befestigt, der kaum sichtbar ist. Die Materialien scheinen sich zu vereinen.

Preis: 500 Fr./Stück

«Graphite» 1/5, Papier, Grafitmine, Nagel und Magnet, 15 x 1 cm, 2015.



DESIGN

Das grosse Spiel

Nachdem sie schon Trophäen entworfen haben, ist es nun an der Zeit, dass sie selber eine bekommen: Das Schweizer Kollektiv Big Game – bekannt für seine Tierköpfe aus Holz – wurde Ende Oktober, wie auch der Norweger Daniel Rybakken, mit dem Hublot Design Prize ausgezeichnet. Das Jury-Mitglied, Pierre Keller, konnte so seine drei ehemaligen Schüler – Augustin Scott de Martinville, Grégoire Jeanmonod und Elric Petit – der Ecole Cantonale d'Art de Lausanne (Ecal) belohnen. «Wir sind stolz, von einem Unternehmen geehrt worden zu sein, dass so unkonventionell ist», sagte das Trio nach der Verleihung in Tokio. «Hublot hat in der Uhrenindustrie eine starke Identität, die Marke konnte ihr Design etablieren.» Big Game arbeitet regelmässig mit internationalen Firmen wie Nespresso, Karimoku New Standard oder Muji zusammen. Sie kollaborierten aber auch schon mit dem Computerzubehör-Hersteller Logitech. Was könnte sie sonst noch reizen? «Ein gemeinsames Projekt mit einem Detailhandelsunternehmen wie der Migros oder eine Uhr für Hublot zu entwerfen.» *M.B.*





Die Schauspielerin Sarah Gadon wurde für die Uhrenmarke Jaeger-LeCoultre von Caitlin Cronenberg abgelichtet.

FOTOGRAFIE

Rendez-Vous in New York

Sie steht auf einer Strasse mitten in New York. Mit ihrem auffälligen Outfit und der Sonnenbrille à la Jackie O. sieht sie aus, als wäre sie gerade einem Film entsprungen. Man stellt sich vor, wie sie in ein Taxi steigt, beim Metropolitan Museum of Art anhält, um einen Kaffee zu trinken und dort in der Vergangenheit zu schwelgen. Das Bild ist Teil einer Fotoserie und steht für die Zusammenarbeit zweier junger kanadischer Frauen: der Schauspielerin Sarah Gadon und der Fotografin Caitlin Cronenberg. Dafür angefragt wurden sie von der Uhrenmarke Jaeger LeCoultre. Diese engagiert sich schon seit fast zehn Jahren im Bereich des Films: als Partner des Festivals von Venedig, aber auch als Sponsor des Festivals von Toronto, Shanghai, Abu Dhabi und Los Angeles. Denn die Uhrmacherei und das Kino haben durchaus Gemeinsamkeiten – beide Bereiche schaffen etwas für die Ewigkeit. Es liegt also nahe, dass die Marke gerade einer Schauspielerin und einer Fotografin die Aufgabe gestellt hat, eine

Geschichte rund um die Uhr Rendez-Vous (Roségold) zu inszenieren. Die 28-jährige Sarah Gadon kennt man aus Filmen wie «Cosmopolis» oder «Eine dunkle Begierde», beide von Regisseur David Cronenberg. Dessen Tochter, die 31-jährige Caitlin, ist Modefotografin und hat schon grosse Namen der Filmbranche abgelichtet. Die beiden Frauen sind Freundinnen. «Mein Stil beruht auf einer cineastischen Herangehensweise», sagt Caitlin Cronenberg. «Sarah und ich haben ein Szenario ausgearbeitet und einen bestimmten Charakter. Sie hat das perfekt umgesetzt.» Die gelassene Stimmung beim Shooting kann wohl auf die Cupcakes zurückgeführt werden, welche die beiden Frauen am Tag des Shootings schon frühmorgens verschlungen haben. Einige mussten sie aber übrig lassen, denn sie sind Teil eines Sujets. «Wir wollten bei der Arbeit ein lockeres, weibliches Ambiente», sagt Caitlin. Trotzdem gilt die Liebe der Fotografin einem eher männlichen Uhrenmodell wie der Master. *Renata Libal*

GASTRONOMIE

Leichtes Festmahl



Er stammt aus der Toskana und hat in Sachen Kulinarik viel vor: Marco Stabile will den Geschmack der traditionellen Speisen seiner Heimatregion wahren und dabei leichte Gerichte kreieren. Nun wurde der 42-jährige Chef des florentinischen Restaurants Ora d'Aria, das einen «Michelin»-Stern hat, von Globus ausgewählt, das Weihnachtsmenü der Warenhauskette zu kreieren. Das Festessen wird mit einem pochierten Ei mit Trüffelgold und Kartoffeln eröffnet (Bild). Ein wohlriechender, ausgewogener Leckerbissen. Abgeschlossen wird das Mahl mit einem Tiramisù: luftig und dezent gewürzt mit – Salz! Dazwischen gibt es einen ebenso leichten Hauptgang. Seine ersten Erfahrungen in der Küche sammelte Stabile bei seiner Mutter in Pontedera. Nach 14 Jahren in diversen Restaurants gründete er schliesslich sein eigenes Lokal, das in Florenz in der Nähe des Ponte Vecchio und der Uffizien gelegen ist. Bis wir es schaffen, im Ora d'Aria das Risotto terre e terriccio di bosco zu essen, lassen wir uns schon mal von den Rezepten des Chefkochs inspirieren. *Loyse Pahud*

Rezepte auf www.globus.ch/rezepte; Restaurant Ora d'Aria: www.oradariaristorante.com



MODE

Wohltat

Diese handgewobene Tasche von Marni macht nicht nur wegen ihrer bunten Farbe gute Laune: Mit dem Kauf tut man auch gleich etwas Gutes, denn der Erlös wird einer indischen Schule gespendet. *L. V.*

Taschen ab 100 Fr. bis zum 11. Dezember erhältlich, www.marni.com



Fantastische Kulisse: Die Tempel in Kambodscha als Laufroute.

REISEN

Im Laufschrift

Um ein Plätzchen zu finden, an dem man ein Moment innehalten und die mystische Dimension der Tempel von Angkor spüren kann, muss man die gut besuchten Gebäude verlassen und zu den verlassenere Orten gehen. Nur dort können Besucher, die allein sein wollen, die innere Ruhe finden. Die archäologischen Funde in Kambodscha gehören zu den beeindruckendsten Relikten der Menschheit. Während des Khmer-Reiches (9. bis 15. Jahrhundert) sind hier raffinierte Monumente entstanden. Kein Wunder, werden sie jährlich von mehr als zwei Millionen Besuchern besichtigt. Wer keine Lust auf Menschenmassen hat, kann aber auch andere Entdeckungsmöglichkeiten nutzen. Wie wäre es zum Beispiel, Angkor im Laufschrift zu erkunden? Nebst dem Marathon von Angkor, der jedes Jahr im Dezember stattfindet, wird nun am

23. Januar erstmals der Ultratrail veranstaltet, bei dem die Teilnehmer geheime Wege erforschen können. Dafür braucht man Ausdauer und viel Training: Die 128 Kilometer lange Strecke führt unter anderem durch die Tempel, den Dschungel und durch Reisfelder.

Dieses Rennen zeigt einmal mehr: Immer mehr sportliche Aktivitäten werden an aussergewöhnlichen, möglichst abgelegenen Orten veranstaltet. Die weniger Trainierten können sich übrigens auch für 32 Kilometer Nordic Walking entscheiden. Es empfiehlt sich, nach den körperlichen Strapazen in der Sala Lodge zu übernachten. Das hübsche Boutique Hotel besteht aus traditionellen Häusern und besticht auch durch gutes Essen. *Renata Libal*

Anmeldung/Infos: www.ultratrail-angkor.com, Sonderangebote für 7 Tage, ab 579 bis 1200 Dollar, www.phoenixvoyages.com



DEKO

Überraschungsei

Man kann es zu einem Picknick mitnehmen, aber das wäre schade: Dieses Ei, das einfach zu transportieren ist, macht sich viel besser auf einem weissen Tischcloth als auf einer karierten Decke. Der französische Silberschmied Christofle lanciert mit dem Besteckset Mood ein schlichtes, elegantes Objekt, welches neben der Müllschale auf dem Frühstückstisch sowie auch neben dem Champagnerglas beim Apéro eine gute Figur macht. Die spiegelnde Oberfläche eignet sich übrigens auch, um nach dem Essen das Make-up zu kontrollieren. *R. L.*

Mood, Besteckset aus versilbertem Stahl, Christofle, 990 Fr.



DEKO

Brennender Countdown

Ein Adventskranz muss nicht immer opulent rot oder grün geschmückt sein. Für alle, die die Tage bis zur Weihnachten auf eine stylischere Art zählen wollen, hat die dänische Designerin Anne Lehmann eine minimalistische Adventskerze entworfen. Die einzige Dekoration daran sind die Daten, welche die Kerze zieren. *R. L.*
Kerze Normann Copenhagen, 13 Euro

Fotografieren ohne Sucher

TOYS FOR BOYS



VON DIDIER BONVIN

Die guten alten Sucher der Fotoapparate sterben langsam, aber sicher aus. Ersetzt werden sie durch Touchscreens. Auch wenn es einigen Puristen missfallen mag: Sogar die Fotografie orientiert sich nunmehr an Smartphones. Es geht hin zur Vereinfachung, zur schnellen Übertragung. Die neusten Geräte arbeiten alle mit Kommunikationstechnologien wie NFC oder WLAN, damit die Bilder sofort weitergeleitet werden können. Wer keine Lust hat, sich durch unverständliche Bedienungsanleitungen zu kämpfen, darf sich freuen: Auch hier setzen die Hersteller



Samsung NX500, Digitalkamera, 799 Franken.

auf Vereinfachung. Kameras wie die NX500 von Samsung verkörpern diesen Wandel. Es gibt keinen Sucher, und fast alles wird über den Touchscreen geregelt. Zwar gibt es noch Drehschalter, vor allem um die Belichtung zu regeln, aber statt unverständlicher Zahlen erscheint das Motiv auf dem Bildschirm, das je nach Einstellung den Kontrast verändert. Darüber hinaus konkurrieren sich Smartphones und Fotoapparate in Sachen Pixel: Die aktuelle Kamera von Samsung hat 28 Millionen Pixel, Smartphones können da nicht mithalten. Der digitale Bildschirm ist vollständig drehbar, sodass der Fotograf ihn immer in seine Richtung drehen kann. Dank der austauschbaren Objektive ist die Bildqualität – Farbtöne, Weissabgleich, Farbchtheit – Spitzenklasse. Die meisten Kameras in dieser Preisklasse, wie auch die NX500, ermöglichen auch Aufnahmen in Ultra HD: 4K. Diese Kameras mit «Mirrorless»-Technologie sind leicht und handlich, ohne dass die Bildqualität darunter leidet.



BUCHERER.COM

BUCHERER

1888

EINZIGARTIG WIE IHRE EMOTIONEN – SEIT 1888

UHREN SCHMUCK JUWELEN



Bally, bekannt für seine hochwertigen, eleganten Schuhe, gibt jetzt sein Fachwissen weiter.

LEXIKON

Das ABC der Schuhe

Endlich sind sie da, die lang ersehnten Loafers aus dem edlen Leder. Wie in einem Schuhgeschäft stehen sie, schön drapiert, zu Hause im Schrank. Eigentlich wäre ja alles bereit, um die neuen Lieb-linge das erste Mal auszuführen: Das passende Outfit ist gewählt, und den idealen Anlass, die Schuhe zu tragen, gibt es auch. Und doch zögert man, das nigel-nagelneue Accessoire anzuziehen. Beginnt man seinen neuen Lieblingsschuh regelmässig zu tragen, muss man sich schliesslich auch um dessen Pflege kümmern – und das ist je nach Material und Modell gar nicht immer einfach.

Wem dieses Szenario bekannt vorkommt, kann nun aufatmen – und sofort in den neuen Schuh schlüpfen –, denn Bally hat vor kurzem eine Plattform lanciert, die unter anderem wertvolle Pflegetipps für Lederschuhe gibt. Shoepedia heisst

das virtuelle Lexikon, welches auf der Homepage der Marke (www.bally.ch) zu finden ist. Neben den Infos, wie die Schuhe möglichst lange schön bleiben, erfährt man zudem, wie diese hergestellt werden, was für Anfertigungs-Techniken und Lederarten es gibt, und natürlich kann man die Geschichte des Brands nachlesen oder in einem Video nachverfolgen. Wer sonst, wenn nicht der seit 164 Jahren existierende Schweizer Schuhhersteller, könnte mehr Wissen über Fussbekleidung haben.

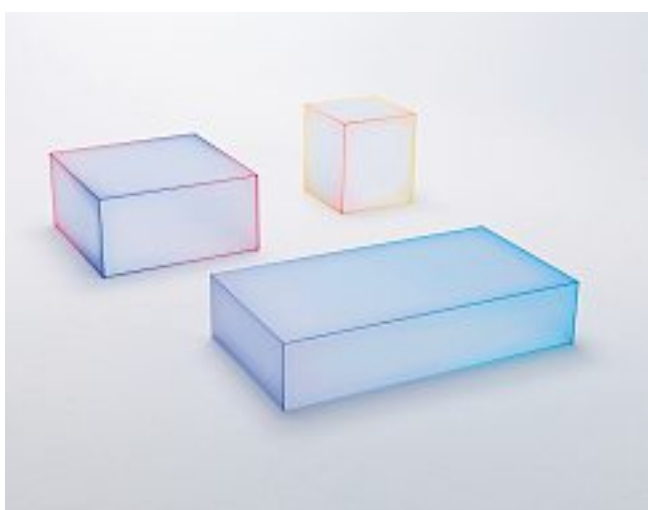
Auch ein Glossar fehlt auf Shoepedia nicht: von A wie Ankle Boots über K für Kitten Heel bis Z wie Zero Drops – neben diversen Schuhmodellen werden hier auch andere Fachbegriffe erklärt. Zwar ist der Inhalt der Plattform vorerst auf Englisch, doch noch im kommenden Jahr soll es ihn auch auf Deutsch geben. *Ilaria Longo*



TOP 5

Christbaumdeko, so edel wie Couture-Kreationen

- 1** Filigrane Kugel aus spiralförmig geschlungenem Glas, dekoriert mit einer feinen goldenen Kugelmusterung, ca. 7 Fr., **Habitat**.
- 2** Mundgeblasene Christbaumkugel aus Glas mit einer von Hand aufgetragenen Musterung, die an Spitze erinnert, 24.90 Fr., **Globus**.
- 3** Weihnachtskugel mit goldenen Pailletten aus Kunststoff, Aufhänger aus Metall mit einem Satinband, 7.90 Fr./2er-Set, **H & M Home**.
- 4** Beige Dekorationskugel aus Styropor mit weissen Spitzenapplikationen, Aufhänger aus Leinen, 7.95 Fr./3er-Set, **Ikea**.
- 5** Handgemachte weibliche Glasfigur mit Kunsthaaren, Mantel und Accessoires aus Stoff, 49.90 Fr., **Soffieria de Carlini** (bei Globus).



DESIGN

Eckige Seifenblasen

Durchsichtig und glänzend: Die Glastische Soft (ab 1204 Euro) des japanischen Designers Nendo erinnern an Seifenblasen. Zu sehen waren sie diesen Frühling an der Design Week in Mailand anlässlich der Retrospektive des Designers. Die Begeisterung darüber war so gross, dass die Tische nun Teil der Kollektion von Glas Italia sind. *R.L.*



GENUSS

Wein mit Starpotenzial

Die bauchige Flasche in goldig schimmerndem Grün bleibt im Weinregal des Supermarktes nicht unbemerkt. Das Etikett hingegen, ist ganz schlicht: Miraval, Côtes de Provence. Auf der Rückseite ist der Text auf dem Aufkleber noch kürzer: Millésime (2013), Alkoholgehalt (14%). Keine Angaben zur Rebsorte, aber dafür drei Worte, die staunen lassen: Jolie, Pitt & Perrin. Ja genau, die Rede ist vom amerikanischen Schauspielerehepaar. Angelina und Brad sind die Besitzer dieses 6000 Hektaren grossen Anwesens im Norden von Brignoles in der Provence. Die Familie Perrin wiederum ist in Châteauneuf-du-Pape und im Rhône-tal bekannt – vor allem als Besitzerin des Château de Beaucastel. Nebst einem Rosé, der Jolie, Pitt & Perrin bekannt gemacht hat, und einem Weisswein aus Côteaux Varois, produziert die Länderei einen Côtes de Provence blanc (Bild). Es handelt sich dabei um eine reine, weisse, mediterrane Rebsorte, die in Sardinien und der Toskana unter dem Namen Vermentino bekannt ist. Dieser batonierte Wein mit intensivem Zitrusduft und leichter Anis- und Vanillenote, ist fleischig und kräftig. Im Abgang hat er eine Note von weissen Pfirsichen und kandierten Zitrusfrüchten. Er passt gut zu Fisch oder einem grünen Thai-Curry. *Pierre Thomas*
Miraval blanc 2013, Côtes de Provence blanc, Manor, 29.90 Fr.

