

encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | DEZEMBER 2017

SCHMUCK
COCKTAILRINGE
ALS BLICKFANG

Fest
Edle Smokings
für glanzvolle
Momente

UNTERWEGS
Im Zug durch
spektakuläre
Landschaften

INTERVIEW
Pierre Marcolini,
Chocolatier aus
Leidenschaft

DEZEMBER 2017

SonntagsZeitung

CHANEL





N°5
L'EAU
CHANEL
PARIS

YOU KNOW ME AND YOU DON'T

CHANEL.COM



MY CHOICE



SEAMASTER AQUA TERRA
MASTER CHRONOMETER

Ω
OMEGA

Boutiques OMEGA:

Zürich • Genève • Luzern • Interlaken • Bern
Crans-Montana • Zermatt • Bürgenstock

BAR REFAELI
by Chen Man

HUBLOT

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

ITALIA INDEPENDENT



Big Bang One Click Italia Independent Dark Blue Velvet. Entwickelt in Zusammenarbeit mit der italienischen Lifestyle Marke. Gehäuse aus Keramik. Lünette besetzt mit 42 Diamanten. Automatikwerk. Zifferblatt und Armband aus dunkelblauem Samt. Auf 100 Exemplare limitierte Serie.



HUBLOT

BOUTIQUES

GENEVE • LUZERN • ZURICH • ZERMATT



Meister der Schokolade: Pierre Marcolini im Interview, S. 24.



Ideen blühen auf: Was man den Liebsten schenken könnte, S. 42.



Zehn Zugfahrten, die für ein besonderes Erlebnis sorgen, S. 48.

Fest | Dezember 2017

THEMEN

16 Swiss Made

Hieronymus – Edles Papier für persönliche Worte

18 Uhren

Exklusive Schmuckstücke verwandeln sich in verborgene Zeitmesser

33 Cocktailringe

Der Star auf jeder Party: Der Statementring ist zurück

52 Reportage

In Südafrika kann man Luxus geniessen und gleichzeitiges Gutes tun

56 Beauty

Edelsteine als Inspiration: Hochkarätiger Trend für die Festtage

RUBRIKEN

8 Favoriten 14 Trend: Botox-Bars
 20 Edler Wein aus China 22 Saga: Die Geschichte des Pyjama 34 Reisen: Die Goldstadt Pforzheim 58 Für sie, für ihn: Weiss – eine kühle Kombi 60 Adressen 62 Die Welt von Graffiti-Künstler Alec Monopoly



It-Piece Smoking: S. 36.

Sie Zweiteiler aus Seiden-Crêpe und Pullover aus Kaschmir, alles Versace.

Er Zweireihiger Blazer aus Schurwolle, Blumenstecknadel, alles Lanvin. Seidenhemd, Berluti. Ringe, Privat.



COVER

Sie Hosenanzug mit Pailletten, Kragen aus Satin, Redemption. Er Smoking aus bestickter Baumwolle & Fliege aus Baumwolle, Polo Ralph Lauren. Smokinghemd mit Plastron, Charvet.

Foto Tom de Peyret

STYLING Sonia Bédère & Simon Pylser

Ein Akt der Liebe

IEBEVOLL AUSGESUCHTE Präsente gehören für mich zu Weihnachten wie der Christbaum, die Schneeflocken und die Basler Brunli meiner Schwiegermutter. Okay: Einen Baum schmücke ich selber nicht mehr, mein Mann hat es nicht so mit Weihnachten, den Schneeflocken hat die Klimaerwärmung den Garaus gemacht, und auf die köstlichen Brunli muss ich verzichten, seit Heidi im Altersheim ist. Bleiben also nur noch die Geschenke. Für mich ist Schenken keine lästige Angelegenheit, sondern ein Akt von Liebe und Anerkennung. Doch mit meiner Einstellung stehe ich alleine da. Meine beste Freundin hat mir schon vor langer Zeit mitgeteilt, sie entziehe sich dem ganzen «Weihnachtsterror». Meine Eltern,



Silvia Aeschbach, Chefredaktorin deutschsprachige Ausgabe encore!

die immer Freude an meinen Präsenten hatten, leben nicht mehr. Und mein Mann, eben, der möchte zu dieser Jahreszeit am liebsten in Richtung Süden flüchten. Zum guten Glück gibt es noch meine Schwester, meinen Neffen und meine Nichte, inklusive Anhang. Doch auch hier stehe ich im Abseits, denn es wurde kürzlich entschieden, die Geschenke auf ein Minimum zu reduzieren. Und so gibt es eine Onlineverlosung, bei der jedem Familienmitglied eine Person zugeteilt wird. Diese darf ihm, für einen begrenzten Betrag, etwas schenken. Ich überlege mir schon die ganze Zeit, wie ich diese «Wichteile» umgehen könnte. Übrigens: Meine beiden Hunde wurden auf der Familienliste vergessen. Sie freuen sich bestimmt über eine extra Wurst, die von niemandem bewilligt wurde. In diesem Sinne: Frohe Festtage mit vielen hübschen Geschenken!



Dieses Magazin ist in der Schweiz 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. Chefredaktion: Renata Libal (verantwortlich), Silvia Aeschbach (deutschsprachige Ausgabe). Redaktion: Lisa-Marie Hüttenberger, Alexia Nichele. Produktion: Iliaria Longo. Layout: Géraldine Dura (Art Direction). Bildredaktion: Zoé Jobin. Mitarbeiter dieser Ausgabe: Henry Amaud, Charles-André Aymon, Mathilde Binetruy, Steffi Hidber, Claudia Schmid, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch), Jeannette Votz. Fotos: Tom de Peyret. Styling: Sonia Bédère, Simone Pylser. Illustration: André Gottschalk. Grafisches Konzept: Ariel Cepeda. Produktion französisch: Loyse Pahud. Übersetzung und Überarbeitung: Iliaria Longo, Nadine Lea Mischler, Ursula Zenger. Sekretariat: Alessandra Ducret. Bildbearbeitung: PhotoMedia. Druck: Swissprinters AG, Zofingen. Marketing: Florence Ruffetta. Verantwortlicher Verleger: Karim Mahjoub. Werbung Deutschschweiz: Tamedia AG, Tamedia Advertising, Werdstrasse 21, 8021 Zürich, tél +41 44 248 42 30, anzeigen@encore-mag.ch, www.advertising.tamedia.ch. Werbung Romandie: Tamedia SA, Tamedia Advertising, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. +41 21 349 50 50, publicite.lausanne@tamedia.ch, Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen (nach Art. 322 STGB), CIL Centre d'Impression Lausanne SA, Homegate AG, ImmoStreet.ch SA, 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. Ein langjähriges Mitglied der Tamedia-Gruppe.



Weihnachtsdeko mal anders: Die Girard Ornaments von Vitra.

DESIGN

Verspieltes Fest

Seit das Vitra-Design-Museum in Weil am Rhein letztes Jahr dem amerikanischen Designer Alexander Girard eine Ausstellung gewidmet hat, glaubt man die für ihn typischen bunten Holzfiguren, die er 1953 hergestellt hat, überall zu sehen. Die jüngste Zusammenarbeit von Vitra und Girard Studio kommt genauso verspielt wie diese Puppen daher und bietet einen schönen Kontrast zur sonst eher kitschigen Weihnachtsdeko. Die Girard Ornaments, die auf Entwürfen von Girard von 1965 basieren, kann man an den Tannenbaum hängen. Alexander Girard war eine prägende Figur der amerikanischen Designbranche in der



Von Girard inspiriert: Die Frühling/Sommerkollektion 2018 vom Schweizer Label Akris.

Nachkriegszeit und eng mit dem Ehepaar Charles und Ray Eames befreundet. Für seine Textilien, Möbel und Plakate liess er sich immer wieder von verschiedenen Völkern auf der ganzen Welt inspirieren. Seine Werke brachten Humor in die sonst eher rigide Branche. Auch in der Mode spürt man Girards Einfluss: Das Schweizer Label Akris liess sich für seine kommende Frühjahrskollektion von ihm inspirieren. So wurden die Puppen als Print auf den Kreationen aufgegriffen. «Ich habe die Ausstellung schon dreimal gesehen, so sehr hat mich dieses Genie fasziniert. Er hat unsere Sicht auf die Welt verändert», sagt Kreativchef Albert Kriemler. *Renata Libal*

ZUM WOHL!

Ein Parade-Merlot



VON **PIERRE THOMAS**

Im Tessin litt das Weinjahr 2014 unter der Kirschessigfliege, die wie ein Heuschreckenschwarm über die Merlottrauben herfiel. Dafür hat 2015 einen grossen Jahrgang hervorgebracht. Einziger Makel: Die Ernte war klein, man wird sich um den 14er Riserva reissen. Die grossen Merlotweine basieren auf einer Rebsorte, die vor über hundert Jahren aus Bordeaux eingeführt wurde, weil die Reblaus die Tessiner Sorten vernichtet hatte. Manchmal leiden sie unter Überreife und einer allzu starken Holznote. Nicht so die Weine der Fattoria Moncucchetto der Familie Lucchini. Der vom Stararchitekten Mario Botta erbaute Keller liegt hoch oben über der Stadt Lugano und bietet nicht nur für die Vinifizierung und Lagerung der Ernte von insgesamt 5,5 Hektaren Weinberg Platz, sondern auch einem Restaurant, das zur Chaîne des Rôtisseurs gehört. Seit 2009 ist die junge Önologin Cristina Monico für die Weine verantwortlich. Sie ist Mitglied der 2010 gegründeten Vereinigung «Junge Schweiz – Neue Winzer» (www.jsnw.ch). Ein besonderer Jahrgang gelang Monico 2012. Der Merlot Moncucchetto Riserva Lugano wird aus den streng sortierten Trauben der ältesten Rebstöcke gepresst. 22 Monate lang lagert er in neuen Fässern. Die Qualität des 2015ers liegt in einem Duft aus Patisserie

und Mocca, in seiner runden Weichheit, mit einem Abgang von schöner Frische und einer kontrollierten Lagerung. Ein Merlot voller Eleganz, mit einem Schuss Cabernet Sauvignon. Auch der ebenfalls im Barrique ausgebaute Moncucchetto ist bemerkenswert, doch gab es 2015 nur ganz wenig davon. Man kann sich aber an den 2014er halten, denn die Winzerin hat auf die Kelterung eines Riserva 2014 verzichtet, was ihr erlaubt hat, die besten Trauben zu verwenden.



Etikette Merlot Riserva Lugano 2015
Preis 40,50 Fr./75 cl
Website www.moncucchetto.ch

PARFÜME

Der Duft von Kristall

Die neue Kollektion des Kristallherstellers Laliq – «Mon Premier Cristal» – ist eine Hommage an dessen Gründer René Laliq. Drei Parfümeurinnen haben, gemeinsam mit Laliq-Kreativchef Marc Laminax, je einen Duft mit passendem Flacon kreiert. Die verschiedenen Stadien der Kristallherstellung (geschmolzen, geformt und satiniert) dienten als Inspiration für die Kompositionen aus eben diesem edlen Material und den wertvollen Essenzen. Karine Dubreuil-Sereni schuf mit «Sensuel» einen holzig-orientalischen Duft. Alexandra Monets Kreation «Lumière» entspricht einer blumigen Chypre-Essenz, und Sidonie Lancesseur widmete der satinierten Form den floral-orientalischen Duft «Tendre». *L.-M. H.*

Mon Premier Cristal «Sensuel», «Lumière» und «Tendre», Absolu de Parfum, 730 Fr. für 80 ml, Laliq.





Auf Cumberland Island lebt eine Herde Wildpferde.

BUCH

Tierische Hommage

Weisse Strände, Wanderdünen, Salzwiesen und unberührte Eichenwälder soweit das Auge reicht: Cumberland Island ist eine Insel weit der Atlantikküste Georgias, die als beliebtes Ausflugsziel angesehener amerikanischer Familien gilt und wo sich 1996 John F. Kennedy Jr. und Carolyn Bessette das Ja-Wort gaben. Die grösste Düneninsel des Südstaats ist ein Ort der Erholung und gilt als natürliches Refugium für Mensch und Tier. Das Highlight: eine Herde von Wildpferden, die schon über Generationen hinweg unberührt im ruhigen Schutzgebiet lebt. Die französische Fotografin Anouk Masson Krantz zeigt



Wildhorses of Cumberland Island, The Image Publishing Group, 240 Seiten, englisch.

in ihrem Buch «Wild Horses of Cumberland Island» neue Facetten der Insel und der dort lebenden Pferde. Schwarzweissaufnahmen zeigen die Tiere aus den unterschiedlichsten Perspektiven. Das Buch ist der visuelle Höhepunkt unzähliger Besuche der Fotografin während der letzten zehn Jahre, und ihre Bilder zeigen eine intime Reflexion der spannenden Geschichte Cumberlands. Die Werke von Masson Krantz sind beliebt: Die in bekannten Galerien ausgestellten Bilder wurden sowohl von den International Photography Awards, als auch von den International Monochrome Awards ausgezeichnet. *Lisa-Marie Hüttenberger*

BEAUTY

In modischem Gewand



Was passiert, wenn der britische Designer Jonathan Saunders und das Beautyunternehmen Jo Malone gemeinsame Sache machen? Es wird ein kunterbuntes Weihnachtsfest. Der Designer, der lange als Nachfolger von Raf Simons bei Dior gehandelt wurde, nun aber als Chief Creative Officer für das New Yorker Label Diane von Furstenberg arbeitet, hat das Packaging der diesjährigen Weihnachtskollektion des britischen Brands gestaltet. Sein Stil – auffällige und farbenfrohe Muster – findet sich auch in dieser limitierten Linie wieder. Die von japanischen Mustern und vom Kubismus inspirierten Verpackungen sind eigentlich viel zu schade, um aufgerissen zu werden. Doch die Beautypreziosen, die sich dahinter verstecken, wollen entdeckt werden: So etwa die runden Handseifen, die hübsch verpackt wie kleine Macarons daherkommen. Die Miniaturen duften nach drei Jo-Malone-Klassikern: Lime Basil & Mandarin, Red Roses und English Pear & Freesia. *I.L.*

Miniature Soap Collection, 58 Fr., in ausgewählten Globus-Filialen und bei Jelmoli erhältlich.



MODE

Grüne Bescherung

Dieser Schuh ist das ideale Geschenk: Er ist grün wie der Tannenbaum, unter den er gelegt wird, das samtige Material passt zum Festtagsoutfit, und mit seinem robusten Absatz kommt man auch bei eisigen Temperaturen sicher nach Hause. *I. L.*

Schuh aus Samt, 570 Euro, www.marni.com



Peter Knapp, fotografiert von Gérard-Philippe Mabillard.

GENUSS

Wallis International

In seiner langjährigen Karriere hat Peter Knapp schon alles bildlich festgehalten, was man ablichten kann: Von Landschaften über Gesichter bis hin zu Models war alles dabei. In den 1960er-Jahren arbeitete er als Art Director für das Magazin «Elle», später zog es ihn beruflich nach Amerika, wo er mit seinem fotografischen Schaffen ebenfalls prägend war. Knapp, der 1931 in der Schweiz geboren wurde, hegt aber auch für die Kulinarik eine besondere Leidenschaft – so etwa für Weine aus dem Wallis. Dies ist im kürzlich erschienenen Buch «Autour d'un verre de vin – Wine and Friends» von Gérard-Philippe Mabillard zu sehen (siehe grosses Bild).

Mabillard, Direktor des Branchenverbands der Walliser Weine, hat es geschafft, zahlreiche Liebhaber des Walliser



Buch «Autour d'un verre de vin – Wine & Friends» von Gérard-Philippe Mabillard, französisch und englisch, Ed. Glénant, 208 Seiten.

Weins bildlich festzuhalten. Darunter sind mehr als 120 Persönlichkeiten wie beispielsweise die amerikanischen Regisseure Oliver Stone und Quentin Tarantino oder der ehemalige Fussballprofi Zinedine Zidane. Der Erlös aus dem Verkauf des Buchs kommt der Organisation *Moi pour Toi* zugute, die sich für Kinder in Not in Kolumbien einsetzt.