FLANIEREN MIT HERMÈS



Hermès in Basel, Bern,
Crans-sur-Sierre, Genf,
Gstaad, Lausanne, Luzern,
Lugano, St.Moritz, Zürich.
Hermes.com



MUSIKALISCH

LINKS Die fast fertigen Orgelpfeifen sind bereit für die Weiterverarbeitung.

OBEN LINKS Ein Mitarbeiter lötet eine Zinnpfeife.

OBEN RECHTS Beeindruckend: die Mechanik einer Chororgel.

RECHTS Die Schreinerarbeit am Gehäusebau ist anspruchsvoll.

UNTEN Vormontage in der Werkstatt des Orgelbauers, hier für die Chororgel in Bellelay.



Kraftvolles Handwerk

ALS EINES DER LETZTEN UNTERNEHMEN FERTIGT EIN ORGELBAUER AM ZÜRICHSEE EINZELSTÜCKE. DIE AUFWENDIG PRODUZIERTEN INSTRUMENTE FINDEN SOGAR IM AUSLAND ANKLANG.

TEXT LEONIE VOLLENWEIDER FOTOS DANIEL AUF DER MAUER/13 PHOTO

IN DEN GERÄUMIGEN Holzverarbeitungs-Werkstätten riecht es nach frisch gesägtem Holz, dies, obwohl bei unserem Besuch nur wenig Sägemehl zwischen den Werkbänken und Dutzenden von Maschinen liegt. «Wir arbeiten mit denselben Maschinen wie jede Schreinerei», begründet Hans-Peter Keller, Geschäftsführer von Orgelbau Kuhn, die Vielzahl der Geräte. Der Grossteil der Sägen und Schleifmaschinen bleibt heute aber stumm: Die meisten Angestellten sind ausser Haus, um eine neu gefertigte Orgel in Luzern zu montieren und eine andere in Ems zu restaurieren. Orgelbau Kuhn ist zwar mit seinen rund 30 Angestellten ein Kleinbetrieb, das Unternehmen ist jedoch mit Abstand der grösste Schweizer Orgelbauer. Auch europaweit gehört es zu den führenden Herstellern. Alle Einzelteile werden nach wie vor am Standort in Männedorf produziert – vom Gehäuse bis zu den metallenen Orgelpfeifen. Die Firma stellt jährlich drei bis vier Instrumente her, hauptsächlich für Kirchen und Konzertsäle. Vom Einreichen der Offerte bis zur Montage und dem Einstimmen, dem sogenannten Intonieren, der Orgel dauert es rund anderthalb Jahre. Dass dennoch mehrere Orgeln gleichzeitig gebaut werden können, hängt damit zusammen, dass bei Orgelbau Kuhn viele Prozesse wie die Planung oder die Endmontage parallel zum Bau eines anderen Exemplars laufen. Das bisher grösste Projekt war der Neubau einer Kirchenorgel

im norwegischen Trondheim 2014, bei der einzelne Elemente der vorherigen Orgel wiederverwendet wurden. «Ein solches Grossprojekt ist immer eine tolle Herausforderung, doch auch der Bau von kleineren Orgeln, bei denen wir mit historischen Plänen arbeiten müssen, ist sehr interessant für uns», sagt Keller.

Gut Ding will Weile haben

Gebaut wird bei Kuhn bereits seit 150 Jahren. 1863 kam der Deutsche Orgelmeister Johann Nepomuk Kuhn als Angestellter in die Schweiz, um für die Kirche in Männedorf ein neues Instrument zu bauen. Er blieb und gründete zusammen mit seinem Arbeitskollegen ein eigenes Orgelbau-Unternehmen. Ab 1872 führte Kuhn das Geschäft alleine weiter. Das Unternehmen machte sich in den 1870er-Jahren mit Aufträgen für die St. Galler Kathedrale und das Zürcher Grossmünster über die Regionsgrenze hinaus einen Namen. Als Kuhn 1888 starb, übernahm sein Sohn Carl Theodor, der seine handwerkliche und musikalische Ausbildung im väterlichen Betrieb und im Ausland absolvierte, die Leitung der Firma. Da Carl Kuhn selbst keine Nachkommen hatte, beschloss er, das Unternehmen in eine Aktiengesellschaft umzuwandeln, um den Erhalt des Unternehmens zu sichern.

«In all diesen Jahren hat sich bei den Produktionsabläufen wenig geändert», sagt Keller. Gewandelt haben sich dafür die Firmengebäude, die in den letzten Jahrzehnten mehrmals erweitert und neu gebaut wurden. Nur das Gründerhaus mit Blick

auf den Zürichsee, welches unter Denkmalschutz steht, ist noch original und heute mit Büros für die Planung und Administration ausgestattet. Von diesem führt ein Gang direkt zu den Produktionshallen und zu dem dahinterliegenden Holzlager, in dem mehrere Tonnen Holz – das meiste davon Schweizer Eiche und Fichte – aufgestapelt ist. «Das Holz für das Gehäuse wird anhand ästhetischer Kriterien ausgesucht. Für das Innenleben und die Basspfeifen muss das Holz bestimmte Eigenschaften wie Härte oder Weichheit haben», sagt Keller. Die Metallpfeifen werden aus Zinn hergestellt. Dazu werden Zinnbarren zuerst geschmolzen und das flüssige Metall daraufhin auf einer Werkbank ausgegossen. Anschliessend werden die abgekühlten Platten in die richtige Dicke gehobelt. Aus diesen Platten schneiden die Orgelbauer die Pfeifenfüsse und -körper zu, welche sie danach mithilfe von Formen rundbiegen und zuletzt zusammen mit anderen Einzelteilen zusammenlöten und weiterverarbeiten. Nach der Montage der Orgel, wird diese intoniert. Bei diesem wichtigen Arbeitsschritt werden die Klangfarbe und Lautstärke der Pfeifen dem Raum angepasst, damit das Instrument seinen kraftvollen Klang entfalten kann.

Nebst dem Neubau kümmert sich das Unternehmen auch um die Pflege und die Revision von Orgeln. Zudem werden jährlich durchschnittlich vier Lehrlinge ausgebildet. «Damit das Handwerk auch künftig bestehen bleibt, ist es wichtig, unser Wissen weiterzugeben», sagt Keller. ☺



Hans-Peter Keller

Der gelernte Orgelbauer und -konstrukteur ist Geschäftsführer von Kuhn Orgelbau und hat hier bereits seine Ausbildung absolviert. Hans-Peter Keller war schon mehrere Jahre in der Geschäftsleitung des Unternehmens tätig, bevor er vor rund einem Jahr seine heutige Aufgabe übernahm. Zum 150-Jahr-Jubiläum ist letztes Jahr das Buch «Die Orgelbauer – Das Buch zur Geschichte von Orgelbau Kuhn 1864–2014» erschienen, erhältlich unter www.orgelbau.ch.

#DontCrackUnderPressure



TAG Heuer

SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860



TAG HEUER CARRERA
CARA DELEVINGNE SPECIAL EDITION

Cara Delevingne lebt nach eigenen Regeln. Wie TAG Heuer widersetzt sie sich Konventionen und hält getreu dem Motto „Don't Crack Under Pressure“ jedem Druck stand.



Die Tradition 7087 von Breguet hat einen einzigartigen Klang, der durch die Synthese von Tausenden von Tönen entsteht. Zudem verfügt die Uhr über eine Platine und Brücke aus Titan sowie einen vertikalen Schlagwerkhammer.

Die Uhr gibt **den Ton an**

ZEITMESSER MIT MINUTENREPETITION SIGNALISIEREN DIE UHRZEIT ALS KLANG. DIE HERSTELLER WETTEIFERN, UM DIE PERFEKTE AKUSTIK ZU FINDEN.

TEXT MATHILDE BINETRUJ

SCHLIESSEN SIE die Augen und hören Sie gut hin: Jetzt spielt die Musik am Handgelenk. Eine der wichtigsten Komplikationen des Uhrwerks, die Minutenrepetition, sorgt dafür, dass eine Uhr die Zeit auch akustisch angibt. Dank eines auf zwei Tönen basierenden Systems lässt sich die Minutenrepetition mit einem «ding-dong» wahrnehmen. Es reicht, die Uhr auf eine bestimmte Zeit zu programmieren. Zeigt die Uhr zum Beispiel 1.18 Uhr an, läutet sie einmal auf dem ersten Ton, um die Stunde anzugeben, einmal auf beiden Tönen, um die Viertelstunde anzuzeigen und danach dreimal auf dem zweiten Ton, um die drei letzten Minuten zu signalisieren. Man spricht hier auch von einem Glockenspiel oder einem Cathedralenschlagwerk.

«Der kristallklare Klang der Töne ist in gewisser Weise ein Anachronismus», sagt Linus Fuchs, Managing Director IWC Schweiz. «Er erinnert an früher, als die Menschen ihre Tätigkeit unterbrachen, wenn die Uhren läuteten, um die Schläge zu zählen und zu wissen, wie spät es war.» Heute hat die Minutenrepetition ihren rein praktischen Nutzen abgelegt und ist zu einem Kunstwerk geworden. Sammler sehen darin, zusammen mit dem Tourbillon, eine der begehrtesten Komplikationen. Die Portugieser Minutenrepetition von IWC gehört zu den beeindruckendsten ihrer Art. «50 000 Stunden sind zu deren Entwicklung nötig», sagt Fuchs. «Im Uhrwerk spielen rund 250 Teile in perfekter Harmonie zusammen, wie in einem mechanischen Orchester.»

Die Uhrmacher, die solche Exemplare zusammensetzen, sind wahre Künstler. «Nur die Qualifiziertesten, die mindestens sieben Jahre Erfahrung mit höchst komplizierten Uhren aufweisen, können sich mit solchen Produkten befassen», sagt Christophe Claret, Schöpfer der Uhr *Allegro*. Die Minutenrepetition gilt als eines der komplexesten Kaliber – eine Herausforderung für den Uhrmacher und den Akustiker. Nebst der erforderten Genauigkeit hinsichtlich der Bestandteile und des Zusammenbaus bedarf es eines spezifischen und gestimmten Uhrengehäuses für eine opti-

male Übertragung des Tons und eine schöne Klangqualität. Ein gutes Beispiel kommt aus dem Hause Audemars Piguet. Acht Jahre Forschung und drei Patentanfragen waren für die *Royal Oak Concept Recherche Acoustique* nötig. Die Marke hat sich dabei auf die Prinzipien des Geigenbaus gestützt. Das Unternehmen hat einen Ingenieur, einen Saiteninstrumentenbauer und all seine Mitarbeiter zu Rate gezogen, um mit den traditionellen Regeln der Schlagwerkuhren zu brechen. Entstanden ist eine beeindruckende Akustik.

Eine Welt der Superlative

Eine solche Akustik wünschen sich viele Marken. Antonio Calce, CEO von Girard-Perregaux, sagt, dass sein Forschungs- und Entwicklungsteam unaufhörlich an neuen Innovationen arbeitet. Das Resultat: die mit einem Preis ausgezeichnete *Répétition Minutes Tourbillon sous Ponts d'Or*, bei der das Zifferblatt Einblicke auf den Schlagwerkhammer gewährt. Die *Tradition 7087* von Breguet besitzt vertikale funktionierende Schlagwerkhammer zur Erzeugung der Töne. Jaeger-LeCoultre

hingegen hat für das Modell *Master Grande Tradition Répétition Minutes* eine Kristalltonfeder entwickelt, die durch einen quadratischen Querschnitt sichtbar wird.

Und als ob das noch nicht genug wäre, werden den Uhren weitere Besonderheiten hinzugefügt: A. Lange & Söhne hat das Modell *Zeitwerk Minutenrepetition* mit einer mechanischen Anzeige mit springenden Ziffern und einer akustischen Anzeige der Zehnminutenintervalle ausgestattet (auf 30 Exemplare limitiert, Preis auf Anfrage). Die *Répétition Minutes Hannibal Westminster Carillon Tourbillon Jaquemarts* von Ulysse Nardin zeigt den in Weissgold geschnittenen karthagischen General Hannibal Barkas auf ihrem Zifferblatt aus Alpengranit (mehr als 150 000 Fr.). Die *Rotonde Grande Complication Kaliber 9406MC* von Cartier ist der Inbegriff der Komplexität: ewiger Kalender, Minutenrepetition und Tourbillon (Preis auf Anfrage). Und doch dürfte da noch mehr gehen: Christophe Claret deutet zumindest an, «in den kommenden Jahren unglaubliche Dinge zu realisieren». Man darf also gespannt sein. ☺

TICK-TACK

VON LINKS NACH RECHTS UND VON OBEN NACH UNTEN
Répétition Minutes Tourbillon sous Ponts d'Or, Girard-Perregaux. Portugieser Minutenrepetition (auf 500 Exemplare limitiert), IWC Schaffhausen. *Allegro* (20 Exemplare), Christophe Claret. *Zeitwerk Minutenrepetition*, A. Lange & Söhne. *Répétition Minutes Hannibal Westminster Carillon Tourbillon Jaquemarts* (30 Exemplare), Ulysse Nardin. *Royal Oak Concept Recherche Acoustique*, Audemars Piguet. *Rotonde Grande Complication Kaliber 9406 MC*, Cartier. *Master Grande Tradition à Répétition Minutes*, Jaeger-LeCoultre.





EXCLUSIVE



שורה

שורה

THE FIRST FRAGRANCE



Unterschiedlich und doch passend: Das Label Love Stories mixt bei seiner Unterwäsche Farben und Materialien.

Gegensätze ziehen sich an

DAS PROBLEM MIT zusammenpassender Unterwäsche kennen viele Frauen. Wenn man das perfekte Höschen zum BH sucht, ist dieses hundertprozentig in der Wäsche, und umgekehrt. Dann erinnern wir uns an die Worte unserer Mutter: «Kind, schau dass du anständige Unterwäsche trägst; du könntest ja einen Unfall haben.» Nun bezog sich das «anständig» eher auf die Sauberkeit als auf den stilistischen Mix der Stücke, und so fragen wir uns: Wieso mischen wir nicht auch bei unserer Lingerie? Wir mixen ja auch in der Mode die verschiedensten Materialien und Muster.

Das niederländische Label Love Stories, das von der Designerin Marloes Hoedeman 2014 gegründet wurde, perfektioniert das Zusammenspiel verschiedener Stile. Entstanden sind Kombinationen, die fast zu schade sind, um sie nur unter der Kleidung zu tragen: zauberhafte Triangel-BHs und feine Slips, dazu auch hübsche Bikinis und Badeanzüge mit Retro-Charme. Das Schöne an

den Modellen: Sie sind federleicht, nichts schnürt ein oder beengt, es gibt keine Push-up-Körbchen oder formgebenden Höschen. Aber, und das ist die traurige Nachricht, obwohl es die Unterwäsche in drei verschiedenen Grössen gibt, kleidet Love Stories Frauen mit wenig Oberweite am besten. Es gibt natürlich auch andere Brands, die Höschen und BH separat verkaufen, doch bei diesen geht es vor allem darum, verschiedene Grössen anbieten zu können. Bei Love Stories ist das Gegensätzliche Konzept. Wer gerne Strass, Schleifchen oder Rüschen hat, wird hier allerdings nicht fündig. Denn die Unterwäsche hat zwar eine erotisch-verspielte Note, ist aber nie übertrieben sexy. Marloes Hoedeman war Fashion- und Interior-Stylistin und designte die Unterwäsche zuerst für sich selber. Ihre Inspiration sind Filme und Bücher. Und so kann man sich gut vorstellen wie entzückend Cate Blanchett oder Keira Knightley in den Stücken aussehen würden. ●



MANOR

instore | online | mobile



Collier,
1 Brillant
0,25 ct H/SI,
45 cm,
1290.–

Ohrstecker,
2 Brillanten
0,25 ct H/SI,
849.–

Ring,
1 Brillant
0,25 ct H/SI,
890.– statt 1190.–

890.–
statt 1190.–

Weissgold 18 Karat

Angebote gültig bis 24.12.2015 (solange Vorrat). Alle Preise in CHF.

FS
Sergio Ferris
Diamond Collection



Der norwegische Forscher Roald Amundsen (hier 1934 in Virginia) hat als einer der Ersten die Vorzüge der aus Tierhäuten und Fellen gefertigten Jacke erkannt.

Verwegener Klassiker

EINST EIN WICHTIGES KLEIDUNGSSTÜCK FÜR ABENTURER, IST DER PARKA HEUTE AUCH BEI MODEFANS HOCH IM KURS. IMMER WIEDER IST DIE JACKE IN NEUEN VARIANTEN ZU SEHEN.

TEXT RENATA LIBAL

DIE EISZEIT IST ZURÜCK. Es sind jedoch weder die Meteorologen noch die Umweltschützer, die dies verkünden, sondern die Menschen auf der Strasse. Seit Beginn des Herbstes schlüpfen modebewusste Jugendliche und Erwachsene in ihre dicken Jacken, egal wie warm es ist. Eingehüllt in gesteppte Stoffe mit Kapuzen, sind die Städter unterwegs – bereit, jedem Schneesturm zu trotzen, der das Flachland überraschen wird. Dass man so dick eingehüllt in den geheizten Bussen und Warenhäusern Gefahr läuft, sich einen Hitzeschlag zu holen, tut ihrer Leidenschaft keinen Abbruch: Alle tragen Parka. Diese Jacke, die in ihrem Träger scheinbar einen gewissen Abenteuergeist zu wecken vermag, ist nun schon seit geraumer Zeit ein Klassiker. Und er ist auch durchaus für viele Gelegenheiten einsetzbar und passt zu Jeans genauso wie zum Paillettenmini. Männer tragen ihn problemlos über den Anzug. «Nebst dem rein praktischen Aspekt steckt im Tragen von Militärkleidern auch eine Botschaft», sagt Valentine Ebner, Lehrbeauftragte im Modestudiengang der Haute Ecole d'Art de Design in Genf und Spezialistin auf dem Gebiet der Trends. «Dieses Kleidungsstück hat etwas Mythisches. Es erinnert an Geschichten über Helden, Abenteurer und Kämpfer. Deren Mut und Findigkeit können wir uns, indem wir einen Parka tragen, teilweise zu eigen machen.» Man denke an TV-Serien wie «Game of Thrones», in denen dick eingehüllte Helden, ihr Gesicht von Fellen gesäumt, den Elementen trotzen, während die Zuschauer vor dem Fernseher wohligh schaudernd die Abenteuer miterleben.

Der geistige Vater dieser Jacke ist der norwegische Forscher Roald Amundsen, der am 14. Dezember 1911 als Erster den Südpol erreichte. Es heisst, seinen Erfolg habe er seinem offenen Geist zu verdanken: Er liess sich für seine Kleidung von den Traditionen der Inuit inspirieren und trug eine Jacke aus Robbenfell. Seinem grössten Konkurrenten, dem Briten Robert Scott, schienen Tierhäute zu barbarisch, und so setzte er auf moderne Textilien. Ein fataler Fehler: Er starb den Kältetod. Die Bilder von Amundsen im ewigen Eis zeigen: Der Vorfahre des Parkas war geboren. Und dessen Name mit ihm. Laut einigen Quellen entstammt das Wort der Sprache der nordamerikanischen Inuit, in der «parqaaq» «Hitze» bedeutet. Bei den Nenzen in Sibirien bedeutet das Wort hingegen «Tierhaut». Heute versteht man darunter eine Jacke, die bis zu den Hüften oder bis zur Mitte der Oberschenkel reicht, aus einem schützenden Material ist, und mit einer (Fell-)Kapuze ausgestattet ist.

Gerüstet für den Kampf

Dieses Kleidungsstück wird jedoch nicht nur mit dem Entdeckergeist in Verbindung gebracht, sondern auch mit Kämpfen. Gegen Ende des Zweiten Weltkriegs rüstete die amerikanische Armee ihre Piloten mit Kleidern aus, die extremen Bedingungen standhielten und vom Parka inspiriert waren: Das Modell USAF N-3B der amerikanischen Marke DuPont war aus Nylon und hatte eine Wollwattierung. Die Kapuze – zuerst aus Pelz, später aus Synthetik – liess sich zusammenziehen, sodass nur noch die Augen frei waren, daher der Übername «snorkel parka». Ein weiteres legendäres Modell aus derselben Zeit und ebenfalls amerikanischen Ursprungs war der M-51: M für military und 51 für dessen Einführungsjahr während des

Koreakriegs. Diese leichtere Variante aus beschichteter Baumwolle hat auch ein abnehmbares Innen- sowie Kapuzenfutter. Dieser Jacke ist ein typisches Detail zu verdanken: der W-förmige Schnitt auf der Rückseite, der dieser zum Übernamen «fishtail», also Fischschwanz, verholfen hat. Diese Form dient dazu, bei Wind die Zipfel der Jacke schützend mithilfe der Bänder im Zugsaum um die Beine schnüren zu können.

In den 1960er-Jahren wurde diese Uniform von der grossen Masse getragen. Allerdings hatte die Jacke – mit antimilitaristischen Botschaften und aufgestickten Blumen geschmückt – ihren ursprünglichen Zweck verloren. Vor allem das Modell M-51 hat das Erscheinungsbild einer ganzen Epoche geprägt. Einfach in Militärbeständen aufzutreiben, praktisch, günstig und mit einem Schnitt, der vielen steht, trugen ihn viele rebellische Jugendliche. In England wurde die Jacke gar zum Symbol der Mod-Bewegung. Diese städtischen Jugendlichen verschrieben sich dem Modern Jazz und zelebrierten einen Lebensstil, der geprägt war von Partys und Exzessen. Dabei trugen sie sorgfältig geknöpfte Hemden, eng anliegende Anzüge und fuhren mit ihren Vespas durch die Strassen von London oder Brighton. Um ihre Kleidung zu schützen, schlüpfen die Mods in ihren Fishtail-Parka. Dies ist auch das Bild, das von dieser Bewegung geblieben ist. Zu sehen etwa auf den Fotos von Ostern 1964, als die Mods auf die Rocker trafen und sich Strassenschlachten lieferten. Der Parka konnte sein Bad-Boy-Image nie ganz abschütteln. Auch Vertreter des Grunges wie Kurt Cobain und Liam Gallagher, Leadsänger der Oasis, waren und sind damit zu sehen. Später wurde der Parka Kate Moss' Markenzeichen. Die englische «Vogue» hat 2008 ein von Mario Testino geschossenes Titelbild veröffentlicht, auf dem sie verstoßen unter der Kapuze ihres Parkas hervorschaut.

Erst kürzlich ist der Parka in seiner sportlichen Form wieder aufgenommen. Zu verdanken ist dies der Marke Canada Goose, die seit 2008 auch in der Schweiz erhältlich ist: Daunenmantel gegen

Der Parka hat das Tragen von Tierfellen so populär gemacht, wie kein anderer Pelzmantel

Extremtemperaturen, üppiger Saum aus Kojotenfell und das Logo auf der Brust. Obwohl diese Kleidungsstücke auch jeden Winter für Kritiken sorgen, scheinen sie nach wie vor sehr beliebt zu sein. Es ist keine Modeerscheinung, sondern ein Klassiker – da könnte man genauso gut auf das Ende der Jeans oder des Regenmantels warten. Canada Goose ist ein 1957 von Sam Tick, einem polnischen Auswanderer und Grossvater des gegenwärtigen CEO Dani Reiss, in Toronto gegründetes Familienunternehmen. Anfänglich wurden dort Sportkleider ohne besonderes Bestreben hergestellt. Doch dann schloss sich die Marke in den 1980er-Jahren mit dem Alpinisten Laurie Skreslet, dem ersten Kanadier, der den Everest bezwungen hat, und mit einer Gruppe von Wissenschaftlern der McMurdo-Station in der Antarktis zusammen. Sie alle benötigten Kleidung für extreme klimatische Bedingungen. Diese Zusammenarbeit verlieh der Marke Auftrieb, und sie begann, mit dem 100% Made in Canada werbend, zu exportieren. Heute findet sich das Label in mehr als fünfzig Ländern. Die Träger sind – trotz eines stolzen Preises ab 1000 Franken – zahlreich und werden am besten durch Privatschüler und deren Eltern verkörpert.

Das Dilemma: Echt- oder Kunstpelz?

Man könnte meinen, dass der Parka inzwischen gar nicht mehr in neuen Varianten erscheint. Keineswegs: Diesen Winter bringt etwa die Schweizer Skibekleidungs-Marke Mover, ebenfalls auf das obere Segment der Performance-Wear ausgerichtet, einen nach neuester innovativer Technologie gefertigten Parka heraus. Die Linie «dress to move» ist dank natürlichen Fasern atmungsaktiv und bietet gleichzeitig optimalen Schutz. Das Geheimnis? Wolle, Baumwolle und Wattefutter aus Schweizer Alpakawolle. «Wir sind uns bewusst, dass synthetische Stoffe und insbesondere Membrane ihre Grenzen haben», sagt Geschäftsführer Nicolas Rochat. «Wer hat schon Lust, in einem Plastiksack Ski zu fahren? Nichts ist besser als die natürliche Regulierungsfähigkeit, die auf Temperaturschwankungen reagieren kann.» Es wurden Lösungen gefunden, die insbesondere auf Techniken des möglichst dichten Verwebens von Stoffen basieren.

Auch hinsichtlich des Stils lassen die Modeschöpfer ihren Ideen freien Lauf. Die Luxusmarke Chloé bringt diese Saison eine Capsule Collection für Schneebeleidung auf den Markt, der grosse Star dabei ist die Jacke mit Kapuze. Eine Marke aus Rimini, Mr & Mrs Italy, widmet sich ausserdem seit 2007 der Neuinterpretation dieser Militärjacke. Diese Saison trumpft sie mit vielfarbigen Säumen aus Fuchs- oder Schafsfell sowie aufgedruckten Animal-Prints auf.

Was bleibt, ist das grosse Dilemma: Echt- oder Kunstpelz? Dabei muss jeder nach seinem eigenen Gewissen entscheiden – Tierschützer kritisieren den Parka, der das Tragen von Tierfellen so populär gemacht hat, wie dies nicht einmal zu Grossmutterzeiten der Nerz schaffte. Es muss jedoch berücksichtigt werden, dass die seriösen Hersteller dieser Branche (wie etwa Canada Goose oder Mover) mit zertifizierten Netzwerken kanadischer Trapper zusammenarbeiten und nur Felle von Tieren verarbeiten, die in einem streng geregelten Rahmen zur Populationskontrolle getötet wurden. ☺

DER URSPRUNG

Die Jacke, welche die Inuit beim Fischen trugen, diente als Inspiration für den Parka. Getragen wurde dieses Kleidungsstück zu Beginn des 20. Jahrhunderts vor allem von Abenteurern. Die amerikanische Armee passte die Jacke an, um ihre Soldaten damit auszurüsten. 1951 kam das «fishtail»-Modell während des Koreakriegs auf und wurde zum Klassiker.



1947

1920



IT-PIECE

1960 entdeckten Jugendliche die militärische Uniform für sich. Die Mitglieder der Mod-Bewegung schützten mit dem Parka ihre Kleidung während der Verspafahrt. Ihre Strassenschlacht gegen die Rocker 1964 ist in Erinnerung geblieben. Auch später haftete dem Parka das rebellische Image an: Kurt Cobain trug ihn, und Kate Moss brachte das Kleidungsstück auf das Cover der «Vogue». Heute interpretieren Marken wie Mr & Mrs Italy (ganz unten links) die Jacke neu.

1964



1990



2015

2015



ABENTEUER

Die Marke Canada Goose rüstet unter anderem Wissenschaftler der McMurdo-Station in der Antarktis aus und verleiht ihren Kreationen so einen abenteuerlichen Touch. Der Schweizer Brand Mover (rechts) setzt auf Technologie und bietet Parkas aus Wolle, Baumwolle und mit Wattefutter aus Alpakawolle an.

Hochkaräte **blüten**

WEISS WIE DER SCHNEE – DIESE FLORALEN SCHMUCKKREATIONEN MIT DIAMANTEN LASSEN SCHON IN DER KALTEN JAHRESZEIT FRÜHLINGSGEFÜHLE AUFKOMMEN.

AUSWAHL LEONIE VOLLENWEIDER FOTO LIONEL DERIAZ



IM UHRZEIGERSINN Collier Victoria (um die Kugel gewickelt), Platin mit Diamanten besetzt (2,52 bis 7,46 kt), 76 500 Fr., **Tiffany**. Ohrstecker Blume, aus 18 kt Weissgold mit Diamanten (1,38 kt), 5990 Fr., **Kurz**. Ring La Cerise, 18 kt Graugold, zwei pinke Tourmaline (0,31 kt), 90 Diamanten (0,43 kt), 2300 Fr., **Bucherer**. Uhr Tonda 1950 Clarity, 18 kt Weissgold, 620 Diamanten (2,5 kt), 47 500 Fr., **Parmigiani**. Zweifingerring, 18 kt Weissgold mit Diamanten (4,03 kt), 18 550 Fr., **Pasquale Bruni**. Uhr, 18 kt Weissgold mit weissen Perlmutter-Intarsien auf dem Zifferblatt und zwei Reihen Diamanten auf der Lünette, 29 800 Fr., **Blancpain**. Uhr Diamond Flower Amytis, aus Edelstahl mit Alligatorenleder-Armband und 19 Diamanten (0,04 kt) auf dem Doppelrotor, 5450 Fr., **Perrelet**. Halskette (1 Element), Kollektion Happy Diamonds, 18 kt Weissgold, Diamanten und zwei mobile Diamanten, 10 040 Fr., **Chopard**. Anhänger (an der Blüte einer Christrose), 3 Perlen, Weissgold mit 70 Diamanten (0,60 kt), 6000 Fr., **Lalique**. Ohrhinge Flora, aus 18 Karat Weissgold mit 126 Diamanten besetzt (2,14 kt), Preis auf Anfrage, **Adler**. Ohrstecker Forest, 208 Diamanten (1,9 kt), 26 600 Fr., **Ole Lynggaard**.

INTRODUCING THE NEW EAU DE TOILETTE

Chloé



K Entblösste KUNST

BETTINA RHEIMS GEHÖRT ZU DEN BEKANNTESTEN FOTOGRAFINNEN UNSERER ZEIT. MIT AKTBILDERN HAT SIE IN IHRER 35-JÄHRIGEN KARRIERE OFT PROVOZIERT. VIEL PREIS GIBT SIE AUCH IM INTERVIEW.

TEXT RENATA LIBAL

BETTINA RHEIMS LÄSST sich ungern fotografieren. Es gibt nur wenige Aufnahmen von ihr; die meisten hat ihr Ex-Mann, der Schriftsteller Serge Bramly, aufgenommen. Die Fotos sind jedoch schon älter und zeigen Rheims sehr bedeckt. Sie sind das Gegenteil der freizügigen Bilder, welche die Französin in ihrer Karriere als Fotografin von Frauen gemacht hat. In diesen Tagen erscheint eine gebundene Retrospektive

mit dem Titel «Bettina Rheims», die mit mehr als 500 Fotos eine Ausnahmekarriere nachzeichnet, deren roter Faden die Weiblichkeit ist. In diesem Bildband finden sich nicht nur zahlreiche berühmte Gesichter wie Kate Moss, Monica Bellucci oder Naomi Campbell, sondern auch anonyme Porträts. Auf den Fotos ist immer viel nackte Haut zu sehen; Rheims zeigt aber nicht nur die perfekte Oberfläche, sondern auch Haut, auf der das Leben seine Spuren hinterlassen hat. Aber es sind vor allem die Blicke der Porträtierten, die von einem gefährlichen Spiel aus Verlangen und Abscheu, Ehrgeiz und Enttäuschung erzählen. Ab Januar zeigt eine Ausstellung im Europäischen Haus der Fotografie in Paris Rheims' Werk. Eine Gelegenheit, in die verstörend anmutende Arbeit einzutauchen, welche den Geheimnissen der Weiblichkeit nachgeht.

Die 63-Jährige empfängt uns in ihrem Studio im Pariser Stadtteil Marais. Sie ist in einen dicken Rollkragenpullover gehüllt und hält eine Tasse mit Grüntee in den Händen. Zwischen Statuen aus der ganzen Welt, Plakaten ihrer Ausstellungen und ihren in viele Sprachen übersetzten Büchern nimmt sie auf dem Sofa Platz, bevor sie ihren Assistenten in Richtung der offen stehenden Tür zuruft: «Ihr macht mich noch wahnsinnig!» Obwohl Rheims ständig darauf bedacht ist, sich selber zu schützen, entblösst sie sich bei unserem Interview ein Stück weit und spricht mit brutaler Ehrlichkeit über sich. Die Fotografin scheint ihre Dämonen fest im Griff zu haben. Sie hat gelernt, mit ihren Ängsten umzugehen. Dennoch fühlt sie sich von den Unsicherheiten anderer Leute angezogen und stellt diese in ihren Bildern auch dar.