«Ich hatte richtig feuchte Hände, als ich einen der grössten Fotografen unserer Zeit ablichtete», gesteht Mabillard rückblickend. Das Foto ist im Haus von Knapp in Klosters entstanden. Wie es der Zufall wollte, erwies sich sein Haus als ideale Location für das Shooting. An einer Wand im Anwesen des Schweizers ist ein grosses Gemälde aufgehängt, das Knapp selber für die Expo 64 kreiert hatte: Das Werk zeigt die Farben des Walliser Kantonswappens. *Renata Libal*



DESIGN

Lichtspiel

Ist dies eine Lampe oder eine moderne Weihnachtskugel? Beides! Dieses Objekt aus Glas vom Designer-Duo Lyndon Neri und Rossana Hu kann aufgehängt oder liegend genutzt werden. A.N.

Lampe nh1217, Neri & Hu für Artemide, 175.95 Fr., bei Artemide in Zürich erhältlich.



INTERIOR

Entspannende Duftnoten

Die Kerzen, die von H&M Home in Zusammenarbeit mit der Zürcher Marke Calming Park entstanden sind, bringen etwas Licht in die dunklen Wintertage. Olivier Röhrbach, DJ und Music Designer, der Calming Park gegründet hat, setzt bei dieser Kollektion auf Feigen, Zedernholz, Zimt und frisch gemähtes Gras. R. L. H&M Home X Calming Park, 29.90 Fr.

Stilvoller Alleskönner

TOYS FOR BOYS



VON CHARLES-ANDRÉ AYMON

Ich würde sehr gerne mehr Velofahren, doch dazu bräuchte ich ein leichtes und schönes Fahrrad, das mir Spass bereitet und auch noch vernetzt ist. Zum Glück gibt es jetzt das VanMoof SmartBike, das aus Holland kommt und vor allem für die Fahrten in der Stadt geeignet ist. Mit seinen 14 Kilo Gewicht und drei verschiedenen Geschwindigkeitsstufen lässt sich jede Steigung einfach bezwingen. Die effizienten Bremsen sind vor allem im Stadtverkehr praktisch. Auch was die



VanMoof SmartBike, ab ca. 1100 Fr. (Version mit 8 Geschwindigkeiten)

Ästhetik angeht, überzeugt das Bike: Das Design ist schlicht, und das Fahrrad ist mit allen nötigen Accessoires ausgestattet, wie einer LED-Lampe sowie einem Dynamo. Doch das Highlight des Velos ist vor allem seine Technik: Das Schloss lässt sich ganz leicht auf- und zuschliessen, und ein integrierter Chip ermöglicht es, das Fahrrad wiederzufinden – egal, wo man es in der Stadt abgestellt hat (und dies auch im Fall eines Diebstahls).

Alle Funktionen werden via Smartphone oder über den dezenten, kleinen Bildschirm im Rahmen gesteuert – dabei hilft eine einfach bedienbare App. Veloliebhabern sei auch das neue Modell Electrified S (ca. 3000 Fr.) empfohlen. Das Fahrrad, dessen Motor nicht zu sehen ist, wartet ebenfalls mit einem überzeugenden, schlichten Design auf. Aber Achtung, die schwarze Version des Velos ist zurzeit ausverkauft. Zur Auswahl stehen aber auch noch eine weisse und eine graue Version. Es kann online bestellt werden.



#DontCrackUnderPressure



TAG Heuer

SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860

LINK LADY BELLA HADID SPECIAL EDITION

Bella Hadid gehört zu den beliebtesten It-Girls der Model-Branche. Ungebändigte Stärke und Selbstbewusstsein machen sie zu einem Vorbild ihrer Generation. Getreu dem Motto #DontCrackUnderPressure hält Bella jedem Druck stand.





Afternoon Tea im neuen Restaurant Tatar im Globus am Bellevue.

GENUSS

Moderne Traditionen

Im neuen Restaurant Tatar in der Globus-Filiale am Bellevue ist der Name Programm: Im Mittelpunkt der Speisekarte steht der Fleischklassiker, der 1927 vom französischen Koch Auguste Escoffier erfunden wurde. Im modernen Lokal, in dem Grüntöne, Marmor und auffallende Leuchten vorherrschen, wird aber nicht nur herkömmliches Tatar serviert. Die klassische Variante fehlt natürlich nicht auf der Karte, doch aufgetischt werden zehn Variationen: zum Beispiel eine aus fangfrischem schottischem Lachs oder aus Pilzen. Kreiert hat die modernen Interpretationen der «Koch des Jahres 2016», Nenad Mlinarevic. Dieser führt derzeit zusammen mit den Gastronomen Valentin Diem und Patrick Schindler das Pop-up-Projekt «Die Stadthalle» in Zürich (www.diestadthalle.ch).

Und weil das Restaurant im 1. Stock des Bellevue-Globus einfach zu gemütlich ist, um es nach der Mittagspause wieder zu verlassen, kann man getrost sitzen bleiben: Nachmittags ist hier Tea Time angesagt. Zum Afternoon Tea gibt es salzige und süsse Speisen – ebenfalls von Mlinarevic kreiert. Natürlich werden die Leckereien, ganz im britischen Stil, auf einer Etagere serviert.

Ebenfalls neu sind die Tavolate, die an ausgewählten Daten stattfinden. An einem Tisch für zehn Personen mitten in der Haushaltsabteilung des Warenhauses geniesst man mehrere Gänge. Am 14. Dezember wird der Globus-Foodscout Richard Kägi die Gäste bekochen (165 Fr. pro Person). Eine gute Gelegenheit, sich für das bevorstehende Weihnachtsmahl inspirieren zu lassen. *Ilaria Longo*

TOP FIVE

Diese Eislaufbahnen bieten mehr als ein sportliches Vergnügen



- 1 Zürich-Dolder – Die grösste offene Kunsteisbahn Europas mit regelmässiger **Eisdisco** – unter anderem am 30. Dezember, www.doldersports.com.
- 2 Genf – Die Lodge d'Hiver im Hotel La Réserve bietet nicht nur eine Eisbahn, sondern auch eine **Lounge-Bar** sowie ein Restaurant www.lareserve.ch.
- 3 Bern – «Schlöflä» auf dem **Bundesplatz** mit einzigartiger Kulisse. Eröffnung: 20.12.2017, www.kunsteisbahn-bundesplatz.ch.
- 4 St. Moritz – Natureisbahn im Hotel Suvretta House, für Anfänger gibt es einen exklusiven **Coach**, www.suvrettahouse.ch.
- 5 Küsnacht – Das Romantik Seehotel Sonne bietet eine **beleuchtete Eisbahn** mit **Glühweinstand** am Zürichsee, www.sonne.ch.



DESIGN

Frisch serviert

Bei dieser Neuheit von Nespresso geht es ausnahmsweise um das Gefäss und nicht um dessen Inhalt. Um seinen Tassen-Klassiker View zu überarbeiten, hat der Kaffehersteller auf die Designer von Atelier Oi aus La Neuveville vertraut. Die Tasse aus Glas – unter anderem in einer Espresso- oder Lungo-Variante – wird mit einer spiegelnden Untertasse serviert. *R.L. Kollektion View, www.nespresso.com*



Konzeptfahrzeug von Mazda: Vision Coupé.

AUTOS

Perspektivenwechsel

In der Automobilwelt spielt das Design eine zentrale Rolle, denn die Ästhetik ist für den Kunden bei der Kaufentscheidung ein wesentliches Element. Kein Wunder, reissen sich die Unternehmen um gute Designer. Ein gutes Beispiel ist Mazda: Dessen Konzeptfahrzeuge Vision Coupé und Kai wurden kürzlich am Autosalon in Tokio präsentiert, wo sie auf viel Begeisterung stiessen. Sein Design-Konzept nennt der Hersteller «Kodo - Soul of Motion».



Prototyp des Flacons von «Soul Motion».

Um die Kreativität seiner Designteams zu fördern, erlaubt ihnen der Chefdesigner Ikuo Maeda, in den unterschiedlichsten Bereichen zu experimentieren. So ist zum Beispiel eine Schutzhülle aus Metall für ein Parfümflacon entstanden. Das Fläschchen enthält den von Shiseido für Mazda entwickelten blumigen Duft «Soul Motion». Der Prototyp hat den IF Design Award in der Kategorie Packaging gewonnen. *P.C.*

Chloé





Happy Hour an **der Botox-Bar**

WO MAN SICH BIS VOR KURZEM einen Tee und eine Schönheitskur für die Nägel gegönnt hat, werden mittlerweile neue Beautyrituale angeboten. Auf die Nail-Bar folgt jetzt die Botox-Bar. In Beverly Hills oder London kennt man solche Locations bereits. Nun hat auch Lausanne eine Botox-Bar bekommen: Die Forever Boutique bietet schnelle und unkomplizierte Behandlungen für ästhetische Medizin an. Botox, vollere Lippen, Peeling, Mikro-Injektionen... Dazu ein Glas Champagner, um die geglättete Haut zu feiern. Der Zugang zu ästhetischer Medizin ist in der Schweiz ein Leichtes: Das Land – und insbesondere die Genferseeregion – verzeichnet einen Konsum, der weltweit zu den führenden gehört (dicht hinter Brasilien). Die Praxen und Kleinkliniken vermehren sich rasant. Renommierete Institute wie die Matignon-Kliniken in der Westschweiz oder Smoothline in Zürich haben zur Demokratisierung der ästhetischen Medizin beigetragen. Die Bezeichnung Bar verleiht dem Ganzen etwas Lockeres: Man geht dorthin, als ginge man zum Friseur. Meist liegen diese «Kliniken» an belebten Punkten. Dies gilt zumindest

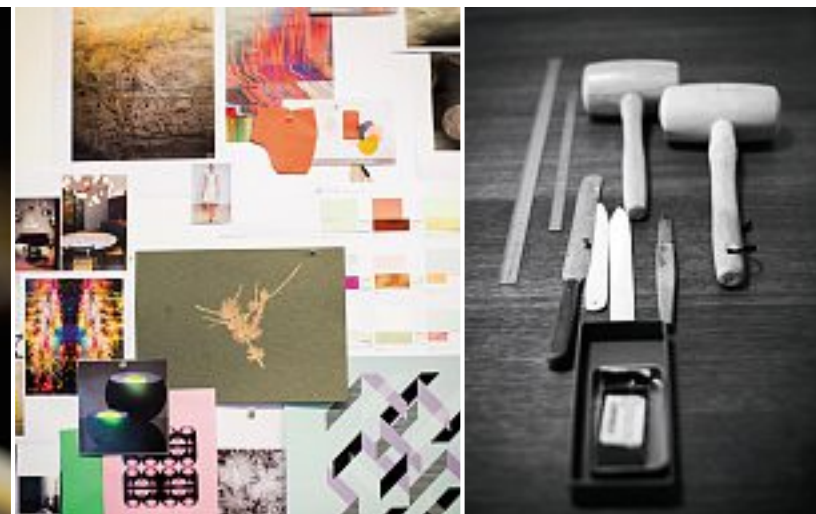
für den Teil mit der Bar: Der medizinische Eingriff, der einer gewissen Expertise, Konzentration und Intimität bedarf, findet zum Beispiel in Lausanne im Untergeschoss statt. «Sich zu pflegen ist eine Art, sich selbst etwas Gutes zu tun. Und es gibt überhaupt keinen Grund, dies im Versteckten zu tun», sagt Forever-Boutique-Geschäftsführerin Rachel Polla. Ihr Vater, Luigi Polla, gehört in der Schweiz zu den Pionieren im Bereich der ästhetischen Medizin und tritt als Garant für die Qualität der Behandlungen und der Ausbildung der Praktizierenden auf. Die vier «Polla Sisters» eröffneten mit der Forever Boutique so etwas wie einen glamourösen und geselligen Aussenposten der Familienpraxis, dem Forever Institut in Genf. Dank der weiter sinkenden Preise (etwa ab 250 CHF) und der voranschreitenden Enttabuisierung boomt der Markt für Schönheitsspritzen und dürfte nach Einschätzungen von Experten jährlich noch um über 10% wachsen. Dazu kommt, dass Präventivmassnahmen heute immer früher ergriffen werden. Eine Revolution ist im Gange: Die Spritze hat nicht mehr nur mit der Welt der Medizin zu tun, sie sorgt jetzt auch für Freude. ☺



real watches for real people

Oris Altimeter Rega Limited Edition
Mechanisches Automatikwerk
Integrierter mechanischer, barometrischer Höhenmesser
Edelstahlgehäuse mit grauer PVD-Beschichtung
Wasserdicht bis zu 10 bar/100 m
Limitiert auf 1414 Stück
www.oris.ch

ORIS
Swiss Made Watches
Since  1904



PAPIERWERK

LINKS Buchblöcke mit handgerundetem Buchrücken.
OBEN Moodboard-Inspiration für Designentwicklung.
OBEN RECHTS Werkzeug zum Handbuchbinden.
RECHTS Prägemaschine von Original Heidelberg.
UNTEN Handbuchbinderin Marion Albisser stellt ein Writing Pad mit japanischer Fadenheftung her.
UNTEN RECHTS Marion Albisser beim Handheften eines Buches.



Anti-Digital

SIE SIND PURE POESIE UND LASSEN NOSTALGIE AUFKOMMEN: DIE HANDGEMACHTEN PAPIER- UND SCHREIBWAREN DES JUNGEN SCHWEIZER LABELS HIERONYMUS.

TEXT JEANNETTE VOLTZ

IN DER TAT IST ES die Faszination für die digitale Entwicklung und die Erkenntnis, dass das Handschriftliche und sinnliche Erlebnis edler Materialien erst dadurch eine neue Wertschätzung erfährt, die den Schweizer Unternehmer Fabian Hotz dazu veranlasst hat, die auf Papier- und Schreibkultur spezialisierte Marke Hieronymus zu entwickeln. Nachdem er die letzten 25 Jahre die Druckerei seines Vaters in eine Gruppe für marktorientierte Unternehmensentwicklung transformiert hat, sieht er Hieronymus mit seinen zehn Mitarbeitern als Fortsetzung seiner Familientradition. Seit 2014 steht das Unternehmen mit Sitz in Steinhausen für eine Schreibkultur, die ihresgleichen sucht. Von edlem Papier über Grusskarten, hochwertige Couverts, handgebundene Notizblöcke und Bücher in Leder oder Brokat sowie Schreibmobiliar wie Buchstützen in streng geometrischen Formen. Die Herstellung erfolgt in der eigenen Manufaktur in der Schweiz oder mit ausgewählten Partnern in Frankreich, Italien und Deutschland.

Hieronymus' Creative Director Thorsten Traber ist seit 13 Jahren im Unternehmen und seit 2010 ausschliesslich für die Marke Hieronymus zuständig. Als 2010 die Idee zu Hieronymus geboren wurde, sollte es allerdings noch vier Jahre dauern, bis das Konzept ausgereift und das Sortiment definiert, designt und entwickelt war. «Ich habe als Erstes angefangen, über Moodboards Lebenswelten zu definieren», sagt Traber,

«um so herauszufinden, wie der moderne Ästhet von heute lebt und welche Ansprüche er an die Papier- und Schreibkultur hat.» Die Zeit war reif für die Wiederentdeckung von Handschriftlichem, ist der 48-Jährige überzeugt. «Auch viele Junge nehmen wieder Papier und Füllfeder zur Hand, wenn es darum geht, besondere Momente im Leben festzuhalten.» In Zeiten von E-Mail und Co. gewinne der klassische Brief vermehrt an Bedeutung, sagt Traber und schwärmt vom Farbklang und der Sinnlichkeit der unterschiedlichen Papiere. Auf die Frage, wie man auf den Namen Hieronymus gekommen ist, sagt Traber: «Uns war es wichtig, dass die Marke den Namen einer Person trägt. So wie beispielsweise der niederländische Maler Hieronymus Bosch, der ein Querdenker, ein Gigant der Fantasie war.» Auch viele Literaten und Geschichtenerzähler würden diesen Namen tragen. Er klinge ein wenig kantig, habe eine gewisse Eigenständigkeit und wirke trotzdem zeitgemäss.