Sie haben alle Aufnahmen für die Retrospektive selbst ausgewählt. Welche Wirkung hat das Gesamtwerk auf Sie?

Wir haben über ein Jahr an diesem Buch gearbeitet, das auch die Grundlage für die Ausstellung ist. Der künstlerische Leiter ist zweimal pro Woche hergekommen und hat jeden Karton, der seit 1979 dort verstaut wurde, geöffnet. Ich war überrascht, einige Bilder wiederzu-

sehen, die ich bereits vergessen hatte. Zum Beispiel das bei einem Abendessen aufgenommene Porträt von Andy Warhol, oder diese Bilder von einem Wohltätigkeitsball. Die Unternehmerin Hélène Rochas hatte mich gebeten, den Fotografen Cecil Beaton bei diesem Event zu vertreten. Ich hatte viel Spaß, das alles in einem Buch zu verarbeiten. Darin findet man bekannte Serien und unveröffentlichte Aufnahmen.

Auf dem Cover ist eine nackte Lara Stone zu sehen.

Dieses Foto zeigt meinen Arbeitsstil gut auf. Lara Stone ist eine herausragende Frau, die eine ganz subtile Nacktheit besitzt. Das Korsett, das man ihr in Ekstase vom Leib gerissen hat, ist nicht mehr zu sehen, dafür die Spuren, die es hinterlassen hat. Ich liebe die Art, wie sie als fleischgewordene Lust gleichzeitig präsent und abwesend ist. Sie ist hier und dort, in ihren Träumen und Fantasien. Oder vielleicht auch in meinen.

Wie hat sich Ihr Blick im Laufe der Jahre verändert?

Meine erste Fotoserie, die Frauen vom Pigalle, ist in Schwarz-Weiß entstanden. Rückblickend muss ich sagen, dass diese Bilder sehr gewagt und ungeschliffen waren. Damals hatte ich keine Ahnung vom Fotografieren. Ich wusste nicht, wie man das Licht einstellt, und ich habe alles selbst entwickelt. Diese Aufnahmen haben aber nichts mit meinen kommerziellen Arbeiten gemein, die ich später entwickelt habe. Wenn ich heute auf diese Bilder zurückblicke, dann denke ich, ich hätte wohl weniger perfekte Fotos machen sollen.

Dennoch finden sich auf Ihren Fotos oft Spuren körperlicher Unvollkommenheit, die nicht immer leicht anzuschauen sind.

Im Leben einer Frau gibt es Freude und Vergnügen, aber auch Schmerz. Das wird in den Magazinen ausgeblendet, in denen Frauen nur Abbilder jugendlicher Schönheit sind. Ich retuschiere sehr wenig. Nicht, weil ich verstören will. Ich will die Frauen auf eine andere Weise schön darstellen: Dieser Mix aus Kraft und Verletzlichkeit ist es, was diese Frauen reizt, für mich Modell zu stehen. Das kann nur eine Frau verstehen.

Wie beeinflusst die Tatsache, dass Sie eine Frau sind, eine erotische Aufnahme?

Sich auf diese Art einem Mann hinzugeben, kann gefährlich werden. Vielleicht entsteht eine Beziehung, von der man nicht weiss, wo sie hinführt. Bei mir ist es ein Spiel mit klar definierten Grenzen. Alles endet im Studio. Aber wir erleben einen ganz besonderen Augenblick. >



BUCH & SCHAU

«Bettina Rheims», von Patrick Remy, Taschen, in einer Schlagkassette oder als Art Edition auf Französisch, Englisch und Deutsch erhältlich. Das Buch gibt es mit einem schönen Begleitband, der die Hintergründe jeder Arbeit aufzeigt. Die Retrospektive im Europäischen Haus der Fotografie in Paris ist vom 27. Januar bis zum 27. März 2016 zu sehen.



Bettina Rheims,
2010 von Serge
Bramly abgelichtet.



Und ein sinnlicher dazu?

Ich habe diese sinnliche Seite nicht gesucht, sie hat sich von alleine ergeben. Natürlich wäre es heuchlerisch zu sagen, dass es bei der Serie *Chambre Close*, bei der ich Frauen auf der Strasse gefragt habe, ob sie sich in einem Hotelzimmer vor der Kamera ausziehen, nicht um Sex gegangen wäre. Es ging um Sex und Voyeurismus. Aber diese Serie ist nur eine von vielen. Im Allgemeinen spielt in meiner Arbeit Sex keine besondere Rolle, zumindest bin ich mir dem nicht bewusst. Man interpretiert meine Fotos viel entblösster, als sie es in Wirklichkeit sind. Ich habe vielmehr den Eindruck, dass ich meine Zeit damit verbringe, die Models wieder anzuziehen. Gestern hat mir zum Beispiel eine Frau Modell gestanden, der ich sagen musste «zieh den Pullover runter». Mein Ansatz geht über die reine Nacktheit hinaus. Manchmal nimmt der Betrachter in einem Blick, einer Geste oder der Art, mit der die Hand einen Teil des Körpers verbirgt, etwas Obszönes wahr. Das ist aber nur ein Spiel.

Wie läuft ein Shooting mit Ihnen ab?

Zuerst versuche ich, die Frauen kennen zu lernen. Das mache ich, während sie geschminkt, frisiert und gestylt werden. Ich will den Eindruck vermitteln, dass diese Frauen kurze Zeit später meine besten Freundinnen sind. Das klappt nicht immer. Aber es gefällt mir, wenn ein Foto eine flüchtig-leichte Magie verbreitet. In der Malerei kann man immer noch korrigieren. Das geht bei einem Foto nicht.

Bereiten Sie sich auf ein Shooting vor wie auf einen Kampf?

Ja. Ich fange etwas ein, von dem die Person nicht einmal wusste, dass sie es mir geben wollte. Es ist wie ein Pas de deux. Einer macht einen Schritt, der andere geht in eine leicht andere Richtung. Ausserdem muss ich mein Team leiten, das aus bis zu zwölf Personen besteht. Es ist wie mit einem Orchester. Jeder muss sein Bestes geben, bis hin zum unscheinbarsten Instrument. Wenn etwa der Hairstylist schlecht arbeitet, ist alles dahin. Jedes Detail zählt. Wenn jemand im Hintergrund irgendetwas, das ich tue, nicht gutheisst, dann spüre ich diesen Widerstand. Ich brauche es, dass alle hinter mir stehen.

Haben Sie manchmal Angst?

Immer. Vor einer Fotosession schlafe ich immer schlecht. Das ist schon seit zwanzig Jahren so. Ich gehe früh ins Bett und komme doch nicht zur Ruhe. Mein Mann (der Anwalt Jean-Michel Darrois, A.d.R.) muss immer lachen: «Schon wieder», sagt er jeweils. Heute fotografiere ich nicht mehr jeden Tag, aber viele Jahre lang war genau das der Fall. Manchmal hatte ich richtige Angstzustände. Aber ich lasse mir keine Wahl, ich habe noch nie gekniffen oder einen Rückzieher gemacht.

Welche Beziehung haben Sie zu Ihrem eigenen Spiegelbild?

Ich war noch nie meine beste Freundin.

Sie sind und waren doch eine schöne Frau!

Ich war sicher nie hässlich. Ausser als kleines Mädchen, als ich zu dick war. Frauen zu fotografieren hat mir dabei geholfen, mich selbst zu lieben und zu akzeptieren, und zwar nicht nur äusserlich. Ich habe wirklich Frieden mit mir geschlossen.

Waren Sie wütend auf sich selbst?

Ja, als ich jung war, hatte ich einige sehr schwere Jahre. Ich fand mich so hässlich, dass ich mich die ganze Zeit in meinem Zimmer eingesperrt habe. Später war ich zwar nicht mehr übergewichtig, wusste aber nicht, was ich mit meinem Leben anfangen sollte. Obwohl ich in dieser Zeit viel gefeiert habe, war ich nicht glücklich. Bis ich die Fotografie entdeckt habe, war mein Leben eine einzige Party.

Und mit zunehmendem Alter?

Vor allem die Sache mit dem Gewicht, nervt mich natürlich. Ich will nicht zunehmen. Ich will nicht wieder dahin zurück, wo ich war. Ich kenne mich, wenn ich zunehme, sperre ich mich ein. Mit allem anderen lässt es sich leben. Man kann ohnehin nichts ändern.

Bietet Ihnen die Mode Trost?

Mode macht mir sehr viel Spass. Ich gehe nicht oft shoppen, weil ich keine Zeit habe. Aber wenn ich einmal losziehe, gibt es kein Halten mehr. Gestern habe ich mir eine neue Tasche gekauft, die ich schon lange haben wollte. Aber im Grunde trage ich die Dinge, die ich kaufe, überhaupt nicht, weil ich immer gleich angezogen bin. Ich trage immer schwarz. Man könnte glauben, dass ich immer dieselbe Hose, dieselben Stiefel und denselben Smoking trage. Aber ich habe einfach ganz viele Exemplare davon.

Wenn Sie auf Ihre Karriere zurückblicken, wie hat sich das Verhältnis der Frau zu sich selbst verändert?

Ich glaube, Schönheitsideale sind mittlerweile wirklich überholt. Die Frauen in unserer Welt – ich spreche nicht von Indien oder der arabischen Welt – haben heute genügend Selbstbewusstsein, ihr vielfältiges Wesen zu akzeptieren. Manchmal zwar mit einem kleinen chirurgischen Eingriff, aber was solls.

Was hat Sie an dieser femininen Zerbrechlichkeit gereizt?

Vielleicht eine Art Selbstporträt. Mit der Zeit habe ich viele mir bekannte Dinge entdeckt, dass ich manchmal das Gefühl habe, mich selbst zu sehen. Ich habe einige Ängste überwunden. >

STARKE BILDER

OBEN LINKS

Sharon Stone IV, 1991, in Los Angeles.

UNTEN LINKS

Kristen McMenamy mit schwarzem Lidschatten auf der Hand, 1994, in Paris.

OBEN RECHTS

Aus der Serie *Modern Lovers*, William, 1990, in Paris.

GIANT
CHRISTMAS
MANOR*

HAPPINESS IS THE PERFECT GIFT



Schwelgen Sie mit Marc Jacobs Decadence in sinnlichem Luxus und feiern Sie ausschweifende Partys!



Jetzt mit einem Gratis-Mini-Eau-de-Parfum in einer exklusiven Geschenkverpackung in Ihrem Manor Warenhaus.

MANOR 
instore | online | mobile



INRI

Aus der Serie, welche die bildliche Darstellung des Evangeliums modern darstellen sollte, Die miraculöse Milch der Heiligen Jungfrau, 1997 in Ville-Evrard.

Sie haben sich auch intensiv mit geschlechterspezifischen Themen auseinandergesetzt.

Ich habe viele Themen aufgegriffen, bevor sie überhaupt ins allgemeine Bewusstsein gerückt sind. Als in den 1980er-Jahren Sex aufgrund von Aids zu einer tödlichen Gefahr wurde, habe ich das Erscheinen der Androgynität beobachtet und ihren Hilfeschrei gehört. Ich habe diese Epoche mit einer Reihe von Fotoserien und Porträts dokumentiert. Noch heute sind wir weit entfernt von einer echten Akzeptanz. Meine Serie *Gender Studies* habe ich vor drei Jahren gemacht. Die Geschichten waren immer noch erschütternd: Schläge, Übergriffe, Beleidigungen, Verstossungen durch die Familie.

Wie sind Sie zu diesem Thema gekommen?

Meine Themen ergeben sich zufällig. Dieses hier entstand während meiner Arbeit an der Serie *Modern Lovers*. Da war ein hinreissendes Mädchen, das aussah wie mein Sohn, und ein zierlicher Junge mit langen Haaren, so wie Jesus. Sie standen nebeneinander, und ich hatte das Gefühl, dass da etwas im Gang war. Eine andere Frau hat meinen Blick aufs Stärkste beeinflusst. In einem Nerzmantel und mit Pumps kam sie mit wallender Mähne in mein Büro. Ich hatte keine Ahnung, was sie dort wollte. Nach fünf Minuten klärte sie mich auf. Ich hatte an jenem Tag zum ersten Mal eine Transsexuelle getroffen. Wir sind sehr gute Freundinnen geworden, wir haben zusammen Pumps in Grösse 43 gekauft und sind mit meinem Sohn im Park spazieren gegangen. Wir haben auch sehr viel zusammen gearbeitet, bis sie an Aids gestorben ist. Sie hat mir eine Welt eröffnet, die ich bis dahin nicht kannte und die mich sehr berührt hat. Seither sehe ich dieses Phänomen mit einem anderen Blick. Allmählich scheinen sich die Dinge zu ändern. In den 1980er-Jahren blieb Transvestiten und Transsexuellen kaum eine andere Möglichkeit, als die Prostitution, um ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Mittlerweile sind sie Professoren oder Architekten.

Man hat Ihnen oft unterstellt, provozieren zu wollen.

Wie haben Sie das selbst erlebt?

Der Begriff «Provokation» ist mir im Grunde fremd. Ich wollte nie provozieren. Aber ich wollte immer aufrütteln. Als Künstler sollten wir das immer versuchen. Niemand braucht ein weiteres schönes Bild. Manchmal muss man Türen öffnen, die verschlossen sind, und den Blick des Betrachters in eine bestimmte Richtung lenken.

Ich wollte immer aufrütteln, als Künstler sollte man das versuchen

Allerdings hat gerade Ihre Arbeit an der Fotoserie über das Leben von Jesus Christus, *INRI*, im Jahr 1998 heftige Diskussionen ausgelöst.

Und heute vergeht kaum eine Woche, in der ich nicht eine Anfrage für ein Foto im Rahmen des Katechismus, für ein Buch über religiöse Kunst oder für pädagogische Zwecke bekomme. Diese Serie ist zu einem Klassiker geworden.

Haben diese Angriffe Sie verletzt?

In Frankreich hat man diese Serie aufs Äusserste verurteilt. Damals war der Front National aber auf der Suche nach bestimmten Themen, um auf sich aufmerksam

zu machen. Also hat er *INRI* angegriffen, genauso wie Godard und Scorsese. Ich habe sogar Morddrohungen erhalten. Die antisemitischen Angriffe waren entsetzlich. Ich habe alle Gerichtsverfahren gewonnen, aber Freunde und viel Energie verloren. Das ist schade. Dieses Buch sollte einen modernen, zärtlichen Blick auf die Geschichte von Jesus werfen, es war nicht blasphemisch. Serge Bramly und ich wollten die bildliche Darstellung des Evangeliums modernisieren, ohne seine Botschaft zu ändern.

Sie haben viele Projekte mit Texten von Serge Bramly umgesetzt. Welche Rolle hat er in Ihrer Karriere gespielt?

Sie wollen wohl sagen, in meinem Leben? Ich habe Serge 1974 kennen gelernt, als ich nichts Sinnvolles mit meinem Leben anzufangen wusste. Ich habe mich gelangweilt. Er hat mich daran erinnert, dass ich in der Schule sehr gern fotografiert habe, und mir geholfen, wieder daran anzuknüpfen. Wir sind ein Stück des Lebens gemeinsam gegangen und haben zusammen ein Kind. Wir sehen uns regelmässig, um Projekte auszuarbeiten. Wir sind einander sehr vertraut und haben immer viel Spass.

Ihr Vater, Maurice Rheims, war ein bekannter Auktionator. Ihre Schwester Nathalie ist Schriftstellerin, Ihr Sohn Virgile Schauspieler. Ist die Kunst in Ihrer Familie eine Berufung oder eher eine familiäre Verpflichtung?

Nein, als Kind hatte ich keine Verpflichtungen, ausser zum Schlafen nach Hause zu kommen und nicht von der Schule zu fliegen. Ich war im Grossen und Ganzen mir selbst überlassen. Meine Eltern haben nicht viel von mir erwartet. Daher waren sie über meine Karriere eher angenehm überrascht. Mit der Fotografie habe ich meinen Platz im Leben gefunden und kann das Leben leben, das ich mir vorgestellt habe. ☉



SEIT IHRER GRÜNDUNG IN DER SCHWEIZ IM JAHR 1881 HAT DIE MARKE MOVADO ÜBER 100 PATENTE ERWORBEN UND MEHR ALS 200 INTERNATIONALE PREISE FÜR KUNSTFERTIGKEIT UND INNOVATION IM UHRENDISIGN UND DER UHRENTHEKNOLOGIE ERHALTEN. DIESE EINDRUCKSVOLLE INNOVATIONSGESCHICHTE DEFINIERT DIE MARKE MOVADO NOCH HEUTE UND ZEICHNET AUCH IHRE NEUESTEN UHRENMODELLE AUS, DIE FÜR IHRE KLARE, MODERNE ÄSTHETIK GERÜHMT WERDEN.

MOVADO

SWISS HERITAGE | MODERN DESIGN



Andreas Caminada
interpretiert Parfums
als Gerichte.

Exquisite **Note**

RIECHEN, ESSEN, SCHMECKEN: DER SCHWEIZER STARKOCH ANDREAS CAMINADA LÄSST SICH FÜR SEINE SPEISEN VON PARFUMNOTEN INSPIRIEREN. EIN FEST DER SINNE AUF SCHLOSS SCHAUENSTEIN.

TEXT HANSPETER EGGENBERGER

ES IST EIN wunderschöner Herbsttag im Bündnerland. Fürstenua ist ein schmuckes Städtchen im Domleschg, etwa 25 km von Chur: rund 360 Einwohner, eine Kirche, zwei Schlösser. Das eine dieser Schlösser hat Fürstenua auf die weltweite Feinschmecker-Landkarte gebracht: Schloss Schauenstein. Dort wirkt seit 2003 Andreas Caminada, 38, der beste Koch im Land. Drei Sterne im «Guide Michelin», 19 Punkte bei «Gault Millau», der einzige Küchenchef in der Schweiz auf der San-Pellegrino-Liste der 100 besten Restaurants der Welt, aktuell auf Rang 48.

An diesem Herbsttag wird auf Schloss Schauenstein ein ganz besonderes Fest der Sinne in fünf Akten zelebriert. Es geht dabei um eine einzigartige Verbindung zwischen den Düften der Luxusmarke Dior, der Kochkunst von Caminada und den Schaumweinen des Traditionshauses Moët & Chandon. Riechen und schmecken gehören zu den klassischen fünf Sinnen des Menschen (neben Sehen, Hören und Tasten). Parfums sprechen den Geruchssinn an, sie werden – durch die Nase – olfaktorisch wahrgenommen; bei Speisen und Getränken kommt zum Riechen das Schmecken dazu, die gustatorische Wahrnehmung auf der Zunge. Mit dem auch etwas experimentellen Anlass in Fürstenua wollte das Unternehmen Parfums Christian Dior seine duftenden Produkte in einem unüblichen Kontext präsentieren, der auch eine neue Art der Wahrnehmung ermöglichen sollte. Darin eingebunden wurde das über den LVMH-Konzern mit Dior verbundene Champagner-Haus Moët & Chandon, das nicht einfach einen Champagner produziert, sondern eine ganze Reihe von Produkten. «Den Champagner gibt es so wenig wie den Rotwein», sagt Benoît Gouez, der Chef de Cave von Moët & Chandon in Epernay, «genauso wie es unterschiedliche Rotweine gibt, gibt es verschiedenste Champagner mit unterschiedlichen Charakteren.» Darum kann der französische Schaumwein auch unterschiedliche Speisen begleiten. «Die Zusammenarbeit mit den Leuten von Dior und Moët & Chandon war spannend und inspirierend», sagt Andreas Caminada. Und daraus resultiert ein sinnliches Erlebnis.

Das Menü

Ouvertüre Zum Apéro auf der Terrasse gibt es die ersten Gläser Champagner. Dazu werden kleine Häppchen gereicht. Kleine Cornets mit Mais-Glace etwa, dunkle Teigkissen mit Sauerampfer-Füllung, konfierte Spargelspitzen und andere Amuse-Bouches sind erste Kostproben aus Caminadas Küche.

1. Akt In einem gediegenen Speisesaal nehmen die Gäste Platz. Zu jedem Gang wird zunächst ein Parfum von Dior «serviert» – in Form eines Riechstreifens. Zum ersten Gang ist es das Dior Homme Cologne mit seinem frischen Zitrusfrüchte-Duft. «Über dieses Parfum musste ich nicht lange nachdenken und kein neues Gericht kreieren», sagt Caminada, «da fiel mir sofort eines meiner früheren Gerichte ein: Langusten mit Zitrusfrüchten.» Das serviert er denn auch, und es harmoniert in der Tat auf verblüffende Art mit dem Cologne. Im Glas wird dazu der Moët Ice Impérial serviert. Dieser Champagner wurde kreiert, um mit Eis genossen zu werden. Heute liegt noch ein Scheibchen Ingwer im Glas, was die fruchtige Frische zusätzlich akzentuiert. «Genauso wie bei einem Parfum», sagt Gouez, «muss eine Assemblage auch beim Champagner etwas ergeben, was mehr ist als die Summe ihrer Bestandteile.»

2. Akt Der frische Duft von Miss Dior Blooming Bouquet steht am Anfang des zweiten Gangs. Das relativ neue Parfum erweist Christian Diors Klassiker Miss Dior von 1947 die Reverenz und erinnert an seine Liebe zu Blumen. Den Rosenduft übernimmt Andreas Caminada in seine Kreation mit Forelle, Karotten und – Rosen. Das Parfum und das Gericht zeigen sich Ton in Ton, sowohl im Duft wie in der Farbe. Zu diesem schlicht fantastischen Gang perlt im Glas

der Rosé Impérial von Moët & Chandon, der nicht nur farblich perfekt passt, sondern auch mit seinem floralen Bouquet.

3. Akt J'adore ist sozusagen der moderne Klassiker unter den Dior-Parfums, seit 1999 ein Bestseller. Was serviert Caminada zu diesem sinnlichen, üppigen Duft? «Ich dachte, dazu kann ich nur etwas machen, das einen markanten Kontrast setzt», sagt er. Und serviert Lamm im Rauch. Das Fleisch ist nicht einfach geräuchert: Die Teller kommen mit einer Glas-Cloche, unter der sich Rauch um das Lamm kräuselt, der beim Abheben der Cloche aufsteigt und sich verflüchtigt. Butterzart ist das Fleisch, oben hat es eine pfeffrig-knusprige Kruste. «Zu diesem Parfum und diesem Essen kann es nur unser Flaggschiff sein», sagt Gouez und kredenzt den Moët Impérial. Der elegante Champagner wurde 1869 kreiert und ist der Klassiker des Hauses.

4. Akt Sauvage ist die neue Männerkreation von Dior-Parfumeur François Demachy. Der Name, «wild», ist Programm: ein Duft wie die Bündner Natur, rau, würzig, eigenständig. Klar, dass Caminada dazu Wild serviert.

Es war eine spannende und zugleich inspirierende Kollaboration

Ein perfekt rosa gebratenes Stück Hirschfilet, dazu Pilze, Sellerie – und ein wunderbar cremiger Kartoffelschaum mit Trüffel. Wild und eigenständig ist auch der Champagner zu diesem Gang, der Grand Vintage 2006. Während Champagner wie der Impérial immer gleich sein müsse, seien die Jahrgangs-Abfüllungen, die es übrigens nicht jedes Jahr gibt, «Freestyle», sagt Gouez. Jeder Vintage-Champagner habe seinen ganz eigenen Charakter, der sich von den anderen Produkten klar abhebe. Er komme aus der Bretagne, merkt Gouez an, und im Bretonischen, einer keltischen Sprache, bedeute sein Name «wild».

5. Akt Vanille, Moschus, Jasmin und Bittermandeln tragen zum orientalischesüßigen Duft des Dior-Parfums Hypnotic Poison bei, man denkt unwillkürlich an verbotene Früchte. Mit betörenden Pflaumen-Variationen nimmt Caminada dieses Motiv auf. Und für einen hypnotischen Effekt sorgen die fast schon psychedelischen Muster, die sich unter den Süßspeisen bewegen – denn diese werden nicht auf einem Teller, sondern auf einem Tablet-Screen serviert. Der kraftvolle Grand Vintage Rosé 2006 von Moët & Chandon, unter dessen fruchtigen Noten auch Pflaume auszumachen ist, harmoniert prima dazu.

Fortsetzung folgt

Nach diesem Genusserelebnis geht es eine Etage höher. In einem stilvollen Salon mit Bar stehen die Düfte der Collection Privée Christian Dior aufgereiht. Zum Abschluss werden noch einige süße Kleinigkeiten aufgetragen. Und Gouez lässt «den ambitioniertesten und prestigeträchtigsten Champagner von Moët & Chandon» entkorken. Der MCIII ist eine Luxus-Cuvée mit Weinen aus drei verschiedenen Reifeverfahren. Weine, die im Stahltank reifen, wurden mit in Eichenfässern ausgebauten sowie mit in Flaschen gelagerten Jahrgangschampagnern assembliert. Der MCIII schmeckt fruchtig, aber sanft. Mit dieser Premiere endet das sinnliche Erlebnis auf Schloss Schauenstein, das neben wunderbarem Essen auch verblüffende Erfahrungen über olfaktorische und gustatorische Wahrnehmungen bot. Das Fest der Sinne soll nicht ein einmaliges Ereignis bleiben; Caminada wird seinen Gästen an einzelnen Tagen im kommenden Jahr dieses Menü oder Teile daraus anbieten (www.schauenstein.ch). ☉

Ein Dufterlebnis in fünf Akten





VON OBEN NACH UNTEN UND VON LINKS NACH RECHTS
 Eau de Toilette «Eau de Cèdre», **Armani**, 50 ml, 95 Fr. Vase aus der Serie «Möller», **Fürstenberg**, ca. 110 Fr. Stuhl «Masters», **Kartell**, ca. 430 Fr. Sofa «Hackney», **Wrong for Hay**, 1935 Fr. Notizbuch A5, **Moleskine**, 24 Fr. Tischlampe «Hexx», **Diesel für Foscarini**, 700 Fr. Duftkerze «Nikko», **Kartell Fragrances**, ca. 100 Fr. Fliege aus Seide, aus der «Gentlemen's Colour Collection», **Sieger**, ca. 75 Fr. Sonnenbrille, **Xray**, 129 Fr. Stuhl «Condesa Chair», **Ok Design**, 550 Fr. Plaid aus der «Holiday Collection», **Lexington**, ca. 407 Fr. iPhone-Hülle, **Iphoria**, ca. 77 Fr. Martini-Glas, **Interio**, 19,90 Fr. Loafer aus Kalbsleder, **Prada**, ca. 705 Fr.

Oh Tannenbaum

ES MUSS NICHT IMMER DER KLASSISCHE NADELBAUM SEIN – AUCH DESIGNOBJEKTE, BEAUTYPRODUKTE UND MODEACCESSOIRES IN TANNENGRÜN LASSEN WEIHNACHTSSTIMMUNG AUFKOMMEN.

AUSWAHL LEONIE VOLLENWEIDER



*Es gibt kein grösseres
Geschenk als
das Richtige.*

Schenken Sie eine Uhr für die
schönste Zeit des Jahres.

Inspiration finden Sie auf den nächsten Seiten.
Alle Modelle sind bei Manor erhältlich.

MANOR 
instore | online | mobile

Calvin Klein
swiss made

CERTINA 
SWISS WATCHES SINCE 1888

swatch 


TISSOT
SWISS WATCHES SINCE 1853

watches

calvinklein.com

0323439600

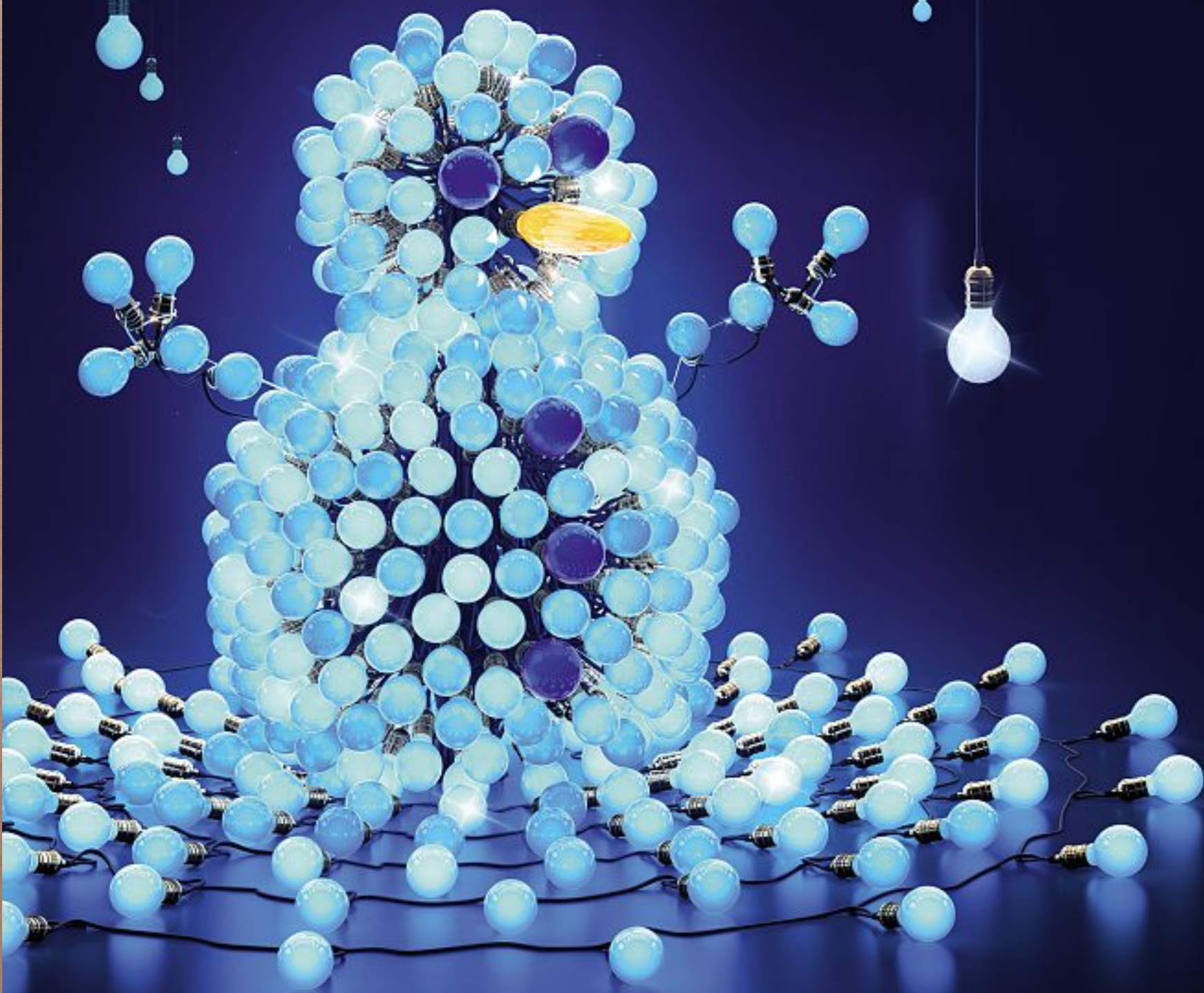


FIND YOUR MOMENT #ckminute

Calvin Klein

swiss made

*Happy
Holidays*



swatch[®] 

CERTINA

SWISS WATCHES SINCE 1888



PRECISELY
YOUR
MOMENT

DS-8 MOON PHASE

12-STUNDEN PRECIDRIVE™ CHRONOGRAPH

WWW.CERTINA.COM



It's time
to go higher.

TISSOT T-TOUCH EXPERT SOLAR.

TACTILE TECHNOLOGY POWERED
BY SOLAR ENERGY, OFFERING
20 FUNCTIONS FOR EVERYDAY
USE INCLUDING ALTIMETER,
WEATHER FORECAST
AND COMPASS.



TACTILE
TECHNOLOGY



T + TISSOT THIS IS YOUR TIME



Vogel · · Paradies



Jacke aus Wachstuch, **Chanel**. Bluse aus Leder, **Jitrois**. Ohringe aus Metall, **& Other Stories**.

KLASSISCH SCHWARZ, AUFFALLEND BUNT ODER MIT FUNKELNDEN PAILLETTEN KOMBINIERT – MIT DIESEN MODERNEN LEDERKREATIONEN WIRD DER TAG ZUR NACHT. LASSEN WIR DIE KORKEN KNALLEN!

FOTOS PHILIPPE BIANCOTTO **STYLING** CAROLE MATRAY & SIMON PYLYSER



LINKS

RODOLPHE (LINKS)
Jacke aus Leder,
Trussardi. Wollpullover,
Maison Margiela.
Hose aus Lammleder,
Balmain.
LESLY Gestricktes Top
und Jupe aus Leder,
Louis Vuitton.
Ohrhinge, **Céline**. Uhr
Serpenti aus Stahl,
mit Diamanten, **Bulgari**.
MICHAEL Mantel
mit V-Ausschnitt aus
Lammleder in Neopren-
Optik, **Lanvin**.
Gemusterte Jacke
und Hose aus Wolle,
Dries Van Noten.
Foulard aus
Baumwolle, Privat.