Zeitreise

Wenn man sich in den Räumen von Hieronymus umschaut, entdeckt man Trouvaillen aus längst vergangener Zeit. So zum Beispiel eine gut 50-jährige Buchdruckmaschine, ein Heidelberger Modell, das nach 30 Jahren Schattendaseins im Keller wieder zu neuem Leben erwacht ist. «Unser hauseigener Buchdrucker, der 30 Jahre lang im Offset arbeitete, hat sie nach der Restaurierung mit grossen Emotionen wieder in Betrieb genommen», sagt Traber.

Es sei eine strategische Entscheidung von Fabian Hotz gewesen, sich nach 30 Jahren vom Offsetdruck zu verabschieden und sich auf Druckveredlung und besondere Drucktechnologien zu spezialisieren. Eine alte Stahlstichmaschine und eine kleine Siebdruckmaschine komplettieren den antiken, aber immer noch perfekt funktionierenden «Maschinenpark», dank dem es möglich ist, individuell auf Kundenwünsche eingehen zu können, die aus allen Altersgruppen kommen. Sehr beliebt seien die edlen Grusskarten, Notizbücher und personalisierten Briefschaften.

Nachdem sich Hotz und Traber über die Ausrichtung des Unternehmens klar waren, entwickelte man, zusammen mit einem Traditionsunternehmen am Tegensee, Cottonpapier in vier Farbnuancen, das exklusiv wie alle anderen Hieronymus-Produkte nur im Flagship-Store an der Bäregasse in Zürich erhältlich ist. «Cottonpapier ist sehr haltungsbeständig und hat ein schönes Schreibverhalten», sagt Traber. Im Flagship-Store in Zürich sind mittlerweile über 1000 Produkte erhältlich.

Auf die Frage, wie Traber die Zukunft von Hieronymus sieht, sagt er: «Für uns arbeitet die Zeit.» Ziel sei es, Hieronymus als internationale Marke aufzubauen, erst in Europa und später auch in Übersee weitere Stores zu eröffnen. «Anfangs sah es aus, als seien wir mit unserer Idee aus der Zeit gefallen», sagt Traber. Dabei sei es genau der richtige Moment gewesen, denn «die Handwerkskunst rund ums Papier erlebt eine Renaissance». ☉



Thorsten Traber

Nach seinem Abitur absolvierte Thorsten Traber ein Studium am Institut für Kommunikationsdesign der FH Konstanz und arbeitete anschliessend als Art Director bei diversen deutschen Agenturen. Für die Branding-Agentur Ivony siedelte er 2002 in die Schweiz über. Seit 2005 ist Thorsten Traber ein fester Bestandteil des Brand Leadership Circle und seit 2010 Creative Director bei Hieronymus.



Unsere Schmuckstücke sind von der faszinierenden Innenwelt der Edelsteine inspiriert.
Erfahren Sie mehr über die Ohrhänger «Ancient Path» mit Smaragden auf [gubelin.com/mysticalgarden](https://www.gubelin.com/mysticalgarden)

Ein Schweizer Familienunternehmen seit 1854

Verborgene Schätze

DIE ERSTEN DAMENUHREN HÜTETEN DIE ZEIT ALS REICH GESCHMÜCKTES GEHEIMNIS – EINE EBENSO SCHILLERENDE WIE AKTUELLE TRADITION.

TEXT MATHILDE BINETRUY

ES GAB EINE ZEIT, in der sich das schöne Geschlecht aus sämtlichen Angelegenheiten rund um das Zeitmanagement herauszuhalten hatte. Dies war eine Aufgabe, die nur den Mächtigsten der Welt zukam. Uhren und andere Messapparate sind daher seit dem Mittelalter Instrumente von grosser Macht und Prestige. Als Frau musste man schon Königin sein, wie etwa Elizabeth I. im 16. Jahrhundert, um eine eigene Uhr besitzen zu dürfen. Legenden besagen, sie hätte eine in einem Ring verborgene Uhr mit Weckfunktion getragen. Die Königin von Neapel ihrerseits erhielt 1810 eine Spezialanfertigung von Abraham Louis Breguet, die erste Uhr an einem Armband aus Haar und Goldfäden. Da erstaunt es wenig, dass die ersten Damenuhren bis Ende des 19. Jahrhunderts fast nur heimlich getragen wurden. Cartier und Van Cleef & Arpels haben sich dabei als Meister des Genres durchgesetzt: winzige Uhrwerke, die in kleinen Abendtaschen oder Lippenstiftetuis verborgen waren, damit die elegante Damenwelt ganz unbemerkt die Stunden zählen konnte. Ab 1900 versteckten sich die Zeitmesser auch unter dem Cabochon einer Anstecknadel oder auf der Rückseite eines eingefassten Schmuckstücks.

Die verborgenen Uhren von heute sind Abkömmlinge einer Epoche, in der «die Frau von Welt nicht von der Zeit eingeschränkt werden sollte. Eine Uhr zu tragen – oder noch schlimmer, die Zeit abzulesen –, war unschicklich», so Pierre Rainero, Stil- und Imagedirector von Cartier. Doch auch die weibliche Emanzipation verdrängte solche versteckten Zeitmesser nicht. Die Mehrheit der renommierten Uhrenmanufakturen bietet heute verborgene Uhren innerhalb ihrer Schmuckkollektionen an – dabei bleibt viel Raum für Virtuosität.

Piaget beispielsweise ist stets auf der Suche nach ausgeklügelten und modernen Öffnungsmechanismen: ein Stein, auf den man drückt, ein Goldstift, an dem man zieht. «Wagemut in seiner uneingeschränkten Ausdrucksform», so die Beschreibung von Jean-Bernard Forot, Marketingdirector. Bei Bulgari setzt man vor allem auf Schlangen aus Gold, um die Zeitmesser dekorativ zu verhüllen. Audemars Piguet interpretiert die prunkvollen Funktionen in fast schon futuristischer Weise mit einem Modell, dessen Diamanten an Eiszapfen erinnern und eine gewisse punkige Attitude haben. Für die ursprünglich nur in der Schmuckherstellung tätige Marke Harry Winston, die sich erst seit 1989 in der Uhrmacherei versucht, ist die als Schmuck getarnte Uhr fast schon eine Selbstverständlichkeit. Ob klassisch oder avantgardistisch, diese wertvollen Stücke spielen auf ganz moderne Art mit den zeitlichen Einschränkungen – «eine Art moderne Flucht vor der Zeit», wie dies Caroline Scheufele, Co-Präsidentin von Chopard, beschreibt. ●



Hélène Arpels von der Marke Van Cleef & Arpels 1939 mit opulenten Schmuckkreationen. Im Armband versteckt sich eine Uhr.

Moderne Interpretationen einer langen Tradition



TIERISCH
Cartier ist bekannt für seine exotischen Kreationen, die von der Tierwelt inspiriert sind: Das neueste Modell ist die Caméleon. Das Schmuckstück, das dem Körper eines Reptils gleicht, ist von einem Turmalin, Türkis, Onyx und Diamanten im Brillant-Schliff geziert. Das Zifferblatt versteckt sich unter einem Turmalin, die zwölfte Stunde wird von einem dreieckigen Smaragd angezeigt.



WINTERLICH
Die neueste Uhr von Audemars Piguet gehört zu einer dreiteiligen Kollektion, die durch ihr modernes Design besticht. Die Diamond Outrage (Graugold, Diamanten) ist von der winterlichen Landschaft des Vallée de Joux inspiriert.



RAFFINIERT
Piaget ist bekannt für seine subtilen Mechanismen, die verborgene Uhren kaschieren. Mit einem Knopfdruck auf den Opal-Cabochon gibt das Armband Sand Waves ein Zifferblatt frei (Roségold, Diamanten, Einzelstück).



PRÄCHTIG
Wie eine aufwendig gearbeitete Spitze sieht dieses Schmuckstück von Chopard aus, das Teil der Jardin-de-Kalahari-Kollektion ist. Zwei Diamanten (Birn- und Brillant-Schliff) unterstreichen, dass die Uhr auch eine Bijou ist.



ÜBERRASCHEND
Couture trifft auf Haute Joaillerie: Dieses Armband in der Form einer Schleife von Van Cleef & Arpels (Weissgold) ist durch seine einzelnen Glieder anschiessam und durch die 1140 Diamanten elegant zugleich.



GLAMOURÖS
Das Symbol der Schlange ist typisch für Bulgari. Elizabeth Taylor war ein grosser Fan. Die Serpenti Seduttori versteckt ihr Zifferblatt im Kopf des Tieres.



SCHMÜCKEND
Seit 1989 stellt die Schmuckmarke Harry Winston auch Uhren her, seit 2011 auch solche mit verborgenem Zifferblatt wie die Kette Emerald Signature (343 Diamanten auf Weissgold).

OBJEKTE, DIE LEBEN



Die Rebberge von Ao Yun (LVMH) sind Teil der 500 Hektaren, die von den chinesischen Behörden vor allem im Mekong-Tal gepflanzt wurden.



Tropfen vom Dach der Welt

IN DEN AUSLÄUFERN DES HIMALAJA IM SÜDWESTEN CHINAS WURDEN AUF TERRASSIERTEN HÄNGEN REBBERGE ANGELEGT. SIE LIEFERN EINEN DER BESTEN WEINE CHINAS.

TEXT PIERRE THOMAS

MAN HAT FAST DAS GEFÜHL, man sei im Wallis. Doch die Strassen in Yunnan sind noch steiler, die Schneeberge noch weisser, die Gipfel noch höher – und es hat terrassierte Rebberge. Sie liegen an den Flanken der Täler des Mekong und Jangtse. Diese Flüsse, die zusammen mit dem Saluen das Naturschutzgebiet der Drei Parallelfüsse Yunnans bilden, gehören zum Unesco-Welterbe. Katholische Missionare aus Europa haben hier, in der in ihrem Nordwesten an Tibet grenzenden chinesischen Provinz Yunnan, Anfang des 20. Jahrhunderts die ersten Rebberge angelegt. Neu belebt wurde der Weinbau in den 1980er-Jahren durch die chinesischen Behörden. Diese Weinberge liegen zwar auf 2000 bis 2500 Metern über Meer, doch im Gegensatz zu anderen chinesischen Weinregionen ist es hier nicht nötig, den unteren Bereich der Rebstöcke nach der Lese als Frostschutz mit Erde zu bedecken. Hier herrscht ein Monsunklima mit trockenen Wintern, in denen es aber kalt werden kann – und manchmal etwas Schnee fällt. Genau diese Gegend hat sich der Konzern LVMH (Louis Vuitton, Moët, Hennessy) ausgesucht, um hier den teuersten Exportwein Chinas zu produzieren.

Wein als Prestigegegenstand

China, der siebtgrößte Weinproduzent der Welt, keltert zwar schon horrend teure Tropfen, doch nur fürs Inland, wo teurer Wein als Prestigegegenstand beliebt ist. Die französische Gruppe LVMH brachte letztes Jahr den ersten Jahrgang des Ao Yun (2013) auf den Markt: Preisempfehlung 300 Euro. Drei Viertel der 24000 Flaschen wurden ausserhalb Chinas abgesetzt. «Für Chinesen ist die internationale Anerkennung für ein chinesisches Produkt das beste Verkaufsargument. Die Zukunft unseres Weins wird sich in den nächsten fünf bis zehn Jahren entscheiden», sagt der französische Önologe Maxence Dulou, während er seinen SUV über die kurvige Strasse von Shangri-La nach Adong steuert. Vier Stunden dauert die Fahrt, trotz eines Tunnels, der ihm die Strecke über einen 4000 Meter hohen Pass erspart. Seit fünf Jahren lebt und arbeitet der 42-jährige Franzose für LVMH in Shangri-La, der «touristischen Hauptstadt» in der tibetischen autonomen Präfektur Diqing. Zuvor war er in Bordeaux, wo er auch studiert hat, für mehrere Châteaux tätig, bis er nach Chile zog.

Als technischer Direktor der Domaine kümmert sich Dulou um rund 30 Hektaren, die sich auf vier Dörfer (Xidang, Sinong, Shuori, Adong) verteilen. Als die Weinberge gepflanzt wurden, hatten die Tibetisch sprechenden Bauern keine Ahnung von Rebbau. LVMH kam erst 20 Jahre später in die Gegend. Der internationale Luxusgüterkonzern musste mit dem Cabernet Sauvignon auskommen, der zusammen mit etwas Cabernet franc, ohne Veredelungsträger auf unterschied-

lichen Böden wuchs. Die Rebstöcke sind tief verwurzelt, ganz anders als auf den Sand- und Lehmböden anderer chinesischer Weinberge. Bewässert wird über ein altes Kanalsystem, das für jede Parzelle einzeln gesteuert werden muss.

Derzeit experimentiert er mit Merlot und Syrah, die 2015 gepflanzt, aber noch nicht gekeltert wurden. Sogar etwas Chardonnay ist dabei. Geplant sind 100000 Flaschen. Von den Jahrgängen 2014, der jetzt verkauft wird, und 2015 wurden 35000 Flaschen eines einzigen Weins abgefüllt, doch ein zweiter soll dazukommen. Der Keller liegt in Adong, dem am weitesten von Shangri-La entfernten Rebdorf, auf 2400 Meter Höhe. Ein riesiger Lehmstampfbau mit dicken Mauern. Doch es gibt statische Probleme, denn die Gegend ist erdbebengefährdet. Es scheint deshalb sinnvoll, einen Teil der Produktion in die Nähe von Shangri-La zu verlegen, wo auch Önotourismus möglich wäre. Das Weingut beschäftigt 25 Vollzeitangestellte und 300 Bauern. Die Familien, die sich jeweils um eine Parzelle kümmern, erhalten pro Kilo Trauben 6 Yuan (90 Rappen).

Der Weinbau bleibt auf dieser Höhe eine Lotterie, selbst wenn die erhöhte UV-Strahlung die im Schatten der hohen Berge beschränkte Sonnenscheindauer ausgleicht. Die lange Reifezeit ist ein Vorteil. Die Traubenbeeren sind klein, dickhäutig und entwickeln starke Aromen. Sie werden in Stahlfässern vergoren, kommen für die malolaktische Gärung in Tonkrüge und dann in Barriques. Das ergibt einen tiefroten Wein von 15 Volumenprozent. «Dieser Alkoholgehalt verdankt sich der vollen Reife der Trauben, ohne ihn würde die Säure fehlen: Das ist für dieses Gebiet typisch.» Der Wein sei eine Verbindung aus «der Sanftheit eines kalifornischen Cabernet Sauvignon und der Frische eines Bordeaux». ☉

Ein Wein von steigender Qualität

Ich hatte die Gelegenheit, die vier Jahrgänge des Ao Yun vor Ort zu kosten. Der 2013er ist reichhaltig und vollmundig. Der 2014er ist ebenso sanft im Auftakt, wirkt aber mächtiger, mit reifen Tanninen und einem salzigen Abgang auf Noten von Meeralgeln und von fermentiertem Schwarztee, einer anderen Spezialität in Yunnan. Beim Jahrgang 2015 sind Reste von Holz, die reiche Struktur sowie fruchtige Noten von reifer schwarzer Kirsche sehr ausgewogen. Von Dorf zu Dorf aus dem Barrique gekostet, zeigt sich beim 2016er, dass es in den vier Orten in einem Umkreis von 50 Kilometern je nach Höhe und Sonnenlage Unterschiede gibt: Xidang ist frisch und sauer, Sinong fruchtiger, Shuori hat reifere Aromen, gemildert durch eine schöne Säure, und Adong ist rauchig mit strengen Tanninen. Vom Fass zum Glas dauert es noch, der 2016er kommt erst in drei Jahren ins Angebot. Der Ao Yun 2014 ist nun in der Schweiz erhältlich (bei Globus, 299 Franken pro Flasche).