UNTEN

RODOLPHE Mantel aus
Lammleder, **Hermès**.
Kostüm aus gemus-
terter Seide und
Seidenhemd, **Gucci**.
MICHAEL Regenmantel
aus Wolle und gewe-
bte Hose, **Louis Vuitton**.
Rollkragenpullover aus
Wolle, **Bally**. Uhr Master
Calendar Météorite,
aus Stahl, Saphirglas,
Armband aus Alliga-
torenleder, **Jaeger-
LeCoultre**.

RECHTS

MICHAEL Mantel aus
Polyamid mit Pailletten,
Hemd und Krawatte
aus glänzender
Seide, **Givenchy
by Riccardo Tisci**.
Uhr Master
Calendar Météorite,
Jaeger-LeCoultre.







LINKS

Besticktes Baumwollhemd, **Dries Van Noten**.
Rollkragenpullover aus extrafeiner Wolle, **Hermès**.

UNTEN

MICHAEL (LINKS)
Jacke aus Flanell, **Balenciaga**.
Gemusterter Wollpullover, **Dries Van Noten**.
Rollkragenpullover aus Wolle, **Bally**.
Lederhose, **Maison Margiela**.

RODOLPHE

Ledermantel, **Bally**.
Besticktes T-Shirt aus Baumwolle, **Burberry**.
Baumwollhemd, **Emporio Armani**.
Wollhose, **Marni**.

RECHTS

Paillettenkleid, **Cédric Charlier**. Uhr Boy-Friend, aus Weissgold, 66 Diamanten, **Chanel**, Ring Twist aus goldenem Messing, **Louis Vuitton**.
Flasche im Jeroboam-Format, **Ruinart**.





RODOLPHE Mantel aus Filz in Metallic-Optik und Krawatte aus Baumwolle, **Saint Laurent by Hedi Slimane** Baumwollhemd, **Ermenegildo Zegna Couture** Wollhose, **Lanvin** **LESLY** Kleid aus Straussenleder mit einem Stricktop und einer Seidenbluse, **Prada**, Ohrring **Céline**, Clutch, **Les Petits Joueurs**.



FOTO-ASSISTENZ: HUGO MAPELLI
MAKE-UP: JOLANTA CEDRO @B-
AGENCY HAARE: LAURENT MOLE
MODEL SIE: LESLY MASSON @
IMG MODELS MÄNNER: MICHAEL
GOMA UND RODOLPHE ZANFORLINI
@SUCCESS ART DIRECTOR:
GERALDINE DURA PRODUKTION
BILD: SOPHIE PERRAUDIN

DIESES SHOOTING IST
DANK DER KOOPERATION
MIT DEM CHAMPAGNER-
HERSTELLER RUINART
IN REIMS ENTSTANDEN.

Reifen in der Tiefe

DIE KELLER DER CHAMPAGNERMARKE RUINART IN REIMS GEHÖREN ZUM UNESCO-WELTERBE UND SIND DIE IDEALE LOCATION FÜR UNSERE MODESTRECKE.

TEXT RENATA LIBAL

HAT DIE Stille eine Farbe? In den Kellern des Champagnerherstellers Ruinart in Reims (F) hat sie eine: Es ist das zarte Goldgelb der Kreidefeshöhlen, in denen der Wein ruht, erhält nur vom monochromatischen Schein der Natriumdampflampen. Diese Farbe verleiht dem Ort eine einzigartige Ruhe, als sei die Luft hier dichter und die Zeit verlangsamt. So traut man sich auch kaum zu sprechen, schliesslich könnte der Lärm die vielen hier ruhenden Flaschen stören. Flach geschichtet oder kopfunter auf Rüttelpulten hängend: Bei Ruinart reift der Jahrgangschampagner hier mindestens acht Jahre, die älteste Flasche befindet sich aber schon seit 1929 im Keller.

Die acht Kilometer langen unterirdischen Gänge des Kellers sind ganz schön geschichtsträchtig: Über der Erde, am Eingang der alten französischen Krönungsstadt Reims, empfängt Ruinart die Besucher in einem stilvollen Gebäude aus dem 18. Jahrhundert, einem ehemaligen Kavalleriequartier. Hier thront eine Bronzestatue von Dom Ruinart, einem visionären Benediktinermönch, der den Anstoss gab, den lokalen Schaumwein zu verbessern. Er war es auch, der seinen Neffen dazu brachte, im Jahr 1729 die erste Champagnerkellerei zu gründen.

Unterirdische Welt

Die gediegenen Salons des Hauses laden zum Degustieren und können auch für private Dinners und Anlässe gemietet werden. Abends schafft der beleuchtete Garten im französischen Stil eine geradezu märchenhafte Atmosphäre. Das grösste Erlebnis aber erwartet den Besucher in der Tiefe. Auf Anmeldung finden bei Ruinart Kellerbesichtigungen in den Kreidefeshstollen statt. Selbst kleinste Gruppen können die mystischen Keller besuchen, in einem exklusiven Rahmen, sodass sie ganz für sich sind. Es ist ein Privileg, fast allein in den Kellereien zu stehen, den Kopf in den Nacken zu legen und dabei die von Menschenhand gefertigten und Kathedralen ähnlichen hohen Gewölbe in Ruhe zu betrachten.

Der Weg in die Tiefe führt über eine breite Treppe hinunter. Man taucht in eine Welt ein, die weit älter ist als die Weinfirma selber. In der Region Champagne entstand die kalkhaltige Kreideschicht vor mehr als 60 Millionen Jahren. In der Antike wurden Kreidefelsblöcke herausgehauen und für den Bau der ersten Häuser verwendet. Während die Stadt wuchs, wurde der Untergrund immer weiter ausgebaut. Es entstand ein Labyrinth von Gängen, Stollen,

Durch ein Fenster drängen helle Lichtstrahlen in die tiefen Kellerschächte.

In den Kellereien glaubt man, auf die Geister der Vergangenheit zu treffen

Treppen und Gewölben, über denen heute die grossen Champagnerhäuser stehen. Es war Claude Ruinart, der Sohn des Firmengründers, der die Idee hatte, die Champagnerflaschen in den stillgelegten Steinbrüchen zu lagern. Ein idealer Ort, unter dem historischen Gelände des Parks Butte Saint-Nicaise, in 38 Meter Tiefe: Die Temperatur ist konstant, die Luftfeuchtigkeit ideal, und es gibt keinerlei Erschütterungen. Seither werden die Kreidestollen als Weinkeller genutzt. An den Wänden sind noch die Spuren zu erkennen, welche die alten Werkzeuge hinterlassen haben, auch da und dort ein Graffito, wie die Signatur eines Künstlers.

Die Aufnahme der Ruinart-Keller ins Weltkulturerbe der Unesco am 4. Juli dieses Jahres macht diese Bauten noch sehenswerter. In Frankreich wurden sie schon 1931 als historisches Monument unter Denkmalschutz gestellt. Zu einem emotionalen Erlebnis wird der Besuch der Keller

auch, weil man glaubt, jeden Moment auf die Geister der Vergangenheit zu treffen: Arbeiter, Händler oder Menschen, die hier über die Jahrhunderte Schutz vor Inquisition und Kriegen suchten. Die pyramidenartigen Säle dienten als Kornspeicher, als Kühlräume, als Weinlager der Klöster. Bis heute ist etwas von dem einstigen Gebrauch der Räume erhalten, denn einige Schritte der Vinifizierung, beispielsweise das Rütteln der Flaschen der Cuvée Prestige, werden hier noch heute nach alter Tradition von Hand ausgeführt. So trifft in den Ruinart-Kellern die Vergangenheit auf die Zukunft. ☉

Führungen www.ruinart.com

Der Ruinart-Stil

Das Geheimnis der Ruinart-Champagner liegt im Chardonnay.

Die Rebsorte brachte die Önologen auf die Idee, transparente Flaschen zu verwenden, welche die leuchtenden Farben des Weins zur Geltung bringen. Der Blanc des Blancs ist der Star des Hauses: Zu 100 Prozent Chardonnay, drei Jahre gereift, entfaltet er Aromen frischer Früchte (reife Zitrusfrüchte) sowie Noten von weissen Blüten – ein perfekter Tropfen für Festivitäten. Serviert wird er aber nicht im schmalen Kelch: Eine flache Champagnertulpe eignet sich viel besser. Die beste wurde von Philippe Jamsse entworfen, dem Chefsommelier des Hotels Les Crayères in Reims, einem Geheimitipp für Liebhaber des perlenden Weins.





Kleid
29.90



H&M

GESCHENKE



HIMMLISCHE GABEN

DIESE KOSTBAREN GESCHENKE LASSEN UNS AN DEN FESTTAGEN AUF WOLKE SIEBEN SCHWEBEN.

FOTOS CÉDRIC WIDMER STYLING EVA-MARIA OVERMANN



LINKE SEITE, VON LINKS NACH RECHTS UND VON OBEN NACH UNTEN

Wollschal, **Jo Gordon**. Skibrille Retina Lead Blue, **Poc**. Bedrucktes T-Shirt aus Baumwolle Tripolo 3, **BOSS Orange**. Windlichter, **Manor**. Holzvogel Eames House Bird, **Vitra**. Lautsprecher Soundbomb, **Crosley**. Kerzenleuchter Abbracciato, Philippe Starck für **Kartell**. Gesichtsscreme Caviar Spectaculaire, Skin Caviar Luxe Cream, in einem Kristallkelch von Baccarat, **La Prairie**. Gesteppte Handtasche Falabella, **Stella McCartney**. Fotografie Vertikale XII, aus der Serie Minis von Sabine Wild, **Galerie Lumas**. Tic-Tac-Toe-Spiel Sutton Carbon, **Ralph Lauren Home**. Globus aus Holz, von der balinesischen Kultur inspiriert, **Bruno Helgen**. Pumps Lilyth, **Jimmy Choo**. Buch «Dior by Avedon», **Rizzoli**. Oxford-Schuh, Polka Studs, **Dsquared2**.

DIESE SEITE, VON LINKS NACH RECHTS UND VON OBEN NACH UNTEN

Parfum Decadence, **Marc Jacobs**. Fahrradlampe, **Bookman**. Armreif, Roségold 18 kt, Kollektion Street, **Bonnet**. (Am Armreif hängend) Kreolen mit Eichhörnchen-Anhänger, Kollektion Wonderland, vergoldetes Messing und Emaille, **Céline**. Tannenbaumkugel, Snowboarder, **Globus**. Sonnenbrille aus Nylonfasern, **Emporio Armani**. Halskette Duo Star All-around, Miranda Kerr für **Swarovski**. Skarabäus-Halskette, Metall, Gold und Glas, **Hélène Zuberlida**. Weihnachtsornament 2015, Champs-Élysées, **Lalique**. Make-up-Palette Kiss & Love Edition (4 Lidschatten, 2 Lippenstifte, 1 Blush), **Yves Saint Laurent**. Pom Pom Charm aus Kaninchenfell, **Diane von Furstenberg**. Uhr Carrera, Automatikuhwerk, Kaliber 6, 39 mm Durchmesser, Gehäuse aus Stahl, bis zu 100 Meter wasserfest, Armband aus Leder, **TAG Heuer**. Kugelschreiber, Marc Newson für **Montblanc**. Taschenuhr Manufacture, Inhouse-Kaliber, Handaufzug, Gehäuse aus Edelstahl, Zifferblatt aus Silber, **Frédérique Constant**. Kerzen, **Manor**.

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 **Cornercard Lady MasterCard** Karte mit ganz speziellen Leistungen, edlem Design und reizvollen Überraschungen.
cornercard.ch/lady

UNTERWEGS



10

HIGHLIGHTS IN REYKJAVIK

ÜBERRASCHENDE VIELFALT:
WAS MAN IM WINTER IN ISLAND
ALLES ERLEBEN KANN.

TEXT RENATA LIBAL

1. Nordlicht Rosaroter Himmel

Natürlich gibt es keine Garantie dafür, die *Aurora borealis* zu sehen, aber im Winter ist die Wahrscheinlichkeit, dass man dieses Naturphänomen beobachten kann, am grössten. Nebst der Jahreszeit müssen auch noch andere Faktoren stimmen: Der Himmel muss unbedeckt sein, das Klima sollte perfekt sein, und am besten begibt man sich an einen entlegenen Ort, wo die Lichter der Stadt das Nordlicht nicht trüben. Das Hotel Ion, eine Stunde von Reykjavik entfernt, ist der ideale Ort, um das Naturereignis zu erleben. Architektur, Design, lokale Küche und ökologisches Bewusstsein treffen hier aufeinander. Und im Aussenbereich gibt es sogar einen mit Kerzen dekorierten Pool mit einer natürlichen, heissen Wasserquelle – mit etwas Glück kann man die *Aurora borealis* auch von hier beobachten. Die grosse Bar mit riesigen Fensterfronten lädt dazu ein, sich zu später Stunde einen Drink zu gönnen, und ein Weckdienst sorgt am nächsten Tag dafür, dass auch Jetlag-Geplagte nicht verschlafen. Auch ohne das Nordlicht ist der Himmel im Winter faszinierend: Der Tag bricht meist mit einem wunderschönen rosafarbenen Himmel an (gegen 10–11 Uhr), wenig später (gegen 15 Uhr) wird er vom Sonnenuntergang in ein Feuermeer verwandelt. Schon nur wegen dieses Naturschauspiels lohnt sich die Reise nach Island. Ion Luxury Adventure Hotel, ab 255 Fr. für das Doppelzimmer, Nesjavellir vid Thingvallavatn, Selfoss, www.ionice.land.it. Wettervorhersagen: www.vedur.is

FOTO: ION ICELAND



2



3



5



2. Landschaft Gefrorener Wasserfall

Der Nationalpark Thingvellir ist Europas älteste Parlamentsstätte: Hier wurde die Nation Island gegründet. Der Park mit der Allmännerschlucht oder der Silfra-Spalte (zwischen den eurasischen und nordamerikanischen tektonischen Platten), das Geysir-Gebiet sowie der Wasserfall von Gullfoss gehören zu den Sehenswürdigkeiten, die als beliebte Touristenroute unter dem Namen Golden Circle bekannt sind. Besuchen kann man diese Orte auch im Winter, man muss sich nur genug warm anziehen und auf dem Schnee Auto fahren können. Der Ausflug lohnt sich gerade im Winter, wenn man die ganze Gegend fast für sich alleine hat. Ein ganzer Tag reicht aus, um all diese Sehenswürdigkeiten zu besuchen – Kaffeepausen inklusive. Besonders beeindruckend ist der Wasserfall von Gullfoss. Dieser erstarrt in den kalten Monaten zu atemberaubenden Skulpturen. Die Eiskönigin lässt grüssen! **Der Bus startet in Reykjavik (ca. 73 Fr.), eine Tour mit dem Schneemobil kann dazu gebucht werden. Noch angenehmer ist die Fahrt mit dem eigenen Mietauto (ca. 100 Fr./Tag), so kann man sich Zeit zum Fotografieren nehmen, www.re.is**

3. Ausgehen Kreative Bars

Die langen Nächte auf Island bieten sich geradezu an, die gemütlichen Cafés im Stadtzentrum von Reykjavik zu besuchen. Am Tag genießen Besucher in den Lokalen zum Kaffee ein Stück Kuchen. Abends werden Cocktails und lokales Bier serviert, dazu gibt es Livemusik. Um zu erfahren, wo etwas läuft, folgt man einfach den Einheimischen. Keine Sorge: Alle Bars, Cafés und Restaurants befindet sich in unmittelbarer Nähe.

Mittlerweile Kult und sehr empfehlenswert ist das Café Laundromat, das zugleich Waschsalon ist: Während die Eltern die Wäsche reinigen und sich einen Drink gönnen, können sich die Kleinen in einer Kinderecke austoben. Gesellschaftsspiele sind vorhanden, und die Bierkarte umfasst 40 Sorten. Das Laundromat Café ist also quasi ein Zuhause ausserhalb der eigenen vier Wände. **Laundromat Café, Austurstræti 9, Reykjavik, www.thelaundromatcafe.com. Oder auch: Lebowski Bar (Laugavegur 20a), Kaffibarinn (Bergstadastraeti 1), Slippbarinn (Myrgata 2, im Hotel Icelandair Marina).**

4. Geist Literarischer Tauchgang

Literatur wird in Island ganz grossgeschrieben – die Insel bringt heute viele Autoren und Autorinnen hervor. Lyrik und Sagen haben den Menschen über Jahrhunderte hinweg geholfen, das raue Klima zu ertragen. Dabei haben sich die Genres im Laufe der Jahre verändert, Krimis haben die Palette ergänzt. Heute gibt es vor allem auch sehr viele weibliche Autoren. Um sich bereits im Flugzeug in die Stimmung der langen, kalten Winternächte auf Island zu versetzen, bieten sich folgende drei Bücher an: der Roman *Die Eismalerin* von Kristín Marja Baldursdóttir. Im Mittelpunkt dieser Familiengeschichte, die im 20. Jahrhundert und im Norden Islands spielt, steht die Tochter Karitas. Die alleingelassene Mutter kämpft wegen ihrer Leidenschaft für die Kunst mit der Einsamkeit. Der Autor Arnaldur Indridason ist bekannt für seine Krimireihe um Kommissar Erlendur. In dem Buch *Frostnacht* geht es um den Mord an einem Kind. Zudem wird der Beziehung der Isländer zu Fremden nachgegangen. Das dritte Werk stammt von Jon Kalman Stefansson: Im ersten Teil seiner poetischen Romantrilogie *Himmel und Hölle* reist der

isländische Autor 100 Jahre zurück und erzählt von einem Waisenjungen, der den rauen, nordislandischen Winter hautnah erlebt.

5. Architektur Strenges Design

Kerzenleuchter sind oft Teil des puristischen skandinavischen Designs. Sie erinnern an den langen dunklen Tagen daran, dass das Licht bald wieder kommen wird. Ein gutes Beispiel für diesen strengen Stil ist die Betonkirche Hallgrímskirkja. Das Gebäude wurde 1974 fertiggestellt, es besteht aus Basalt und zeichnet sich durch gerade Linien aus. Diesen Stil findet man auch in den Shops im Zentrum. Mittlerweile gibt es in Island aber auch andere Stilrichtungen. Der Besuch der Ausstellungen des Designzentrums zeigt, dass sich viele Kreative auch mit den handwerklichen Traditionen des Landes auseinandersetzen. Die Schmuckdesignerin Gudbjörg Kristín Ingvarsdóttir kreiert unter ihrem Labelnamen Aurum Preziosen und präsentiert in ihrer Boutique auch andere Neuheiten aus dem Land. **Iceland Design Center, Vonarstræti 4b, Reykjavik, www.icelanddesign.is und Concept Store Aurum, Bankastræti 4, Reykjavik, www.aurum.is**

6. Entspannung Blaue Lagune

23 Kilometer vom Flughafen entfernt befindet sich das Thermal Center Blue Lagoon. Vor allem im Winter sticht die Lagune, die sich inmitten eines Lavafeldes befindet, heraus. Wer eine Massage bucht, wird von einem Masseur auf eine im Wasser schwimmende Matratze gelegt. Der Bauch wird mit einer Decke bedeckt



6



7



8

BIOEFFECT

EGF DAY SERUM

Advanced Anti-Ageing Day Serum
Rebuilds – Firms – Moisturizes

With EGF Cellular Activator

9



10

und danach jegliche Verspannung im Rücken gelöst. Anschliessend lockt ein frisch gepresster Fruchtsaft an der Bar im Pool. Die Entstehung des Centers geht auf das Jahr 1976 zurück, als eine geothermische Fabrik eröffnet wurde und die Einheimischen begannen, Schlammmasken aus Kieselsäure herzustellen, weil diese die Haut weicher machen. Der Spa kam 1987 hinzu. Zurzeit wird das Thermal Center vergrössert. **Blue Lagoon, Eintritt ab 35 Euro (Treatments bezahlt man extra), Reservation erforderlich, www.bluelagoon.com**

7. Imagination Gemütliche Kinopause

Zugegeben, die Hotels in Reykjavik sind nicht gerade die schicksten. Deshalb empfiehlt es sich, eines der vielen Apartments zu mieten, die meist sehr stilvoll eingerichtet sind. Die Wohnzimmer sind oft mit grossen Fernsehern ausgestattet und laden zum gemütlichen Filmabend ein – oder besser -nachmittag, schliesslich ist es ab 15 Uhr schon dunkel. Im Stadtzentrum gibt es Shops, die DVDs ausleihen. Der ideale Zeitpunkt, die schwarze Komödie *101 Reykjavik* (2000) des isländischen Regisseurs Baltasar Kormákur zu schauen. Oder *Noi Albinoi* (2003) von Dagur Kari. In dem Film geht es um die tragische Geschichte von Noi, der in einem abgelegenen Dorf in Island lebt. Auch *Hrutar* (Sture Böcke) von Grimur Hakonarson ist sehenswert: Darin geht es um zwei Brüder, die nicht miteinander sprechen, sich aber vereinen müssen, um ihre Schafherde zu retten. Der Film wurde dieses Jahr beim Festival von Cannes ausgezeichnet. In *Children of Nature – Eine Reise* (1991) von Fridrik Thor Fridriksson und mit Bruno Ganz reisen zwei Altersheimbewohner in ihre Kindheit.

Apartments, zum Beispiel: Rey Apartments, Grettisgata 2a, Reykjavik, www.rey.is.

8. Genuss Innovative Fischgerichte

Böse Zungen behaupten, in Island sei das Essen schwer und schlecht – das sollte man einfach ignorieren. Die neue, lokale Küche bietet raffinierte Gerichte mit frischem Fisch und zeigt sich erfinderisch. Die Restaurants Fish Market und Fish Company (beide im Zentrum von Reykjavik) gehen mit diesem Trend: lokale Muscheln, mariniert mit Bier, Saibling aus dem Atlantik, glasiert mit Zitrone und Hummer-Tempura. Klassischeren Speisen hat sich das Skolabru verschrieben. Das Restaurant bietet etwa Fischsuppe, Meeresfrüchte-Gratin oder Hummer an Knoblauch. Aber Achtung: Die Preise sind überall sehr hoch, schnell bezahlt man für einen 3-Gänger 100 Fr. pro Person. Und auch alkoholische Getränke sind in Island sehr teuer.

Fish Company, Vesturgötu 2a, Grofartorg, www.fiskfelagid.is; Fish Market, Adalstræti 12, www.fiskmarkadurinn.is; Skolabru, Posthusstræti 17, www.skolabru.is – alles in Reykjavik.

9. Pflege Schützende Kosmetik

Schon bei der Ankunft am Flughafen sieht man, wie anders die Beautyprodukte aus Island verglichen mit jenen aus Europa sind. Sie sind meist in weisse Verpackungen gehüllt und kommen eher unterkühlt daher. Marken wie Bioeffect (2010 lanciert und schon jetzt von 30% der lokalen Konsumentinnen verwendet) reihen sich in die Riege der Marken ein, die medizinisch orientiert sind. In der Sparte Naturkosmetik findet man das Label Soley Organics, das 2007 von der isländischen Schauspielerin Soley Eliasdottir lanciert wurde – in ihrer Familie gab es mehrere Kräuterhändler. Für ihre Produkte

– einen Lippenbalsam gibt es für 25 Euro – verwendet sie wilde Pflanzen oder vulkanische Asche des Eyjafjallajökull. Allgegenwärtig ist die amerikanische Marke Skyn Iceland. Ihre Produkte enthalten Wasser der isländischen Gletscher oder Saponaria, eine Pflanze, die sogar die Eiszeit überlebt hat. Die Gründerin Sarah Kugelman hatte die Idee zu ihren Produkten, die entspannen sollen, nachdem sie selber wegen eines Genesungsurlaubs in Island war – ein arktisches Öl gibt es ab 30 Franken.

Im Duty-free-Shop des Flughafens erhältlich.

10. Folklore Typische Wollpullover

Mit ihren geometrischen Mustern sind die isländischen Pullover dekorative Kleidungsstücke, die man sowohl an den Menschen auf der Strasse wie auch in den Vitrinen der Boutiquen sieht. Auf den ersten Blick sehen sie ziemlich kratzig aus, was die Anprobe auch bestätigt, dafür ist die isländische Wolle qualitativ hochwertig und wasserfest. Die Legende besagt, dass die Kunst des Strickens durch den Bischof von Holar geadelt wurde. Im 15. Jahrhundert liess sich dieser angeblich mit Rohwolle bezahlen. Und auch die Kleidung Christi ist, in der lokalen Übersetzung der Bibel, eher gestrickt als gewoben. Heute ist der Islandpullover, auch Lopapeysa genannt, aus leichten Fasern gefertigt. Sein Ursprung geht auf die 1920er-Jahre zurück, als die Frauen die Idee hatten, Pullover aus nicht gesponnener Wolle herzustellen (ab 80 Fr.). Wer sensible Haut hat, kann sich auch für eine Decke (ab 80 Fr.) oder, dem aktuellen Trend entsprechend, für einen Poncho (ab 100 Fr.) entscheiden.

Marken: Geysir (Bild), www.geysir.com. Icewear, www.icewear.is. 66°North, www.66north.com.

Modisch auf



EXTRAVAGANT

- 1. Ohrhinge, **Mami**, 380 Fr.
- 2. Samtblazer, **Temperley London**, ca. 1300 Fr.
- 3. Spitzenoberteil mit Stehkragen, **Wolford**, 295 Fr.
- 4. Ring «Lion» aus 18kt Gelbgold, **Chanel**, 4700 Fr.
- 5. Samtjupe mit Volant, **Altuzarra**, 979 Fr.
- 6. Satingürtel, **Yves Saint Laurent Vintage**, 120 Fr.
- 7. Nagellack «Rouge réglisse», **Lancôme**, 27.90 Fr.
- 8. Samtclutch, **Jimmy Choo**, ca. 1200 Fr.
- 9. Sandalette, **Chloé**, 545 Fr.

Tuchführung

WEICH UND ELEGANT – DIESE LUXURIÖSEN KLEIDUNGSSTÜCKE AUS SAMT SIND DIE IDEALEN BEGLEITER FÜR DEN FESTLICHEN AUFTRITT.

AUSWAHL LEONIE VOLLENWEIDER



ROCKIG

- 1. Samtsakko mit Lederrevers, **Etro**, ca. 1220 Fr.
- 2. Sweatshirt, **Rag & Bone**, ca. 150 Fr.
- 3. Gürtel, **Tommy Hilfiger**, 119 Fr.
- 4. Eau de Parfum «Spicebomb Extreme», **Viktor & Rolf**, 90ml, 131 Fr.
- 5. Uhr «Nabucco Cello Tourbillon», Mechanik- uhrwerk mit Handaufzug, Titan und Stahl, 46mm, **Raymond Weil**, Preis auf Anfrage.
- 6. Wollhose, **Acne Studios**, ca. 320 Fr.
- 7. Hornschuhlöffel, **Abbeyhorn**, ca. 42 Fr.
- 8. Lederstiefel, **Alexander McQueen**, 828 Fr.

DOLCE & GABBANA

Glänzende Augenblicke

EINST VERPÖNT, STEHT DIESE SAISON GLIMMER-MAKE-UP WIEDER GANZ HOCH IM KURS: OB ALS LIDSCHATTEN, NAGELLACK ODER GLITZERNDER LIPGLOSS.

TEXT SILVIA AESCHBACH



Das Label Temperley London setzte beim Make-up für seine Show auf Pailletten.

BLING-BLING

VON OBEN NACH UNTEN UND VON LINKS NACH RECHTS Top Coat, Lamé Rouge Noir, **Chanel**, 33 Fr. Nagellack, State of Gold, **Dior**, 40 Fr. Lipgloss, Gloss d'Enfer, **Guertlain**, 43 Fr. Palette, Shimmer Brick-Pink Quartz, **Bobbi Brown**, 69 Fr. Lidschatten, Holiday Look 2015 Hypnose Dazzling 420 Givre Dore, **Lancôme**, 48 Fr. Lippenstift aus der Rouge-doux-Kollektion, **Sothys**, ca. 25 Fr. Nagellack, Soirée, **Jin Soon**, ca. 30 Fr., bei www.net-a-porter.com



GLIMMER-MAKE-UP war lange Zeit out. Nude-Varianten oder klare, kräftige Farben waren gefragt. Doch jetzt sind die glänzenden, schimmernden und metallischen Töne zurück, und zwar in einer glamourösen Art, wie wir sie seit Jahren nicht mehr gesehen haben.

Edle Metalle galten schon seit je als Symbol für Stärke, Reichtum und Luxus; Themen, die an den diesjährigen internationalen Fashion-Shows für Herbst und Winter gefragt waren. Sowohl bei der Mode wie auch bei den Make-ups. Temperley London zeigte den extremsten Metallic-Trend: Hier wurden Eyeliner und Lidschatten durch Glitzersteinchen ersetzt. Sorgfältig platzierte Silberplättchen schmückten das gesamte Augenlid, verwendet wurde dafür ein hautschonender Spezialleim. Die Designerin Luisa Beccaria zeigte bei ihrer Schau in Mailand die Golden-Girl-Variante: Sie benutzte bei ihren Models Goldstaub für coole Katzenaugen. Aber auch

Carolina Herrera und Rodarte lieben den Glanz und Glamour, der einen starken Bezug zu den 1970ern und 1980ern hat. Der Make-up-Artist James Kaliardos setzte an der disco-orientierten Schau von Rodarte den Models kleine Swarovski-Steinchen an den unteren Wimpernkranz und erzielte so den Effekt, dass die Augen der Models gross und glänzend schienen. Natürlich lassen sich solche Kunstwerke nicht zu Hause kreieren, aber sie können als Inspiration dienen.

Tipps vom Profi

Der Glitzertrend ist auch bei den Kleidern selber ein grosses Thema. Dies zeigen Stars wie Cara Delevingne, Amanda Seyfried, Hailee Steinfeld, Jennifer Lawrence oder Gigi Hadid, die sich in schimmernden Stoffen mit passenden Funkelaugen und glänzenden Nägeln auf dem Red Carpet fotografieren lassen.

Die Make-up-Industrie bringt zurzeit Lidschattenpaletten in reichen, schimmernden Farben, Nagellacke mit Pailletteneffekt, Lippenstifte, die feucht glänzen und dem Mund fast eine 3-D-Optik geben,

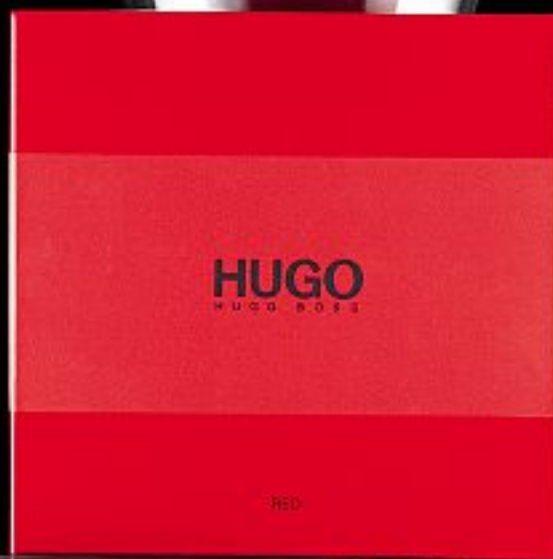
und irisierendes Wangenrouge auf den Markt. Bobbi Brown, die schon lange mit glänzenden, metallischen Tönen arbeitet, rät, das Augen-Make-up wie folgt aufzubauen: «Nach einer Grundierung der Augendeckel setzt man lichtreflektierenden Glitzerlidschatten auf das ganz Lid. Am besten tupft man ihn mit einem Pinsel oder dem Finger auf, so bleibt er, wo er hingehört, und bröseln nicht auf die Wangen. Um die Augen noch mehr zu definieren, benützt man Gel-Eyeliner und trägt diesen mit einem extrafeinen Eyeliner-Pinsel als Lidstrich am oberen Wimpernrand auf, und dies vom äusseren bis zum inneren Augenwinkel. Vervollständigt wird der Look mit mindestens drei Schichten Volumen-Mascara.»

Es gilt, entweder die Augen oder den Mund stark zu betonen, sonst wird aus diesem glamourösen Trend schnell einmal Karneval. Für den Tag eignen sich helle Töne, die das Auge öffnen und es strahlen lassen. «Mit einem schimmernden Lidschatten zaubern diese einen hübschen und festlichen Look», sagt Bobbi Brown. ●

GIANT CHRISTMAS

1000 GESCHENKIDEEN FÜR WENIGER ALS 100.-

IHR
GESCHENK*



Hugo Red
Geschenkset

59.90

01



02



03



04



05



06

01 Hugo Man EDT 75 ml und Shower Gel 59.90 02 Boss the Scent EDT 50 ml und Shower Gel 79.90 03 Hugo Red EDT 75 ml und Shower Gel 59.90 04 Boss Bottled EDT 50 ml und Shower Gel 69.90 05 Boss Ma Vie EDP 50 ml und Body Lotion 89.90 06 Boss Jour EDP 30 ml und Body Lotion 69.90. Angebote gültig bis 24.12.2015. Solange Vorrat. *Gratis Boss Champagner-Kühler (ohne Champagner) beim Kauf von Boss Produkten ab 85.-.