BORN TO DARE

Sie ist nicht nur eine der schillerndsten Persönlichkeiten ihrer Generation – sie ist ein lebendes Kunstwerk. Ob als Sängerin, Komponistin, Schauspielerin oder Stilikone, ihr Charisma ist unvergleichlich. Doch einzigartig zu sein, war nie ihr Ziel. Es liegt in ihrer Art. Das Leben mancher Menschen wird von Kompromissen bestimmt. Andere sind bereit, ein Leben lang etwas zu wagen.

#BornToDare

BLACK BAY



LADY GAGA



TUDOR



Model und Schauspielerin Cristina Ferrare posiert in einem Pyjama von Luis Estévez für die «Vogue» (1974).

Treuer Begleiter

OB IN DER NACHT ODER AM TAG: DER PYJAMA SORGT IMMER FÜR BEQUEMLICHKEIT UND HAT DURCHAUS AUCH GLAMOUR-FAKTOR.

TEXT ALEXIA NICHELE

MANCHE schlüpfen in ihn, sobald sie nach Hause kommen. Er gilt als Symbol für schlaflose Teenagernächte oder steht für die lässigen Stunden des Faulenzens. Doch der Pyjama kann auch anders: Getragen von Stars und Sternchen, machte er in letzter Zeit auch auf dem roten Teppich eine gute Figur. Etwa um 1870 wurde das «Beinkleid», auf Persisch «pay-jameh» genannt, von Briten aus den indischen Kolonien nach Europa gebracht und in einer westlichen Version, einer Kombination aus weiter Hose und einer Jacke mit Reverskragen, auf den Markt gebracht. Dieses praktische Modell des Schlafanzugs verdrängte rasch die althergebrachten Nachthemden aus rauem Tuch. Brav, aber zweckmässig war seine Funktion bis zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Dann wurde der Pyjama plötzlich nicht nur von Männern getragen, sondern auch von Suffragetten

zweckentfremdet. Dies besonders gerne tagsüber in der Sommerfrische am Meer. Dieser Akt war durchaus mit einem gewissen Risiko verbunden: Denn als Frau Hosen zu tragen, auch wenn es nur jene eines Pyjamas waren, galt als nicht schicklich. Doch der ketzerische Verstoß gegen den damaligen Dresscode setzte einen Trend, der bis heute anhält: Der Damenpyjama ist ein Grenzgänger zwischen privatem und öffentlichem Raum, zwischen Tag und Nacht geworden.

In den 1920er-Jahren, als Sonnenbäder immer beliebter wurden, tauchten die ersten Strandpyjamas auf. In Venedig wurde am Lido dieses Dolce Vita angepriesen. «Man verbringt den Tag im Badeanzug, Morgenmantel oder Pyjama, ohne dabei auf die raffiniertesten Attribute der Eleganz und Korrektheit zu verzichten», heisst es auf einem Plakat von 1927. Gerade oder weit geschnittene Hosen aus Jersey oder Leinen wurden mit einer kurzärmeligen Bluse kombiniert. Ideal, um bei der drückenden Hitze nicht zu viel Haut zu zeigen. Zum Cocktail oder Tanzen



DIE ANFÄNGE DES KLASSIKERS

1911 Der Prinz von Mysore (heute Karnataka, im Südwesten Indiens gelegen) trägt einen edlen «Pajama»: Ein traditionelles Kleidungsstück, das dem westlichen Pyjama als Vorbild diente.

1927 Dieses Plakat aus den 1920er-Jahren bewirbt das Tragen des Pyjamas – Zeichen des Jetset – am Lido von Venedig.

Der Pyjama: Gegenpunkt zum einengenden Korsett

täuschte die Weite der Hosen ein Kleid vor, dessen Gewagtheit nur bei gewissen Schritten aufblitzte. In Frankreich war es Coco Chanel, die den Tagespyjama propagierte, als zukunftsweisendes Stück der weiblichen Garderobe, das den Gegenpunkt zu den einengenden Korsetts setzte. Für das Magazin «Vogue» posierte die rebellische Modeschöpferin in einem weissen Stück aus fließender Seide, dies als klares Statement gegen herrschende Konventionen und Engstirnigkeit. Chancels einziges Gebot: Die Lässigkeit durfte nie auf Kosten der Eleganz gehen.

Der Trend zum weiblichen Tagespyjama eroberte die Côte d'Azur so auffallend rasant, dass der Journalist Robert de Beauplan für den Badeort Juan-les-Pins den Ausdruck «Pyjamapolis» prägte. 1931 schrieb er im Magazin «L'Illustration»: «Der Pyjama verleiht der Frau einen ganz neuen Gang, freier, pfiffiger, wobei die Lässigkeit immer den guten Ton bewahrt.» Danach liess sich auch die Modewelt inspirieren. Der Couturier und Parfümeur Jean Patou besann sich auf die orientalische Herkunft des Zweiteilers und entwarf eine Kollektion aus luftigen Stoffen wie Satin, Seide und Crêpe. Bei den Motiven war alles erlaubt. Es herrschte eine Vielfalt von Tupfen, Streifen und floralen Mustern. In der Zwischenkriegszeit wurde der Pyjama so zum Inbegriff der unbeschwerten Zwanzigerjahre. Und was trugen die Damen nun zum Schlafen? Ein Nachthemd!

Ewiger Klassiker

Nach dem Zweiten Weltkrieg vertrieben die eng gegürtete Taille und das Aufkommen des sexy Bikinis den Tagespyjama von den Stränden. Erst 1960 wagte sich, für kurze Zeit, eine neue Version ans Tageslicht: Der sogenannte Palazzo, eine gerade geschnittene Hose mit passendem Oberteil. Die Kreation der Designerin Irène Galitzine wurde von glamourösen Stars wie Elizabeth Taylor, Jackie Kennedy und Audrey Hepburn getragen. In den 1960er-Jahren eroberte dann das sogenannte Babydoll die Betten, und immer mehr Frauen kleideten sich in Pyjamas, die in ihren Schnitten männlichen Modellen nachempfunden waren.

Sehr verspielt hingegen war der von Negligés inspirierte Lingerielook, der in den Kollektionen von Thierry Mugler, Jean-Paul Gaultier oder Vivienne Westwood auftauchte. 2013/14 liess Marc Jacobs seine Models beispielsweise in Satinhemdchen defilieren. Fashionistas haben diesen Stil in die Alltagsmode eingeführt; entweder nur als Details oder als kompletter Look. Models wie Gigi Hadid oder die Influencerin Olivia Palermo setzen auf edle Modelle. Und Rihanna paradierte bei einem ihrer öffentlichen Auftritte in einem Trägernachthemd. Nicht zu vergessen natürlich der rote Bademantel, den der kürzlich verstorbene «Playboy»-Gründer Hugh Hefner zu seinem alltagstauglichen Markenzeichen machte. Aber was uns hier im Westen gewagt und faszinierend scheint, ist andernorts alltäglich. In China wird der Pyjama gerne auch auf der Strasse getragen – auch wenn 2010 aufgrund der Weltausstellung ein Verbot dieser Sitte verhängt wurde.

Der Alltagspyjama, bestehend aus Hose und durchgeknöpfter Blusenjacke, hat momentan einen etwas schweren Stand. Doch einige Luxusmarken wie Sleepy Jones, Zimmerli oder Desmond and Dempsey versuchen ihn in einer aktuellen Version wiederzubeleben. Mit Modellen, die von modertüchtigen Frauen auch öffentlich getragen werden können. Für alle anderen bietet sich der kuschlige Zweiteiler als perfekte Begleitung in kühlen Nächten an. ☺



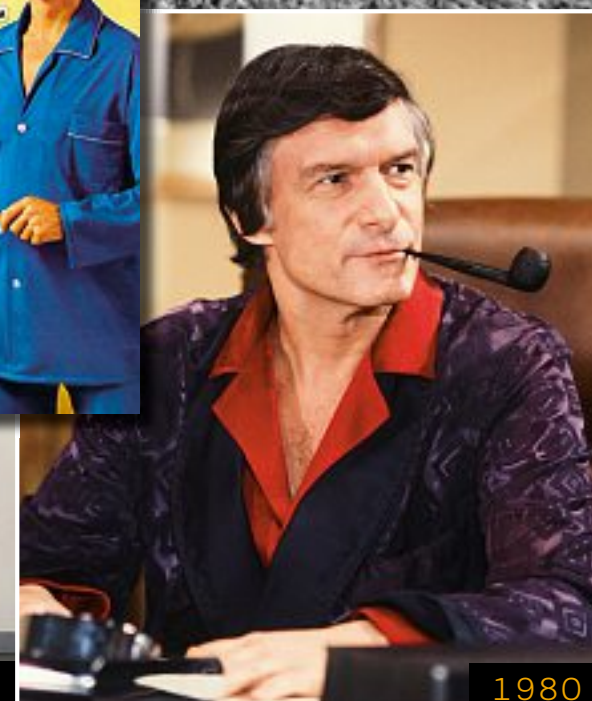
1935



1965



1970



1980



2013



2011

2017

MODERN

1935 Auch beim Golfen, hier in Lancashire, wurde das bequeme Kleidungsstück gerne getragen.

1965 Irène Galitzine war für ihre Kreationen bekannt, hier trägt ein Model ein Stück aus der Frühlingssammlung 1965.

1970 Eine Fotografie aus einem Katalog für Herrenmode.

1980 Der verstorbene «Playboy»-Gründer Hugh Hefner in der TV-Serie «Pink Lady». Er war bekannt für seinen Pyjamalook.

2011 Schauspieler Ryan Gosling bei den Internationalen Filmfestspielen von Cannes.

2013 Präsentation der Herbst/Winter-Kollektion 2013/14 von Marc Jacobs.

2017 Die britische Designerin Katie Eary zeigt in ihrer aktuellen Kollektion Pyjamas – passend mit dem Teddy. Doch die glamourösen Stücke funktionieren auch im Alltag.

Von der Bohne zum Goldstück

PIERRE MARCOLINI WAR DER ERSTE, DER SEINE SCHOKOLADE-KREATIONEN KOMPLETT SELBER HERSTELLTE. FÜR SEINE EXKLUSIVEN PRALINÉS IST DER BELGISCHE CHOCOLATIER WELTBERÜHMT.

TEXT RENATA LIBAL

AN DIESEM SONNIGEN Spätherbsttag sitzt Pierre Marcolini auf einem Barhocker auf der Terrasse des Hotel Scribe in Paris und isst ein Club-Sandwich. Er liebt es, das rege Treiben auf den Strassen zu beobachten. Ganz in der Nähe stehen zahlreiche Jugendliche auf dem Trottoir. «Für einen kurzen Moment dachte ich, sie seien meinetwegen da, um die Liebe zu meiner Schokolade zu feiern», scherzt der Belgier. Und obwohl sich eine seiner Boutiquen tatsächlich ganz in der Nähe befindet, sind die Teenies nicht seinetwegen da. Sie warten auf ihr Idol, den britischen Sänger Harry Styles, der in ein paar Stunden im Olympia ein Konzert geben wird. Dabei hätte es Marcolini tatsächlich verdient, für seine süssen und innovativen Kreationen im grossen Stil gefeiert zu werden: Seit er seine Chocolaterie 1995 in Brüssel eröffnet hat, hat er sich mit seinen ungewöhnlichen Kreationen, die oft saisonal variieren, weltweit einen Namen gemacht. Seine Neuheiten bringt er als eine Art Kollektionen auf den Markt: hübsch verpackt, gelten die Süssigkeiten als wahrhaftige Luxusobjekte. Heute hat der Belgier weltweit vierzig Boutiquen – viele davon in Japan – und beschäftigt 400 Mitarbeiter.

In der Schweiz muss man niemandem erklären, welche Bedeutung Schokolade in der Kulinarik zukommt. Auch hierzulande gibt es neben den grossen bekannten Marken viele Chocolaterien, die dem Handwerk huldigen: Tristan Carbonatto in Bougy-Villars, Paganel in Genf, Jubin im Jura, Fabian Rimann in Wettingen oder Max Chocolatier in Luzern. Doch Pierre Marcolini hat es geschafft, ein ganzes Universum rund um seine Kreationen zu erschaffen und ihnen eine individuelle Handschrift zu verpassen, die man sofort wiedererkennt. Vor ihm hat das kein anderer Chocolatier versucht, geschweige denn geschafft. Und so erstaunt es auch nicht, dass der 53-jährige Belgier 2016 im berühmten französischen Lexikon «Larousse» aufgenommen wurde.

Wie soll man Sie bezeichnen: Als Maître-Chocolatier, kulinarischen Artistic Director oder Marketing-Profi?

Ich würde sagen, schlicht Chocolatier. Das Wort «Maître» suggeriert, dass man schon alles weiss und nichts Neues mehr lernen muss. Das wäre eine Qual für mich! Ich will mich stetig weiterentwickeln. Es ist mir auch wichtig, mein Wissen an junge und wagemutige Konditoren weiterzugeben. Deshalb habe ich entschieden, zum vierten Mal in Folge an der Fernsehsendung «Wer wird der nächste grosse Konditor?» von France 2 teilzunehmen. Jedes Mal, wenn ich

einem jungen Konditor oder einer jungen Konditorin eine neue Aufgabe stelle, freue ich mich sehr darauf, von ihnen beeindruckt zu werden. Meine Berufung ist es, durch die Schokolade Emotionen zu vermitteln. Jeder Bissen soll einen reisen, lieben und träumen lassen.

Indem Ihre Marke Ihren Namen trägt, stehen aber auch Sie selber im Mittelpunkt.

Das ist mein Wunsch: eine wiedererkennbare Schokolade herzustellen, die von meiner Passion zeugt und für meine Entdeckungen steht. Ich denke dabei an Weingestationen, wo Kenner nach einem Schluck den Wein eindeutig einem Weingut oder Winzer zuordnen können. Ich wünsche mir, dass die Konsumenten auch gegenüber der Schokolade eine solche Sensibilisierung entwickeln. Wein und Schokolade sind vergleichbar: Bei beiden spielt der Boden, auf dem der Rohstoff wächst, eine wichtige Rolle. So wie auch die Art, wie das Produkt verarbeitet wird. Man sollte vor allem auch aufhören, zwischen Schweizer oder belgischer Schokolade zu unterscheiden.

Trotzdem gibt es da ja Unterschiede: etwa die Art der Fabrikation oder die Qualität der Milch.

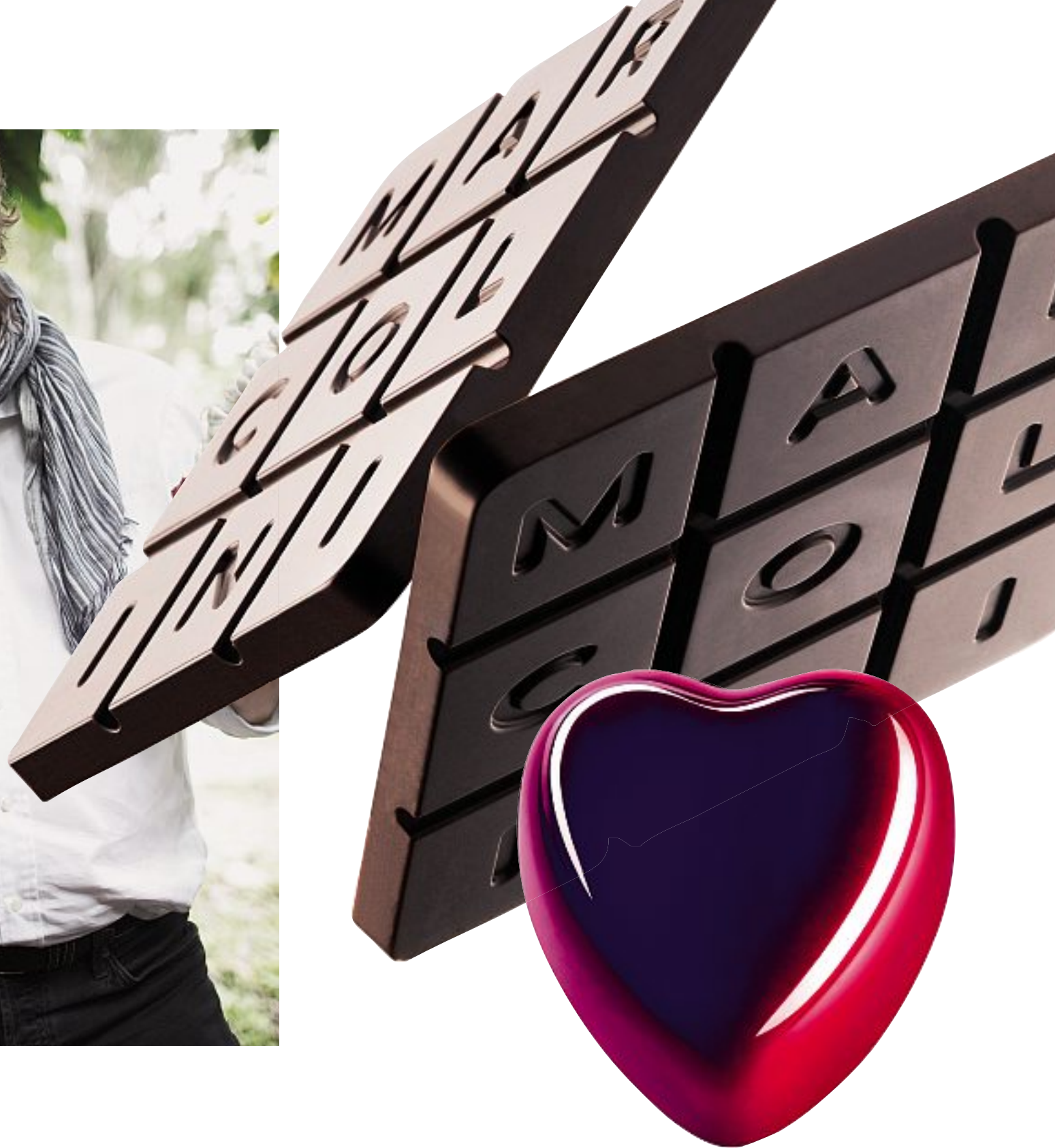
Was die Milch angeht, gebe ich Ihnen recht. Ich finde es schön, wenn ein Chocolatier genau beschreiben kann, welchen Geschmack die Milch in seiner Schokolade hat. Doch Fakt ist, dass die unterschiedlichen Hersteller zu Beginn des 20. Jahrhunderts technologische Durchbrüche erzielten: Cailler hat es beispielsweise geschafft, mit einem Milchpulver zu arbeiten, das eine Caramel-Note besass. Und die Belgier haben herausgefunden, dass, wenn man weniger als 25 Mikrometer Kakao zermahlt, die dunkle Schokolade cremiger wird. Heute sind all diese Geheimnisse bekannt. Ich bin 53 und gehöre einer Generation an, die diese Rezepte gestohlen haben. In der Küche haben wir alle versucht, ins Rezeptbuch des Chefs zu schieben, um seines Tricks zu kennen. So haben wir untereinander die Rezepte der verschiedenen Betriebe ausgetauscht. Heute habe ich mit meinem Smartphone Zugang zu allen Rezepten der Welt. Es ist nicht das Rezept, das den Chef ausmacht, sondern das Gegenteil. Die persönliche Handschrift ist das Geheimnis.

Sie reisen aber auch viel und können dadurch nicht immer im Atelier sein.

Mir kommt immer dieser tolle Satz vom französischen Koch Paul Bocuse in den Sinn, der bei einem Interview in New York von einer Journalistin gefragt wurde, wer jetzt kochen würde, während er mit ihr spreche. «Die gleiche Person, die auch kocht, wenn ich in Lyon bin, Madame: Mein Küchenchef.» Meine rechte Hand heisst



Hat ein Flair für
Schokolade und das
Geschäft: Chocolatier
Pierre Marcolini.



LECKEREIEN

Oben: Pierre Marcolini riecht an einer Kakaoschote. Im Bild ist er auf der Plantage Fazenda Sao Pedro in der Nähe von Bahia in Brasilien zu sehen.

Die Schokoladetafeln sind mit den Initialen des Firmengründers versehen, jede vereint andere Aromen.

Praliné in Herzform: Das mit Himbeer-Ganache gefüllte, dunkle Praliné ist einer der Bestseller des Hauses.

Rechte Seite: Die Kreationen für Weihnachten sind vom Mond inspiriert und eine Hommage an die Erzählung «Der kleine Prinz».

Laurent Soenen. Er sagt immer, mit meinen Träumen würden seine Albträume beginnen. (*lacht*) Wir verbringen viel Zeit zusammen im Atelier, wenn wir an neuen Kreationen arbeiten. Aber natürlich stelle ich nicht jedes unserer Pralinés alleine her. Ich habe die Rolle eines Art Directors: Ich gebe Impulse und gebe die Philosophie weiter, nach der unsere 80 Handwerker in Brüssel arbeiten.

Kommen wir zurück zur globalen Vereinheitlichung der Schokolade. Seit den 1960er-Jahren werden Pralinés aus der gleichen industriellen Kuvertüre hergestellt. Handwerkliches Savoir-faire scheint in diesem Bereich fast unsichtbar.

Ja, genau. Deshalb ist für mich ein echter Chocolatier einer, der gegen den Strom schwimmt. Der seine Kakaobohnen auswählt, röstet und sie weiterverarbeitet. Also den ganzen Prozess selber in die Hand nimmt. In einer Region, die bekannt für die Schokoladentradition ist, ist es schwierig, von der Norm abzuweichen. Man hat nicht den nötigen Abstand, um zu sehen, wie man es anders angehen könnte. Bei meinen Kreationen ist es mir wichtig, dass die Menschen wissen, dass sie mit Ehrlichkeit gemacht wurden, dass sie Teil von mir sind und deshalb meinen Namen tragen.

Sie sind ein Verfechter des sogenannten «Bean to Bar», wo der Produzent von der Auswahl der Kakaobohnen bis zur endgültigen Weiterverarbeitung alles selber macht.

Ja, 2000 habe ich meine erste Röstmaschine made in Switzerland gekauft und sie in meinem 30-m²-Atelier untergebracht. Ich habe begonnen, Produzenten auf ihren Plantagen zu besuchen, um den Geschmack von Kakaobohnen, die in kleinen Mengen hergestellt werden, zu probieren. Ich musste mir das ganze Savoir-faire selber beibringen. Der Herstellungsprozess, der meinen Ansprüchen genügen musste, kostete dreimal mehr als die herkömmliche Verarbeitung. Heute haben wir eine Produktionsfläche von 4500 m². Mir ist es wichtig, das wir auch über den Anbau von Kakao Bescheid wissen, wenn wir schon Schokolade produzieren. Wir arbeiten mit vierzehn Produzenten aus Vietnam, Peru, Madagaskar oder Brasilien. Das ist ein enormer Mehrwert, weil jede Ernte einen anderen Geschmack aufweist. Ist jeweils eine neue Kreation fertig, sende ich sie immer an den Kakaoproduzenten. Sie haben meist noch nie Schokolade aus ihren Bohnen probiert. Es ist schön, diesen Kreis mit unseren Kreationen zu schliessen.

Sind die Kunden überhaupt bereit für diese Geschmacksvielfalt?

Langsam ist eine Sensibilisierung spürbar. Wenn ich in Belgien Konferenzen veranstalte, sitzen oft um die 500 Menschen vor mir, die aus einem Land kommen, das für seine Schokoladenkultur bekannt ist. Ich frage sie jeweils, ob sie Schokolade mögen und sich damit auskennen. Die Antwort ist fast immer Ja. Oft werden bekannte

Wir müssen alles über den Anbau von Kakao wissen, wenn wir Schokolade herstellen

Marken wie Victoria erwähnt. In der Schweiz würde das Publikum wahrscheinlich die Branchli von Cailler nennen. Aber hierbei handelt es sich um industriell gefertigte Produkte. Wenn ich hingegen von Criollo, Forastera oder Trinitario spreche, hat das Publikum das Gefühl, es handle sich um Fussballclubs aus Lateinamerika. Dabei kommen gerade von hier die vielfältigsten Kakaobohnen.

Die Menschen sind sich der Bedeutung von lokalem Gemüse und regionalen Früchten mittlerweile bewusst. Wieso dauert das hinsichtlich der Schokolade so lange?

Weil in Ländern, die eine Schokoladentradition haben, wie die Schweiz oder Belgien, die Ansicht «das haben wir schon immer so gemacht» sehr stark verankert ist. Es braucht einen anderen Blickwinkel. Vielleicht brauchte es im Fall von Belgien einen Sohn von italienischen Immigranten, dessen Mutter sich für ihn eine Karriere als Arzt oder Anwalt wünschte.

Doch heute sind Ihre Eltern bestimmt stolz?

Mein Vater hat sich aus dem Staub gemacht, bevor ich geboren wurde. Als ich mich mit 14 Jahren für einen manuellen Beruf entschied, dachte meine Mutter, ich würde den einfachsten Weg wählen. Konditor zu werden, bedeutete damals, dass man sonst nichts konnte. Aber als sie gesehen hat, dass ich am Ende meiner Ausbildung gleich drei Auszeichnungen bekommen habe, wurde sie sehr emotional. Sie hat gesehen, mit wie viel Leidenschaft ich meinem Beruf nachging. Für heutige Generationen ist das nicht mehr ganz so schwierig, es gibt ja mittlerweile sogar Fernsehsendungen, die kulinarische Berufe ins Zentrum stellen und zeigen, wie kreativ diese Tätigkeiten sind.

Mit Ihrem Ansatz haben Sie Schule gemacht.

Ja, neue Talente widmen sich auch dem «Bean to Bar»-Prinzip. Ich denke da zum Beispiel an Nicolas Bergers beeindruckende Arbeit als Röster bei Ducasse oder den Chocolatier Jean-Philippe Darcis in Verviers. Oder die Stars der amerikanischen Schokoladenbranche,

die New Yorker Mast Brothers. Im Grunde ist es nicht so schwer: Mit einem Smartphone kann man jede Plantage ausfindig machen und mit den Produzenten Kontakt aufnehmen. Die entsprechenden Geräte kann man günstig aus zweiter Hand finden. Innerhalb von drei Jahren, bei einer Produktion von 4 Tonnen pro Jahr, arbeitet man rentabel und nicht mehr industriell. Oft liegen Traum und Realität nahe beieinander, es braucht nur etwas: Mut.

Ihr neues Buch «Chocolat - Carnet de Voyages» dokumentiert Ihre persönliche Entdeckungsreise. Anhand von Rezepten zeigen Sie, wo die Schokolade ihren Ursprung hat.

Ich wollte damit die lokalen, kulinarischen Traditionen unter dem Blickwinkel der Schokolade wieder aufleben lassen und die Produzenten vorstellen, die uns die wertvollen Rohstoffe dafür liefern. Ich bin das Buch mit meinem Savoir-faire in Bezug auf Schokolade und gleichzeitig mit meinem Blick als Ausländer angegangen. So konnte ich zum Beispiel eine Sansho-Ganache entwickeln. Diesen gleichnamigen Pfeffer verwenden die Japaner, um den Unagi, den geräucherten Aal, zu würzen.

Waren Sie schon immer ein Süßigkeitenfan?

Ja, als ich klein war, habe ich mein Spielzeug gegen Kuchenstücke getauscht. Und noch heute bestelle ich mir im Restaurant gleich drei Desserts: Als Vor-, Haupt- und Nachspeise. (*lacht*) Und wehe, die Speisen werden als Degustationsportionen serviert! Ich mag übrigens auch Wein und Zigarren, die wie auch Schokolade komplexe Geschmacksnuancen bieten.

Wo fühlen Sie sich zu Hause?

In Brüssel, wo meine Frau und meine 2-jährige Tochter Jade, die ich leider viel zu selten sehe, leben. Mein Sohn Sacha lebt in New York und arbeitet als Anwalt. In bin ein echter Stadtmensch: Ich brauche die Hektik der Strassen. Brüssel ist vor allem auch wegen seines internationalen Flairs so toll. Trotzdem hat die Stadt etwas Familiäres: Die Menschen sprechen miteinander und pflegen Beziehungen.

Welche Spezialität bieten Sie diese Weihnachten?

Im Mittelpunkt steht der Mond. Die Kreationen sind eine Hommage an «Der kleine Prinz» von Antoine de Saint-Exupéry. Die Pralinés bestehen aus Zutaten der Schwarzwäldertorte: ein schmelzendes Herz aus Sauerkirschen, eine Mousse au Chocolat aus Kamerun und Ecuador und ein knuspriges Schokolade-Biskuit mit Mandeln. Die leichte Tannen- und Champignon-Note sollen den Schwarzwald darstellen. ☺



ANZEIGE

**Weihnachten
ohne IKEA.**

**Weihnachten
mit IKEA.**

**IKEA FAMILY
Mitglieder-Angebot**

**10%
extra für dich**

Vom 27.11. bis zum 24.12.2017 erhältst du beim Kauf einer IKEA Geschenkkarte 10% des Wertes in Form eines IKEA Gutscheins.*

 **Für alle das passende Geschenk:
Jetzt in deinem IKEA Einrichtungshaus und auf IKEA.ch**

*Nur gültig in den IKEA Einrichtungshäusern der Schweiz bei einem Einkauf mit der IKEA FAMILY Karte vom 27.11. bis 24.12.2017. Übergabe der 10% als IKEA Gutschein (Aktionskarte) mit Gültigkeit bis 31.3.2018 in allen IKEA Einrichtungshäusern der Schweiz inkl. IKEA Geschenkkarten, Serviceleistungen, auf IKEA.ch sowie im IKEA Pop-up oder für Kreditkartenrechnungen. Bei Verlust oder Diebstahl kein Ersatz. Keine Barauszahlung. Es gelten die auf IKEA.ch publizierten AGB IKEA AG.





Über den Tellerrand hinaus

LUXURIÖSE FASHIONBRANDS KLEIDEN UNS JETZT NICHT MEHR NUR FÜR DAS DINER EIN, SONDERN SCHMÜCKEN MIT IHREN DEKOR-KOLLEKTIONEN AUCH DIE FESTTAGSTAFEL.

TEXT CLAUDIA SCHMID

OB FOODBLOGS, DAS SELBERKOCHEN und der damit verbundenen Suche nach dem perfekten Produkt auf dem regionalen Markt – das Thema Essen ist einer der Mega-Trends der letzten Jahre. Das zeigt sich auch bei der Tischausstattung. In Frankreich zumindest ist der Verkauf von Geschirr erstmals seit Jahren gestiegen. Teller, Tassen und Schüsseln werden nicht mehr als notwendiges Übel angesehen, die man sich für den Einzug in die erste Wohnung oder zur Hochzeit schenken lässt, sondern immer mehr als modische Wohnaccessoires, die man wie Kissen nach Lust und Laune austauschen darf. «Tabling» nennt man die Kunst dieser gepflegten Tischausstattung. Da passt es, dass die Auswahl an Geschirrkollektionen so gross, bunt und abwechslungsreich ist wie noch nie. Schliesslich betreiben selbst H&M und Zara mit ihren neueren «Home»-Läden erfolgreich Orte, an denen man sich mit neuer Porzellanware eindecken kann. Dazu steigen immer mehr Modefirmen aus dem Premium-Bereich ins «Tableware»-Business ein – mit edlem PorzellanGeschirr für das familiäre Festmahl, das von traditionsreichen Porzellanfirmen hergestellt wird und dementsprechend teuer ist.

Versace – soeben ist eine neue Kollektion mit den typisch opulenten Barockmustern auf den Markt gekommen – kooperiert dafür mit der deutschen Firma Rosenthal; Missoni setzt bei der Produktion seiner Teller auf Richard Ginori, die traditionsreiche Florentiner Geschirromanufaktur. Ebenfalls Geschirrkompentenz beweisen Hermès, Armani und selbst die Jeans-Marke Diesel. In der Designszene gefeiert und mittlerweile ein Statement-Objekt in schicken New Yorker Haushalten ist die «Lettuce»-Kollektion von Tory Burch. Die amerikanische Modedesignerin brachte vor zwei Jahren mit der amerikanischen Keramikerin Dodie Thayer grünes Geschirr heraus – Tassen oder Teller in der Form von Kopfsalatblättern. Auch Alessandro Michele, Chefdesigner von Gucci, will sicherstellen, dass seine Kunden «seine» Fashionmarke nach Hause nehmen können. Diesen Sommer lancierte er die erste Gucci-Décor-Kollektion. Zu dieser gehören Kissen, Porzellandöschen oder Serviertabletts mit Tiger- und Augenprints, die man auch schon auf seinen Kleidern gesehen hat.