MANOR

instore | online | mobile

Hotelcard – das Halbtax für Hotels



Zehntausend Schweizerinnen und Schweizer buchen ihre Hotels nur noch mit der Hotelcard. Denn mit dem Halbtax für Hotels übernachtet man in hunderten Top-Hotels in den schönsten Regionen zum ½ Preis. Ob im Berghotel für Wanderlustige, im Winterhotspot für Sportbegeisterte oder in der entspannenden Wellness-Oase für Erholungssuchende. Mit der Hotelcard finden Sie ganz einfach und bequem die für Sie massgeschneiderte Feriendestination zum ½ Preis!

Entdecken Sie die faszinierende Vielfalt der

Schweiz. Erleben Sie auf der berühmten Walliser Haute Route auf den Skiern die Symbiose von Mensch und Natur hautnah! Oder blicken Sie auf 1800 Metern über Meer in der Ferienrepublik Saas-Fee hinauf auf das atemberaubende Panorama des Allalin-Gletschers. Die Schweiz hat in jeder Hinsicht viel zu bieten – dank der Hotelcard finden Sie überall die passenden Hotels zum ½ Preis!

Das Konzept funktioniert Die Idee zur Hotelcard basiert auf dem Halbtax-Abo der SBB. Die Hotelcard AG hat diese vor fünf Jahren mit grossem Erfolg auf die Hotellerie übertra-

gen. Das Konzept überzeugt durch seine einfache Handhabung: Auf www.hotelcard.ch das passende Hotel finden, die Buchungsanfrage absenden und beim Check-In im Hotel die Hotelcard vorweisen: Drei Schritte zum Ferienglück mit 50% Rabatt.

Gast und Hotel profitieren

Dank der Erfindung der Hotelcard wurde eine Win-Win-Situation für Kunden/-innen und Hotels geschaffen. Während Besitzer/-innen der Karte von 50% Rabatt bei einer Übernachtung profitieren, können die Hotels neue Gäste ansprechen und ihre Zimmerauslastung erhöhen.

Die Hotelcard reicht für zwei Personen

Ihre Partnerin oder Ihr Partner kann Sie jederzeit begleiten, denn für die Buchung eines Doppelzimmers genügt eine einzige Hotelcard. Die auf www.hotelcard.ch angegebenen Preise gelten dementsprechend nicht pro Person, sondern pro Zimmer.

Hotelcard ist eine wundervolle Geschenkidee

Umgehen Sie dieses Jahr das stressige, vorweihnachtliche Besorgen von Last-Minute Geschenken und bestellen Sie für Ihre Freunde, Verwandten und Bekannten 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. Mit der Hotelcard übernachtet die beschenkte Person ein ganzes Jahr lang in hunderten Top-Hotels zum ½ Preis – und zwar wann, wo und so oft sie möchte. 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 2015 bestellen, profitieren Sie nicht nur von attraktiven Rabatten, sondern erhalten kostenlos gleich noch eine zweite Hotelcard zum Weiterschenken dazu.

Das sind nur vier von über 500 Hotels zum ½ Preis:

★★★★★

Grand Hôtel du Golf & Palace

Crans-Montana | Wallis



Doppelzimmer Deluxe inkl. Frühstück ab

CHF **250.-** statt CHF 500.- (pro Zimmer)

★★★★★

Hotel Cervus

St. Moritz | Graubünden



Doppelzimmer Comfort ab

CHF **140.-** statt CHF 280.- (pro Zimmer)

★★★★★

Dorint Blüemlisalp

Beatenberg | Berner Oberland



Standard Doppelzimmer inkl. Frühstück ab

CHF **97.-** statt CHF 194.- (pro Zimmer)

★★★★★

Hotel Hirschen

Wildhaus | Ostschweiz



Doppelzimmer Standard inkl. Frühstück ab

CHF **124.-** statt CHF 248.- (pro Zimmer)

Die Vorteile der Hotelcard:

- Die Hotels sind im Schnitt an 75% der Tage zum ½ Preis verfügbar.
- Die Hotelcard amortisiert sich bei der ersten Übernachtung.
- Bestpreis-Garantie in sämtlichen Hotels.
- Um ein Doppelzimmer zu buchen, genügt eine Hotelcard.
- Die Hotelcard ist beliebig oft einsetzbar.
- Kein Konsumationszwang im Hotel.

CHF 79.-
statt CHF 95.-

+ 1 Hotelcard zum Weiterschenken gratis

www.hotelcard.ch/encore

☎ 0848 711 717 (Rabattcode *encorexmas* angeben)

Schmeckt – aber nicht nach Knoblauch

FANCY FOOD



VON HANSPETER EGGENBERGER

Schon seit einiger Zeit gibt es ihn im Delikatessenhandel, inzwischen auch schon darüber hinaus: schwarzen Knoblauch, auch bei uns teils Black Garlic genannt. In Asien, vor allem in Korea und China, kennt man ihn schon lange; in Europa ging es erst so richtig los damit, als der Molekularkochkünstler Ferran Adrià ihn vor ein paar Jahren aus Japan mitbrachte. Inzwischen wird Black Garlic auch in Spanien produziert.

Anders als man vielleicht zuerst denkt, handelt es sich dabei aber nicht um eine neue Sorte von Knoblauch. Ihre neue Farbe und ihren neuen Geschmack bekommt die duftende Knolle durch Fermentation. 40 Tage dauert dieser Prozess, bei dem die ganzen Knoblauchknollen bei 60 Grad und hoher Luftfeuchtigkeit gelagert werden. Die Haut ist danach etwas schrumpelig, die Knoblauchzehen sind weich und schwarz geworden. Und sie schmecken nur noch entfernt nach Knoblauch. Das Aroma ist mild und etwas süs-



lich, es erinnert an getrocknete Pflaumen mit Balsamico- und Vanillenoten, den vertrauten Knoblauchgeschmack spürt man nur noch leicht.

Und was macht man nun damit? Man streicht sie zum Beispiel auf getoastetes Brot und reicht sie zu einem Salat. Zu Käse schmecken die schwarzen Zehen ebenso wie zu Fleisch, zum Beispiel als

Knoblauchbutter zu Lamm oder Rind. Oder man hobelt den Black Garlic wie Trüffel über Nudeln, Eierspeisen oder gar Spargeln.

Die Fermentierung hat übrigens einen für viele nicht unwillkommenen Nebeneffekt: Nach dem Genuss von Black Garlic riecht der Esser nicht nach Knoblauch. Doch gesund soll die Knolle auch in Schwarz sein. ☺

Mild und süss: Der schwarze Knoblauch schmeckt zu Käse genauso wie zu Fleisch.

ADRESSEN

ABBAYHORN

Bei www.shoepassion.com

ACNE STUDIOS

www.acnestudios.com

ADLER

www.adler.ch

ALESSI, DIANE VON FURSTENBERG, DSQUARED2, HELENE ZUBELDIA, STELLA MCCARTNEY

Bei Bongénie Grieder www.bongenie-grieder.ch

ALEXANDER MCQUEEN, YVES SAINT LAURENT VINTAGE

Bei www.mytheresa.com

ALTUZARRA

www.altuzarra.com

ARTEK

www.artek.fi

BALENCIAGA

www.balenciaga.com

BALLY

www.bally.ch

BALMAIN

www.balmain.com

BLANCPAIN

www.blancpain.com

BOOKMAN, BOSS ORANGE, KARTELL

Bei Globus www.globus.ch

BONNET

www.bonnet.ch

BRUNO HELGEN

Bei Cardas
Rue de Bourg 10
Lausanne
www.cardas.ch

BUCHERER

www.bucherer.com

BULGARI

www.bulgari.com

BURBERRY

www.burberry.com

CASSINA

Bei Wohnshop Projecto Sa
Rue Neuve 8
Lausanne
www.cassina.com

CÉDRIC CHARLIER

www.cedric-charlier.com

CÉLINE

www.celine.com

CHANEL

www.chanel.com

CHLOÉ, ETRO

Bei www.stylebop.com

CHOPARD

www.chopard.com

CHRISTOFLE

Bei Meister Silber, Zürich; Aux Arts du Feu, Luzern und Zürich sowie Oehri Heimdekor, Vaduz. www.christofle.com

CROSLEY

Bei Nature et Découvert
Place Pépinet 3, Lausanne
www.crosleyradio.com

DIESEL FÜR FOSCARINI

www.foscarini.com

DRIES VAN NOTEN

www.driesvannoten.be

EMPORIO ARMANI

Bei www.luxottica.com

ERES

www.eresparis.com

ERMENEGILDO ZEGNA COUTURE

www.zegna.com

FRÉDÉRIQUE CONSTANT

www.frederiqueconstant.com

FREITAG

Geroldstrasse 17, Zürich
www.freitag.ch

FÜRSTENBERG

www.fuerstenberg-porzellan.com

GIVENCHY

BY RICCARDO TISCI
www.givenchy.com

GLAS ITALIA

Auskunft via info@briner-partner.ch

GUCCI

www.gucci.com

HERMÈS

www.hermes.com

INTERIO

www.interio.ch

IPHORIA

www.iphoria.com

JAEGER-LECOULTRE

www.jaeger-lecoultre.com

JIMMY CHOO

www.jimmychoo.com

JITROIS

www.jitrois.com

JO GORDON

Bei Monsieur Alain, Rue du Simplon 35, Lausanne www.jogordon.com

JUMBO

www.jumbo.ch

KARTELL

www.kartell.com

KURZ, OLE LYNGGAARD

www.kurzschmuckuhren.ch

LALIQUE

Talstrasse 27
Zürich

www.lalique.com

LANVIN

www.lanvin.com

LES PETITS JOUEURS

www.lespetitsjoueurs.com

LEXINGTON

www.lexingtoncompany.com

LOUIS VUITTON

www.louisvuitton.com

LUMAS

www.lumas.com

MAIYET

www.maiyet.com

MAISON MARGIELA

www.maisonmargiela.com

MANOR

www.manor.com

MARNI

www.marni.com

MIU MIU

www.miumiu.com

MOINAT

Bei Moinat & Fils SA
La Tête-Noire

Grand Rue 94
Rolle

www.moinat.net

MOLESKINE

www.moleskine.com

MONTBLANC

www.montblanc.com

OBJECTO

Bei Behr Ameublement
Rue de Langallerie 9
Lausanne

www.objecto.com

OK DESIGN

Bei www.chiccharm.com

PARMIGIANI

www.parmigiani.ch

PASQUALE BRUNI

www.pasqualebruni.com

PERRELET

www.perrelet.com

POC

www.pocsports.com

PRADA

www.parmigiani.ch

RAG & BONE

Bei www.mrporter.com

RALPH LAUREN HOME

www.ralphlaurenhome.com

RUINART

www.ruinart.com

SAINT LAURENT BY HEDI SLIMANE

www.ysl.com

SIEGER

www.sieger-germany.com

STÖCKLI

www.stoekli.ch

SWAROVSKI

Seidengasse 1, Zürich

www.swarovski.com

TAG HEUER

www.tagheuer.com

TEMPERLEY LONDON

Bei www.net-a-porter.com

TIFFANY

www.tiffany.com

TOMMY HILFIGER

Bei PKZ
www.pkz.ch

TRUSSARDI

www.stoekli.ch

VERSACE

www.versace.com

VITRA

Bei Jean Pierre Goumaz
Rue Saint-Martin 11
Lausanne

www.vitra.com

WRONG FOR HAY

Bei Einzigart
www.einzigart.ch

WOLFORD

www.wolfordshop.ch

XRAY

www.xray-eyewear.ch

&OTHER STORIES

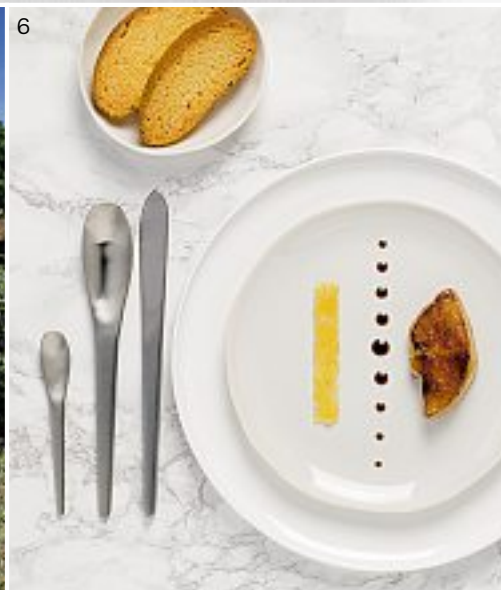
www.stories.com



Anne-Sophie Pic

DER KÜCHENCHEFIN IST GESCHMACK WICHTIG. UND DAS NICHT NUR AUF DEM TELLER, SONDERN AUCH BEI SCHÖNEN OBJEKTEN. UNS VERRÄT SIE, WAS SIE SICH ZU WEIHNACHTEN WÜNSCHT.

TEXT RENATA LIBAL



DER HÄNDEDRUCK ist fest, die Stimme klar. Die Chefköchin Anne-Sophie Pic ist eine Powerfrau und die einzige Köchin, die in der französischen Gastronomie drei «Michelin»-Sterne hat. Dass Pic immer nur das Beste fordert, merkt man ihren Restaurants an: so etwa dem Maison Pic in Valence (F) oder dem Beau-Rivage in Lausanne. Nun kann man die Gerichte der Französin aber auch bei sich zu Hause genießen. Das Start-up Chef Cuisine aus Freiburg macht's möglich: Die vorgekochten Speisen bestellt man online, nach der Lieferung wärmt man die Gerichte in einem speziell dafür vorgesehenen Gerät auf. Wie wäre es zum Beispiel mit einem Blumenkohlmosse mit Jakobsmuscheln, kandierten Orangen und Koriander?

Anne-Sophie Pic und vorgekochte Speisen. Passt das zusammen?

Ich hätte bei diesem Projekt nicht mitgemacht, wenn der Mikrochip im Gerät nicht die ideale Kochzeit für die Gerichte (6) garantieren würde. Die Speisen sind nach wie vor hochwertig.

Weihnachten rückt näher, der Geschmack der Saison?

Schokolade. Dieses Jahr habe ich mit dem Hersteller Valrhona eine *Bûche de Noël* (A.d.R.: französischer Kuchen) kreiert. Der krautähnliche Geschmack und die echten Blumen erinnern an eine bewachsene Mauer.

Und wie feiern Sie Weihnachten?

Mit der Familie in Valence. Wir essen einen Krebschwanzgratin mit einer Sauce Nantua nach Grossvaters Art und Kapaun.

Und was wünschen Sie sich?

Mein Geschenk an mich selber ist die Eröffnung meines kulinarischen Ateliers in Valence. Aber ich habe mir auch *Notizbücher aus Leder* (2) von Hermès gewünscht. Ich besitze für jedes meiner Restaurants eines in einer anderen Farbe.

Was gönnen Sie sich ab und zu?

Ich liebe Parfums. Kürzlich habe ich bei Frédéric Malle den Duft *Angéliques Sous La Pluie* (3) von Jean-Claude Ellena gekauft.

Sie kommen alle drei Wochen in die Schweiz. Was mögen Sie am meisten?

Ich liebe das Lichterspiel auf dem Genfersee. In Lausanne mag ich das Spa des Beau-Rivage, und ich gehe gerne in das Musée de l'Art Brut. Was die Kulinarik angeht, so liebe ich das Fondue in der hoch über Lausanne gelegenen *Auberge du Chalet des Enfants* (4). Meinem 10-jährigen Sohn muss ich immer Lindor-Kugeln nach Hause bringen, die liebt er.

Shoppen Sie gerne?

Klar. Das Warenhaus *Le Bon Marché* (7) in Paris ist eine wahre Fundgrube. Bei der Arbeit trage ich immer ein weisses Hemd von *Anne Fontaine* (1), dessen Rückenpartie aus Baumwollstretch ist. Es ist bequem und gleichzeitig feminin.

Wo können Sie am besten entspannen?

Auf Korsika. Ich liebe es und kehre jedes Jahr zu meinem Lieblingsplatz in der Nähe der Bucht von *Cala Rossa* (5) zurück. Dort fühle ich mich zu Hause. ☺

★ Helfen wir ★ bedürftigen Kindern.★



Jedes zehnte Kind in der Schweiz leidet unter Armut. Die Migros sammelt für bedürftige Kinder in der Schweiz und verdoppelt die Gesamtspendensumme um bis zu 1 Million Franken. Helfen Sie mit und spenden Sie mit den **Schoggi-Herzen** in Ihrer Migros.



Eine Aktion der Migros für:



migros.ch/weihnachten



j'adore Dior

Touche de Parfum
Le nouveau geste parfum



#MAKEJADOREYOURS