Was alle Geschirrkollektionen verbindet: Sie sind Teil eines wachsenden Angebots von Wohnaccessoires, die Modefirmen lancieren. Wer Leute anzieht, kann schliesslich auch Räume einkleiden. Und ist erst mal ein Muster für ein Kleid entworfen, kann es auch in Form eines Sofas oder eines Tellers weiterleben. ☉

Im Uhrzeigersinn
Dessertteller mit Schneeflocken, **Zara Home**. Brotteller aus Porzellan Tie-Set, **Hermès**. Salatteller aus der Lettuce-Kollektion, Dodie Thayer für **Tory Burch**. Teller im Barockstil, **Versace**. Suppenteller, **Missoni Home**. Metalltablett mit Augenmotiv, **Gucci**. Teller Oiva Pakkanen, **Marimekko**. Linie Cosmic Diner, Mondteller, **Diesel**. Teller mit Reliefmuster, **H&M Home**.



GLOBUS

WEIHNACHTEN WIE IM GRAND HOTEL GLOBUS

Willkommen im schillernden Universum der legendären Grand Hôtels. Das «GRAND HOTEL GLOBUS» entführt Sie in eine Welt voller Überraschungen, Magie und Noblesse. Für die Feiertage hat sich unsere ★★★delicatessa so richtig herausgeputzt und erstrahlt in festlichem Glanz. Sie finden bei uns klassische Weihnachtsspezialitäten wie Kaviar, vegetarische Foie gras oder alles, was es für ein nicht alltägliches Fondue-chinoise-Vergnügen braucht. Unsere edlen Produkte bereichern nicht nur jede Tafel, sie eignen sich auch ideal zum Verschenken. Lassen Sie sich inspirieren und treten Sie ein in unser zauberhaftes Grand Hôtel für Geniesser.

Mit edlem Wagyu-Rindfleisch, Miso-Sud und nach Belieben mit Algen zubereitet, erfährt das Fondue chinoise eine gelungene Neuinterpretation: Den Miso-Sud fürs Shabu-shabu können Sie im Handumdrehen mit Miso Instant oder Misopaste herstellen. Besonders hochkarätig wird das japanische Gericht, wenn Sie dafür hauchdünn geschnittenes Wagyu-Beef verwenden. Um das Festtagsgericht kulinarisch abzurunden, haben wir eigens fürs Shabu-shabu-Vergnügen spezielle Saucen entwickelt.



★★★Saucen, diverse Sorten, z.B. Karibik-Sauce, 150g 5.40 Lady-Look-Sauce, 150g 5.40



VALLE DULCIS
Saucen, diverse Sorten im Glas, z.B. Hot Curry, 150g 11.90 Barbecue, 150g 11.90 Salsa Verde, 150g 11.90



HIKARI
Misopaste, 375g 7.90

Fleisch vom Schweizer Wagyu-Rind, z.B. Entrecôte zum Tagespreis Rindsfilet zum Tagespreis



GROSSE MOMENTE



Ein grosses Fest verlangt nach einem ebenbürtigen Tropfen.
Wir bieten Ihnen in unserer ★★★delicatessa eine grosse Auswahl an Weinen und Schaumweinen, vom hochkarätigen Klassiker über die überraschende Neuentdeckung bis zur raren und begehrten önologischen Trouvaille. Ob Champagner, Crémant, Sekt oder Prosecco. Ob Rotwein, Weisswein oder Rosé – wählen Sie bei uns den perfekten Begleiter für Ihren festlichen Anlass.

- PERRIER-JOUËT**
Belle Époque, Champagne,
Frankreich 2008, 75 cl **189.–**
- RUINART**
Blanc de Blancs, Champagne,
Frankreich, 75 cl **89.90**
- BOLLINGER**
Bollinger Rosé Special Edition,
Champagne, Frankreich 2006, 75 cl **99.–**
- POL ROGER**
Brut Réserve, Champagne,
Frankreich, 75 cl **47.90**
- GOSSET**
Grande Réserve, Champagne,
Frankreich, 75 cl **59.90**
- CHARLES HEIDSIECK**
Brut Réserve, Champagne,
Frankreich, 75 cl **59.90**
- BOLLINGER**
Rosé Brut, Champagne,
Frankreich, 75 cl **89.90**
- LAURENT-PERRIER**
Cuvée Rosé Special Edition,
Champagne, Frankreich, 75 cl **99.–**
- DOM PÉRIGNON**
Rosé Limited Edition
by Tokujin Yoshioka, Champagne,
Frankreich 2005, 75 cl **399.–**
- DOM PÉRIGNON**
Limited Edition
by Tokujin Yoshioka, Champagne,
Frankreich 2009, 75 cl **199.–**

- TESSERON**
Cognac Lot N° 76 X.O Tradition,
Cognac, Frankreich, 70 cl **129.–**
- HENNESSY**
Cognac X.O, Cognac,
Frankreich, 70 cl **249.–**

- ZACAPA**
Rum XO Solera Gran
Reserva Especial,
Guatemala, 70 cl **149.–**
- TAYLOR'S**
325th Anniversary
Tawny Port,
Portugal, 75 cl **49.90**



MIT LIEBE GEBACKEN

Panettone hat seinen Ursprung in Italien und gehört wie Mailänderli, Zimtsterne oder Spitzbuben auch bei uns zu den unverzichtbaren Weihnachtsdelikatessen. Unsere Panettoni schmecken so köstlich, leicht und luftig, als wären Himmelsbäcker am Werk gewesen. Wir haben grosse und kleine Exemplare im Angebot, aber auch klassische und extravagante, verfeinert beispielsweise mit Prosecco, Gianduja- oder Kokosnusscrème.

Ob Panettone, Fleisch fürs Fondue chinoise oder eine unserer beliebten Spezialitäten im Teig: Ihre Vorbestellung für die Festtage nehmen wir gern über unseren Kundendienst entgegen.

Sie können uns Ihre Vorbestellungen natürlich auch telefonisch oder per Internet übermitteln. Und auf Wunsch stellen wir für Sie wunderschöne individuelle Geschenk-Arrangements zusammen – ein kulinarisches Präsent aus der ★★★delicatessa bereitet immer grosse Freude.

globus.ch

Unsere Panettone-Familie hat auch dieses Jahr Zuwachs erhalten. Die neuesten Kreationen sind mit einer zarten Kokosnuss- beziehungsweise Grappa-Crème verfeinert.



Die beliebten Sorten Artigianale und Zabaione gibt es jetzt auch in einer eleganten Dose mit rotem oder goldenem Schriftzug – ein ideales Geschenk für stilbewusste Naschkatzen.

★★★Panettone artigianale, in Dose, 1 kg 37.90



Wenn Sie jemandem eine besonders grosse Freude bereiten wollen: Der klassische Panettone artigianale in der hübschen Hutschachtel ist auch in einer Grösse von 10kg erhältlich.

★★★Panettone artigianale, 10kg 399.–

★★★Panettone,
diverse Sorten und Grössen,
z.B. Zabaione, 1kg 29.90
Artigianale, 100g 6.90
300g 9.90 1kg 29.90
3kg 85.– 5kg 149.– 10kg 399.–
Amarena, 1kg 29.90
Crema cioccolato bianco, 1kg 29.90
Senza canditi, 1kg 29.90
Crema gianduja, 1kg 29.90
Marron glacé de luxe, 1kg 39.90
Crema pistacchio, 1kg 29.90





Die neuen **Rockstars**

DER KLASSIKER UNTER DEN RINGEN HAT SICH WEITERENTWICKELT. NOCH NIE WAREN COCKTAILRINGE SO FANTASIEVOLL, KOSTBAR UND UNKONVENTIONELL WIE HEUTE.

TEXT SILVIA AESCHBACH

ALS CARTIER letztes Jahr die «Cactus de Cartier»-Linie lancierte, war schnell klar: Diese Kollektion ist für selbstbewusste Frauen, die sich gewohnt sind, dass sich die Blicke auf sie richten. Diese Cocktailringe haben wenig gemein mit den Klassikern, die alle exklusiven Schmuckhäuser in den letzten Jahren präsentierten und bei denen meistens ein Farbedelstein im Zentrum steht. Geschmückt wird er in seiner klassischen Form von einem grossen, zum Cabochon geschliffenen Edelstein. Ein Cabochon hat eine runde oder ovale Form, seine untere Seite ist eben, die obere konvex gerundet. So kommt das Schimmern des Steines besonders zur Geltung. Bei der «Cactus»-Linie ist das Design verspielter und fantasievoller. Und dies weist auch auf einen neuen Eklektizismus-Trend bei diesen Statement-Ringen hin: weg von Altbewährtem, hin zu fantasievollen und überraschenden Designs. Beim Ring «Cactus de Cartier» wurden beispielsweise Gelbgold, Smaragde, Karneole und Diamanten in einem dreidimensionalen Aufbau kombiniert.

Als eines der ersten Unternehmen hat Piaget bereits vor einigen Jahren bekannten Cocktails wie dem Caipirinha ein kleines Denkmal gesetzt: Die «Limelight Paradise»-Kollektion erinnert an laue Sommerabende am Strand. Die Cocktailringe bestehen aus Edelsteinen wie dem blauen Topas, dem gelben Citrin oder dem pinkfarbenen Turmalin. Dachte man früher an dieses Schmuckstück, verband man es mit einer älteren Dame, die ihre Ringe vor ihrem Ableben gerne ihrer Tochter oder Enkelin vermachte, die diese allerdings oft als zu dramatisch oder protzig empfand. Dies hat sich grundlegend geändert. Heute können diese Hingucker nicht aussergewöhnlich genug sein. Und so werden in der Haute Joaillerie von Häusern wie Chanel, Cartier, Chopard oder Bulgari immer fantasievollere und kostspieligere Preziosen produziert.

Seinen Ursprung hatte der Cocktailring in der Ära der amerikanischen Prohibition der 1920er-Jahre. In dieser Zeit war der öffentliche Alkoholenuss verboten, was dazu führte, dass viele illegale Partys, eben auch Cocktailpartys, organisiert wurden. Ein grosser sozialer Umbruch war im Gange, der vor allem auch die Frauen betraf, denen das Stimmrecht zugebilligt wurde. Auch in der Mode zeigte sich die neue Freiheit, Haare und Röcke wurden kürzer, heute spricht man von der sogenannten «Flapper Fashion». Die Frauen rauchten und tranken, und die glamourösen Art-déco-Ringe, die sie trugen, waren ein Sinnbild dieser neuen Ära. Die kostbarsten Ringe hatten ein ähnliches Design: Ein grosser Diamant oder ein anderer wertvoller Edelstein, etwa ein Smaragd oder ein Saphir, wurde von Diamanten im Pavé-Schliff umrundet. Viele Frauen trugen ihren Cocktailring prominent platziert am Zeigefinger der linken

Hand mit der Botschaft: «Seht her, ich trinke und stehe dazu!» Nun hielten die goldenen Zwanzigerjahre allerdings nicht, was sie versprochen – sie endeten in der Weltwirtschaftskrise. Und auch auffällige Ringe galten bald nicht mehr als Zeichen von Exzentrik und Ausgelassenheit, jetzt trugen reiche, alte Damen die Klunker.

Der Wandel

Heute sind einige der exklusivsten Cocktailringe von der Natur inspiriert. So lancierte Tiffany eine neue Kollektion – das sogenannte «Blue Book» mit dem Titel «The Art of the Wild». Diese kunstfertige Kollektion stellt die Wildnis, die gleichzeitig kraftvoll und ungezähmt ist und darüber hinaus auch über magische Heilkräfte verfügt, in den Mittelpunkt. Der Ring ist insofern spannend, da er zwei Tsavorite zeigt, ein Stein, den Tiffany & Co. in den 1970er-Jahren im Tsavonationalpark an der Grenze von Kenia und Tansania entdeckt und im Jahr 1974 offiziell eingeführt hat. «Jedes Jahr suchen wir nach neuen Möglichkeiten, um Schmuckkreationen zu entwerfen, die bislang unmöglich schienen», sagt Melvyn Kirtley, der leitende Gemmologe und Vizepräsident der Haute Joaillerie bei Tiffany in einem Interview mit «Harper's Bazaar». Damit beschreibt er das «Blue Book» sehr treffend. In der Kollektion «Miracle Berry» bezaubern besonders aussergewöhnliche Steine. Der Rubellit leuchtet im Cabochon-Schliff, der einen Cocktailring ziert wie eine himbeerfarbene Fackel. Melvyn Kirtley hat recht, wenn er sagt: «Wir überschreiten immer wieder die Möglichkeiten der Handwerkskunst.»

«Cocktailringe sind für uns absolut aktuell. Ihr fantasievolles Design stellt den Farbedelstein in den Fokus. Da diese Ringe voluminöser gestaltet sind, laden sie dazu ein, auch grössere Steine zu fassen», sagt auch Raphael Gübelin. Typisch für Gübelin Jewellery sind die sogenannte Big Three – Rubin, Saphir und Smaragd. Im Ring aus der Linie «Grace of the Sea Anemone» funkelt beispielsweise ein Aquamarin von über 6 Karat. «Unsere Designer haben sich von der faszinierenden Innenwelt eines Edelsteins zu dieser Linie inspirieren lassen», so Gübelin. «Organische Formen kennzeichnen den Schmuck, schmiegen sich um den Edelstein und erinnern an die eleganten Tentakel einer Seeanemone, die sanft im Wasser wogen.» Diese fließenden Bewegungen werden von 320 Pavé-gefassten Brillanten betont.

Cocktailringe sind und bleiben eine Investition. Legt man Wert auf echte Steine, geht das Preisspektrum von einigen Tausend Franken bis hin zu sechsstelligen Beträgen. Heute steht es der Trägerin auch frei, ob sie den opulenten Ring als Einzelstück tragen möchte oder in Kombination mit anderen Ringen. Hauptsache, sie tut dies mit Selbstbewusstsein. Denn, eben, die neuen Rockstars sind nichts für Mauerblümchen! ☺

VON OBEN

NACH UNTEN, ERSTES GLAS

Schwarzgold, Diamant und Mahenge-Spinell, **Lauren Adriana**. Ring Festa aus Roségold, Diamant, Smaragd, Saphir, Koralle und Chalcedon, **Bulgari**.

ZWEITES GLAS

Ring Sailor Suit aus Weissgold, Diamant und Saphir, **Chanel**. Ring Malham Rock aus Weissgold, Diamant und Aquamarin, **Boodles**. Ring aus Weissgold mit Saphir, **Graff**.

DRITTES GLAS

Roségold, Diamant, Smaragd, Rubin, Saphir, Paraiba Turmalin und Spessartin-Granat, **Dior**. Ring Space Station aus Weissgold, Diamant, Smaragd, Lack und Keramik, **Solange Azagury-Partridge**. Ring aus Weissgold, Diamant, Südseeperle und Turmalin, **Nadine Aysoy**.

VIERTES GLAS

Ring Rhapsodie Transatlantique aus Weissgold, Diamant und Padparadscha-Saphir, **Chaumet**. Roségold, Diamant und Quarz, **Boghossian**.



Goldstadt

DIE BESCHIEDENE DEUTSCHE KLEINSTADT PFORZHEIM IST DIE METROPOLE VON GLANZ UND GLITZER. IN DIESEM JAHR FEIERT DIE STADT EIN GANZ BESONDERES JUBILÄUM.

TEXT SILVIA AESCHBACH

EINEN HÜBSCHEN, kleinen Stadtpark gibt es, und an den drei Flüssen – Enz, Nagold und Würm –, die hier zusammenfliessen, laden Grünflächen zum beschaulichen Bummel.

Doch insgesamt macht Pforzheim einen nüchternen Eindruck. Die in Süddeutschland am Nordrand des Schwarzwalds zwischen Karlsruhe und Stuttgart gelegene Kleinstadt wird von zweckmässiger Nachkriegsarchitektur dominiert, eine Altstadt gibt es nicht. Denn 1945 wurde die Stadt bei einem Luftangriff durch 379 britische Bomben praktisch dem Erdboden gleichgemacht. Danach wurde die Stadt weitgehend neu gebaut.

Beim Rundgang durch den Ort ist kein Hauch von Glamour auszumachen. Dabei ist das die deutsche Metropole von Glanz und Glitzer, bekannt als Goldstadt. In diesem Ort mit rund 125 000 Einwohnern und in der Umgebung wird fast 80 Prozent des aus Deutschland exportierten Schmucks gefertigt. Von grösseren Manufakturen bis zu kleinen Goldschmiedeateliers gibt es zahlreiche Schmuckproduzenten, dazu mehrere Unternehmen, die Edelmetalle aufbereiten, Steine schleifen oder andere Teile für Schmuck und Uhren herstellen. Die international bekannteste Schmuckmarke aus Pforzheim ist Wellendorf, ein traditionsreiches Familienunternehmen. Die Firma August Gerstner, familiengeführt

in sechster Generation, gilt als älteste und grösste Trauringmanufaktur des Landes. Rund 11 000 Arbeitsplätze gibt es heute in der Schmuck- und Uhrenindustrie in und um Pforzheim. Es waren auch schon mehr: 1913 waren es rund 37 500, und vor dem Zweiten Weltkrieg zählte man immer noch 24 000 Beschäftigte.

Zeitreise

In diesem Jahr feiert Pforzheim «250 Jahre Goldstadt». Ein Schweizer war es, der 1767 den Grundstein zur Goldstadt legte: Der Westschweizer Uhrmacher Jean François Autran erhielt damals vom Markgrafen Karl Friedrich von Baden die Bewilligung für die Errichtung einer Uhrenfabrik in Pforzheim unter der Bedingung, dass er die Armen und Waisen der Stadt in seiner Fabrik beschäftigte. Bald wurden in der neuen Fabrik auch Schmuck und «feine Stahlwaren» gefertigt, und der Aufstieg zur Goldstadt begann. Auf das Jahr 1768 geht auch die Gründung der noch heute existierenden Goldschmiedeschule mit Uhrmacherschule Pforzheim zurück, die als älteste Berufsschule der Welt gilt. Die als «Zeichenschule» im Landeswaisenhaus gegründete Einrichtung sollte die aufblühende örtliche Schmuck- und Uhrenindustrie mit Nachwuchskräften versorgen. Und sie tut es bis heute. Know-how für die Branche kommt auch vom in den 1990ern gegründeten Schmucktechnologischen Institut an der Hochschule für Gestaltung, Wirtschaft und Technik in Pforzheim.

Weit über die Geschichte der lokalen Schmuckindustrie hinaus geht die Ausstellung im Schmuckmuseum Pforzheim. Es ist im Reuchlinhaus im Stadtpark, einem modernen, 1961 fertiggestellten Bau des bekannten Museumsarchitekten Manfred Lehbruck, untergebracht. Es ist weltweit das einzige Museum, das sich ausschliesslich mit Schmuck beschäftigt. Von einem 4500 Jahre alten, filigran aus Gold gefertigten Ohrgehänge aus Troja bis zum knallbunten Armreif aus Acryl und Polyester vom kürzlich 71-jährig verstorbenen Schmuckkünstler Peter Chang aus Glasgow, der als «Fabergé des 21. Jahrhunderts» gilt, reicht das Spektrum der einmaligen Sammlung dieses Museums. Nur einen kurzen Spaziergang entfernt findet man das Technische Museum der Pforzheimer Schmuck- und Uhrenindustrie, das im imposanten Industriebau einer ehemaligen Schmuckfabrik untergebracht ist. Hier zeigen ehemalige Mitarbeiter der Schmuckindustrie an alten Originalmaschinen, wie bis in die 1970er-Jahre Schmuck gefertigt wurde, und geben so einen lebendigen Einblick in die traditionelle Industrie der Goldstadt.

Wer in Pforzheim Schmuck nicht nur anschauen will, sondern ein schönes Stück gerne sein eigen nennen möchte, sucht die Schmuckwelten auf, «Europas grösstes Schmuck- und Uhrenhaus». Auf drei Etagen gibt es neben verschiedenen Themenausstellungen auch Uhren und Schmuck von gegen 200 Marken zu kaufen. ☉



Goldkordel mit Seele

Viele Unternehmen hüten ihr Erfolgsgeheimnis wie ein Kleinod. So auch das Familienunternehmen Wellendorf in Pforzheim, das 1883 gegründet wurde und heute in der vierten Generation geführt wird. Weltweit bekannt ist die Schmuckmanufaktur für die Goldkordel, die dieses Jahr ihren 40. Geburtstag feiert. Sie bezaubert nicht nur durch ihre Ästhetik, sondern auch durch ihre Haptik. «Wie eine innige Umarmung», beschreibt Claudia Wellendorf, verantwortlich für die Kommunikation, das sinnliche Erlebnis beim Tragen einer Kordel. In der hauseigenen Manufaktur sorgen acht verschiedene Berufsgruppen dafür, dass aus Hunderten von

hauchdünnen, 18-karätigen Golddrähten in 48 Arbeitsschritten die Kordeln entstehen. An jeder baumelt das Markenzeichen der Manufaktur, ein Anhänger in Form eines W mit einem gefassten Brillanten in der Mitte. Für ein Collier mittlerer Grösse gehen etwa 160 Meter Draht durch die Hände des Goldschmiedes. Im Inneren jedes einzelnen Stranges befindet sich die sogenannte «Seele», die für Stabilität und Flexibilität verantwortlich ist. Wie ist es möglich, dass ein Schmuckstück gleichzeitig so beweglich und trotzdem stabil ist? Das verrät Claudia Wellendorf natürlich nicht. Eben: Familiengeheimnis!


AMERICAN SPIRIT ■ SWISS PRECISION

hamiltonwatch.com



 | OFFICIAL TIMEKEEPER

KHAKI X-WIND
AUTOMATIC SWISS MADE

STARKES ENSEMBLE

OB KLASSISCH SCHWARZ
ODER BUNT VERSPIELT:
DER HOSENANZUG IST
DER STAR DER SAISON.

FOTOS TOM DE PEYRET

STYLING SONIA BÉDÈRE & SIMON PLYLSER

DIESE SEITE
SIE Body mit Pailletten
und hochtaillierte Hose
aus Wollcrêpe, **Nina Ricci**.
ER Mantel und Hemd
aus Seide, Karottenhose
aus Wolle, **Berluti**.

RECHTE SEITE
Anzug aus bedrucktem
Leinen (New-Flora-
Muster), **Gucci**.







DIESE SEITE

Sakko aus Wollstoff mit Dan-Witz-Motiven, Signature-Stickerei am Ärmelknopfloch, Hemd aus Baumwollstretch mit Bienen-Stickerei, enge Hose aus Wollstoff mit Dan-Witz-Motiven, alles **Dior Homme**.

LINKE SEITE

Jacke aus Wollcrêpe, Hemd aus Baumwoll-Popeline, kniehohes Stiefel aus Leder, alles **Fendi**.





DIESE SEITE
Blazer aus Seidenbrokat, **Redemption**. Ohrringe aus vergoldetem Metall und Holz, **Fendi**.

LINKE SEITE
SIE Fliegerjacke aus Samt und Kunstpelz, **Philippe Péri**. Sandaletten, **Alexandre Vauthier**.
ER Zweireihiger Blazer und Leinenhose, **Haider Ackermann**. Leder-Stiefeletten Eris Bergen, **Berluti**.

FOTO-ASSISTENZ
MARINE BILLET
HAIR YOANN FERNANDEZ
MAKE-UP LAURE DANSOU
MÄNNLICHES MODEL
GLEB @ BANANAS
WEIBLICHES MODEL
EMILIE LEY @ IMG
ART DIRECTOR GÉRALDINE DURA
PRODUKTION
PHILIPPE BIANCOTTO
DIESES SHOOTING WURDE IM HOTEL LE ROYAL MONCEAU RAFFLES IN PARIS REALISIERT.



EIN BOUQUET VOLLER IDEEN

FUNKELNDE SCHMUCKSTÜCKE,
WOHLRIECHENDE DÜFTE, EXKLUSIVE UHREN
UND ELEGANTE ACCESSOIRES:
DAMIT BEGEISTERT MAN SEINE LIEBSTEN.

FOTOS TOM DE PEYRET | STYLING SONIA BÉDERE UND SIMOM PYLISER

SCHMUCK

1. Gliederarmband aus der Kollektion City HardWear, Gold, 6900 Fr., **Tiffany & Co.**
2. Ring Grace of the Sea Anemone, 5700 Fr., **Gübelin.**
3. Manschettenknöpfe aus Gold, 1150 Fr., **Omega Constellation.**
4. Brosche Lucky Animals Hérisson, Gelbgold, Perlmutter, Tigerauge, Onyx, 5850 Fr., **Van Cleef & Arpels.**
5. Armband Happy Diamonds Icons, Gelbgold mit drei Diamanten, 2260 Fr., **Chopard.**
6. Ring Liens Séduction, Roségold, 1920 Euro, **Chaumet.**
7. Ring My Red, Gelbgold und roter Hyцерam®, 7200 Fr., **Chanel.**
8. Armband Bubbles, Roségold und Perle, 1450 Fr., **Bucherer.**
9. Ring Sparks of Fire, Gold, rosa Turmalin, gelber Beryll und Peridot, 2200 Fr., **Gübelin.**

DÜFTE

1. N°5 Fragments d'Or, Körpergel mit Glitzer, 106 Fr., 250 ml, **Chanel.**
2. Le Parfum, Edition Feuilles d'Or, Eau de Parfum (für Sie), 113.40 Fr., 50 ml, **Elie Saab.**
3. Bourreau des Fleurs, Gold-Kollektion (für Sie und Ihn), 545 Fr., 50 ml, **Serge Lutens.**
4. Note di Colonia IV, Eau de Cologne (mixte), 340 Euro, 150 ml., **Aqua di Parma.**
5. Emblem Absolu, Eau de Toilette (für Ihn), 96 Fr., 100 ml, **Montblanc.**
6. Absolu de Parfum (limitierte Edition), 141 Fr., 50 ml, **Chloé.**
7. The One, Eau de Toilette (für Sie), 121 Fr., 100 ml, **Dolce & Gabbana.**
8. J'adore L'Or Essence de Parfum (für Sie), 187 Fr., 40 ml, **Dior.**
9. Le Gemme Malakeos, Eau de Parfum (für Ihn), 350 Fr., 100 ml, **Bulgari.**



UHREN

1. Uhr Lvcea Mosaïque, Automatikwerk, Roségold, 33 mm, Zifferblatt mit Mosaik, Lünette und Armbandverschluss (aus Fischhaut) von Brillanten umfasst, 35 000 Fr., **Bulgari**.
2. Uhr Royal Oak Frosted Gold, Quarzwerk, Roségold, 33 mm, versilbertes Zifferblatt mit Wandteppichmuster, Preis auf Anfrage, **Audemars Piguet**.
3. Uhr Big Bang Unico All Black Sapphire Rainbow, Automatikwerk, Saphir, 45 mm, Lünette aus Weissgold und von Saphiren, Rubinen, Topasen und Tsavoriten im Baguette-Schliff umfasst, 84 000 Fr., **Hublot**.
4. Uhr Heritage Black Bay S&G, Automatikwerk, Gelbgold und Stahl, 41 mm, einwegdrehende Lünette aus Gelbgold mit mattschwarzer Aluminiumscheibe, Armband aus Stahl und Gelbgold, 4750 Fr., **Tudor**.
RECHTER ARM, VON OBEN NACH UNTEN:
5. Uhr True Blaze, Automatikwerk, Keramik, Edelstahl, 40 mm, limitierte Edition bestehend aus 1001 Samuel-Amoia-Exemplaren, 2100 Fr., **Rado**.
6. Chronometer El Primero Full Open, El Primero 400 B, Automatikwerk, Roségold und Stahl, 42 mm, 11 500 Fr. **Zenith**.
7. Uhr Atelier Grande Lune, Automatikwerk, Stahl, 36 mm, Zifferblatt mit Diamant- und Stabindexen, 4300 Fr. **Oris**.
8. Uhr Tank Anglaise, Quarzwerk, Roségold und Stahl, Aufzugskrone aus Roségold mit einem Spinell-Cabochon, Zifferblatt mit Diamanten im Brillant-Schliff, Preis auf Anfrage, **Cartier**.



Leistungsstarker digitaler Motor. Entwickelt für schnelles Trocknen.



Spezielle Geschenk-Edition zu Weihnachten

Diese von James Dyson
speziell für den Dyson Supersonic™ Haartrockner
gestaltete Geschenkbox in Platingrau ist weich gepolstert
und mit violetten Nähten
sowie einem Magnetverschluss versehen.

dyson supersonic

dyson.ch



GESCHENKE



ACCESSOIRES

- 1.** Smokinggürtel, 250 Euro, **Lanvin.**
- 2.** Einkaufstasche, 1590 Fr., **Gucci.**
- 3.** Sneaker aus Leder, Mosh-Pits-Motive, 780 Euro, **Dior Homme.**
- 4.** Handtasche in Raketenform aus Metall, Preis auf Anfrage, **Chanel.**
- 5.** Slipper aus Samt, 675 Euro, **Ralph Lauren Purple Label.**
- 6.** Fliege aus Seide, 150 Euro, **Charvet.**
- 7.** Manschettenknöpfe, 140 Euro, **Lanvin.**
- 8.** Brille aus Acetat, 460 Fr., **Chanel.**
- 9.** Lederhandschuhe mit Kunstfell, Preis auf Anfrage, **Cerruti 1881.**
- 10.** Schlüsselanhänger aus Leder, 225 Euro, **Louis Vuitton.**
- 11.** Fliege, 399 Fr., **Philippe Périisse.**
- 12.** Lederhandschuhe, ca. 79 Fr., **& other stories.**
- 13.** Armband Heritage aus Gold und Silber, 5590 Euro, **Zolotas.**
- 14.** Clutch Layla, 6480 Fr., **Yliana Yopez.**
- 15.** Blumenstecknadel, 130 Euro, **Lanvin.**
- 16.** Seidenkrawatte, 76 Euro, **Cerruti 1881.**
- 17.** Plateauschuhe, Preis auf Anfrage, **Dice Layek.**
- 18.** Goldener Schuh, 870 Euro, **Roger Vivier.**

Sélection Limited Edition

Diese und viele weitere Sélection-Produkte finden Sie in Ihrer Migros.

MIGROS
SÉLECTION



migros.ch/selection

MIGROS
Ein **M** besser.

UNTERWEGS



Ein Panorama wie in einer
Schneekugel: Der Bernina Express.

10

ERLEBNISSE AUF SCHIENEN

DER WEG IST DAS ZIEL: AUF
DIESEN ZUGFAHRTEN IST
NICHT NUR DER BLICK AUS
DEM FENSTER SPEKTAKULÄR.

TEXT ALEXIA NICHELE



1 Vielfältig

Bernina-Express, Schweiz

Der Zug Seit 1969 gibt es die Bahnverbindung zwischen Chur und dem italienischen Tirano. Den Ritterschlag erhielt der Bernina-Express um 2000, als die Wagen mit riesigen Panoramafenstern ausgerüstet wurden. Von Graubünden bis zur italienischen Grenze befährt er das Netz der Rhätischen Bahnen auf einer Strecke, die zum Weltkulturgut der Unesco gehört.

Die Strecke Die Fahrt von den Bergen zu südlichen Palmen, vom Sprachraum des Schweizerdeutschen zum Italienischen illustriert typisch schweizerische Vielfalt. Auf der höchsten Bahnstrecke der Alpen erreicht der Bernina Express den Höhepunkt beim Berninahospiz (2253 m. ü. M.). Die Fahrt dauert vier Stunden, doch wer die spektakulären Ausblicke in Ruhe auskosten will, bucht ein Angebot von zwei bis vier Tagen, mit Hotelübernachtungen.

Ein Detail Der Zug quert 196 Brücken – so etwa das Kreisviadukt bei Brusio (Bild) – und 55 Tunnels.

Preis 87 Fr. für die ganze Strecke Chur–Tirano 2. Klasse, 1. Klasse 134 Fr., zuzüglich einer Reservationsgebühr.

2 Royal

Al Andalus, Spanien

Der Zug Der eleganteste Zug Spaniens ist echt königlich. In seinen Luxuswaggons reiste die britische Königsfamilie Ende der 1920er-Jahre regelmässig von Calais an die Côte d'Azur. 2011 wurde das Bahnjuwel der Belle Époque sorgfältig restauriert und 2012 wieder in Betrieb genommen. 64 Passagiere können die Suiten der historischen Zugskomposition aufnehmen, sie umfasst zudem vier Salonwagen, zwei mit Restaurant, einen mit Bar und – englische Herkunft verpflichtet – einen Teesalon.

Die Strecke Es gibt zwei Routen. Die erste, Andalusia, fährt in sieben Tagen und sechs Nächten eine in Sevilla beginnende Schlaufe. Die zweite führt in sechs Tagen und fünf Nächten von Sevilla nach Madrid. Cadix, Jerez mit der spanischen Hofreitschule, die Alhambra von Granada, Cordoba und seine berühmte Moschee sind Stationen, Weingebiete und Merida liegen an der Strecke.

Ein Detail Der historische Zug hat Wi-Fi-Anschluss.

Preis Eine Reise kostet zwischen 1490 und 4500 Euro, alles inbegriffen.

3 Naturnah

Hiram Bingham, Peru

Der Zug Der Hiram Bingham ist nach dem Amerikaner benannt, der 1911 die alte Inkastadt Machu Picchu in den peruanischen Anden entdeckte. Seit 2003 ermöglicht das Reiseunternehmen Belmond Touristen, stilvoll auf des Entdeckers Spuren zu wandeln. Die blau-goldenen Luxuswaggons sind den echten Pullmanwagen von 1920 nachempfunden. Der Zug hat keine Schlafkabinen, dafür bequeme Sessel, zwei Restaurant- und einen Barwagen sowie einen Aussichtswagen.

Die Strecke Von Poroy (20 Minuten von Cuzco) fährt der Hiram Bingham in drei Stunden die 90 Kilometer durch das heilige Tal der Inka von Urubamba. Dann beginnt die Steigfahrt zum Machu Picchu. Eine geführte Besichtigung ist im Fahrpreis inbegriffen. In der Belmond Sanctuary Lodge, dem einzigen Hotel in der Nähe der alten Inkastadt, erwartet die Zugreisenden zum Ausklang ihrer Expedition ein Konzert.

Ein Detail Im Zug weicht ein Barkeeper die Passagiere ins Mixen eines peruanischen Pisco Sour ein.

Preis Ab 1000 Franken.



4 Authentisch

Rovos Rail, Afrika

Der Zug «The Pride of Africa», der Stolz Afrikas, wird der Rovos Rail genannt. Er fährt durch sieben Staaten mit kolonialer Vergangenheit im südlichen Afrika. Daran erinnert die viktorianische Ausstattung. Seine eigene Geschichte ist erstaunlich: 1986 kaufte der südafrikanische Unternehmer Rohan Vos zwei Waggons, die er für Reisen an einen Zug anhängen lassen wollte. Die Eisenbahngesellschaft verlangte dafür einen so hohen Preis, dass der Geschäftsmann beschloss, sein eigenes Bahnunternehmen Rovos zu gründen. Im historischen Luxuszug gibt es weder Radio, TV, noch Wi-Fi-Anschluss. Der Retrolook gilt auch für den Dresscode beim abendlichen Dinner.

Die Strecke Von Namibia nach Dar es Salaam kann die Reise zwischen 48 Stunden und 28 Tagen dauern (Durchschnittsgeschwindigkeit 50 km/h). Auf der Fahrt von der namibischen Atlantikküste zum Indischen Ozean gibt es viel zu entdecken: die Kalahariwüste, die Weinroute oder die Viktoriafälle.

Ein Detail Zum Essen lädt ein Butler per Gongschlag.

Preis Die Preise variieren (Fahrt vom Kap nach Pretoria, ca. 1500 Fr.). Auskunft: www.rovos.com

5 Robust

Rocky Mountaineer, Kanada

Der Zug Riesig und robust wirken die Wagen des Rocky Mountaineers, gerade richtig, um den Westen Kanadas mit seinen kristallklaren Seen, dichten Wäldern und schroffen Bergen zu erkunden. Seit 1990 sind die blau-goldenen Wagen unterwegs. Schlafwagen gibt es nicht: damit die Touristen nichts von der spektakulären Landschaft verpassen, fährt er nur tagsüber.

Die Strecke Das zweitgrösste Land der Erde bietet eine einmalige Fülle atemberaubender Landschaften. Der Rocky Mountaineer rollt in Gegenden, von denen manche nur per Bahn erreicht werden können. Ausgehend von Vancouver bis nach Alberta werden vier Themenrouten angeboten, die zu Naturwundern wie den Felsnadeln der Hoodoos führen, in den Jasper Nationalpark, zum Fraser Canyon und dem Mount Robson, dem höchsten Gipfel der kanadischen Rocky Mountains. Mit etwas Glück kann man die Grizzlybären und Elche vom Zug aus beobachten.

Ein Detail Neben den Grossraumwagen gibt es die Luxusklasse Goldleaf (zweistöckig, mit Glaskuppeldach).

Preis Es gibt eine Vielzahl von Angeboten, ab 1799 kanadische Dollars, was ca. 1400 Fr. entspricht.

6 Mondän

Shiki Shima, Japan

Der Zug Japan, der Spezialist der Hochgeschwindigkeitszüge kann auch anders: Das jüngste Modell der Eisenbahnindustrie fährt höchstens 110 km/h und heisst Shiki Shima (Insel der vier Jahreszeiten). Gestaltet hat es der Designer Ken Okuyama, der einzige Nichtitaliener, der je einen Ferrari entworfen hat: einen Zug, der hinten und vorne zwei verglaste Salonwagen hat und über eine schlichte Innenausstattung verfügt. In der Küche wirkt der Sternekoch Katsuhiko Nakamura. Das Erlebnis ist exklusiv: Es werden nur 34 Passagiere pro Fahrt aufgenommen.

Die Strecke Im Sommer wie im Winter ist der Shiki Shima von Tokio aus im Norden der Hauptinsel Honshu unterwegs. In vier Tagen fährt er bis auf die Insel Hokkaido. Halte gibt es beim Nationalpark von Nikko, inmitten von Zedern- und Pinienwäldern, dann in Hakodate, einer beeindruckenden Stadt mit einem sternförmigen Park. Nicht zu vergessen der Blick auf die Bergkette von Shirakami und den Fujiama.

Ein Detail Vor der Fahrt wird in einer luxuriösen Privatlounge im Bahnhof Ueno ein Aperitif serviert.

Preis Eine zweitägige Reise gibt es ab ca. 2800 Fr.



7 Gegensätzlich The Ghan, Australien

Der Zug Der Ghan, der den australischen Kontinent von der Nord- zur Südküste quert, soll seine Trasse, den Namen und das Logo afghanischen Kameltreibern verdanken. Pionieren, die vor über hundert Jahren am Bau einer Bahnlinie von Adelaide nach Alice Springs arbeiteten. 1929 nahm eine Dampfbahn den Betrieb durch das Gebiet auf. Ein halbes Jahrhundert später wurde eine neue Linienführung eingeweiht und der Zug mit bequemen Kabinen ausgestattet. Erst 2004 wurde die Bahnlinie bis nach Darwin im Norden verlängert.

Die Strecke Der Ghan fährt mit Zwischenstopps in vier Tagen und drei Nächten vom nördlichen Darwin nach Adelaide. Er quert vier Klimazonen. Beim ersten Halt in Katherine stehen der Nationalpark Nitmiluk und ein Barbecue unterm Sternenhimmel an. Am letzten Tag der Bahnfahrt geht die Farbe der Landschaft von Ocker in Grün über und verliert sich im Blau des Ozeans: Ankunft in Adelaide.

Ein Detail Der Zug ist einen Kilometer lang.

Preis Ab 1499 australische Dollars für die ganze Strecke.

8 Legendar Venice Simplon Orient-Express, EU

Der Zug Der Orient-Express ist eine Legende, die immer wieder auflebt. Ab 1883 verband er Paris mit Istanbul, ein Symbol des Optimismus nach der industriellen Revolution. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde der Zug vom Flugverkehr ausgebremst, 1977 fuhr er das letzte Mal nach Istanbul. 1982 nahm er als Venice Simplon Orient-Express wieder Fahrt auf. Vom originalen Wagenpark sind noch sieben denkmalgeschützte Waggon erhalten, sie werden für spezielle Events benutzt.

Die Strecke Der blau-goldene Zug verkehrte einst durch knapp 12 europäische Städte. 1919 erschloss der neue Simplontunnel eine neue Strecke via Venedig. Heute besteht der Venice Simplon Orient-Express aus Wagen, die in den 1920er-Jahren renoviert wurden: Er fährt nach Paris, Wien, Budapest, Venedig und Istanbul.

Ein Detail Der Mythos des Orient-Express lebt wieder auf: Eine Neufilmung des berühmtesten Thrillers von Agatha Christie, Mord im Orient-Express, läuft derzeit in den Kinos.

Preis Es gibt viele verschiedene Reisen, ab etwa 760 Franken. Auskunft: www.belmond.com

9 Traditionell Royal Scotsman, Schottland

Der Zug Im Bahnhof von Edinburgh wird zum Empfang der 36 Passagiere des Belmond Royal Scotsman der rote Teppich ausgerollt und ein Dudelsack angestimmt. Tradition prägt die ganze Zugfahrt. Schottenmuster und Akazienblätter verströmen im Zug den Charme der Zeit um die vorige Jahrhundertwende. Doch der Schein trügt, der Royal Scotsman wurde 1985 gefertigt, nach dem Beispiel der Highland Belle, eines Touristenzuges aus den 1980er-Jahren.

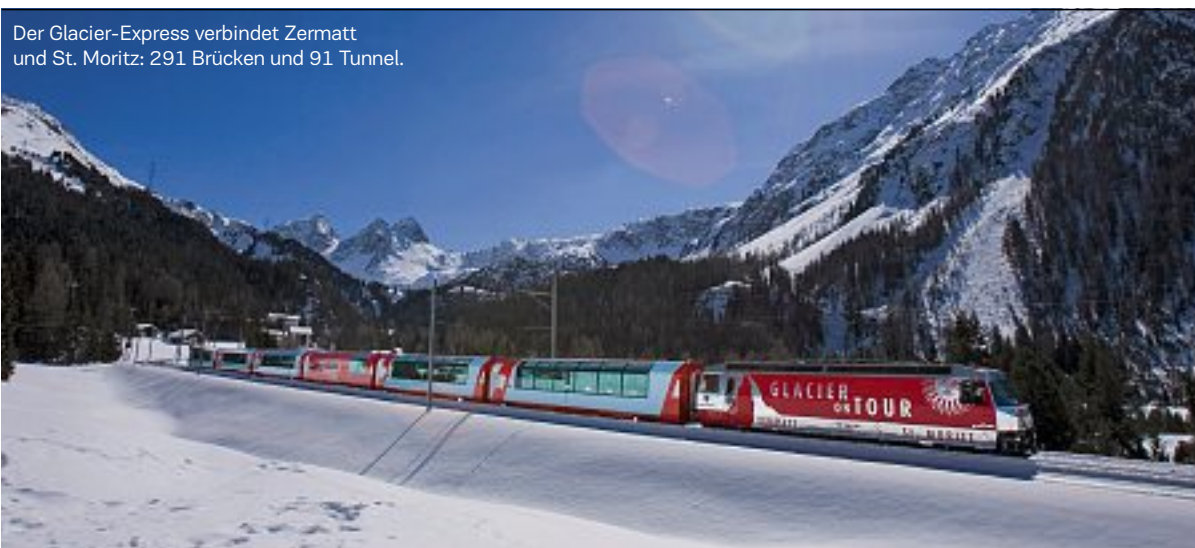
Die Strecke Ab Edinburgh gibt es von April bis Oktober diverse drei- bis achttägige Rundfahrten zu bestimmten Themen wie etwa Golf. Im offenen Wagen am Schluss des Zuges kann man die Nase in den nördlichen Wind halten und die Landschaften betrachten: die Highlands, die Seen oder die Aussicht auf Skye und andere Inseln. Es gibt Aktivitäten ausserhalb des Zuges wie Tontaubenschiessen, Whisky-Degustationen oder Schlossbesichtigungen.

Ein Detail Für Herren ist der Kilt beim formellen Abenddinner obligatorisch.

Preis Ab ca. 4875 Fr. (Fahrt mit drei Übernachtungen).



Alle Panoramazüge in der Schweiz zeigen, **wie sich eine einmalige Landschaft** in kürzester Zeit wandelt.



Der Glacier-Express verbindet Zermatt und St. Moritz: 291 Brücken und 91 Tunnel.

10 Preisgekrönt Maharajas' Express, Indien

Der Zug Der Maharajas' Express macht seinem Namen alle Ehre. Er ist üppig und imperial. Seit der Luxuszug 2010 Fahrt aufnahm, bietet er fürstlichen Komfort in Waggonen, die nach Edelsteinen benannt sind. Über 40 Kabinen hat dieser Zug, darunter eine Präsidentensuite. Die Küche des Luxuszuges wartet mit indischen und internationalen Gerichten auf.

Die Strecke Die angebotenen Routen nennen sich «Juwelen» oder «Schätze Indiens». Sie dauern zwischen vier und acht Tage (zwischen Delhi und Mumbai). Das Panorama-Angebot fährt zu den unverzichtbaren Sehenswürdigkeiten: nach Jaipur, der Hauptstadt von Rajasthan, zum Taj Mahal in Agra, zum Nationalpark Ranthambore, nach Varanasi (früher Benares) am Ganges, der heiligen Stadt der Hindus. Um möglichst viele der schönsten Sehenswürdigkeiten in einem so riesigen Land wie Indien zu sehen, erweist sich die Luxus-Eisenbahn als ideales Transportmittel.

Ein Detail Fünf Jahre hintereinander wurde der Maharajas' Express bei den World Travel Awards als weltbesten Luxuszug ausgezeichnet.

Preis Viertagesrundfahrt all inclusive, ca. 3850 Fr.

Schweizer Bahnen als Ikonen



JÜRIG SCHMID
Direktor Schweiz Tourismus.

Die Schweiz ist ein Bahnland. Inwiefern tragen Panoramazüge wie der Glacier-Express und der Bernina-Express zur touristischen Attraktivität der Schweiz bei?

Sie sind Ikonen, die unweigerlich mit der Schweiz in Verbindung gebracht werden. Wenn unser Land erwähnt wird, denkt man beispielsweise in Japan an unsere Berge und eben auch an die Panoramazüge.

Sind diese Züge bei Schweizern ebenso beliebt wie bei ausländischen Touristen?

Ja, den Schweizern liegt die Liebe zum Bahnfahren im Blut. Die Panoramarouten sind sehr beliebt, weshalb das Angebot ständig ausgebaut wird, beispielsweise mit den neuen Zügen des Gotthard-Panorama-Express.

Welche Faszination hat es für Reisende, auf diese Weise eine Landschaft zu entdecken?

Alle Panoramastrecken in der Schweiz zeigen, wie sich eine einmalige Landschaft in kürzester

Zeit wandelt. So fährt man mit dem Golden Pass von den Palmen in Montreux in die Bergwelt des Berner Oberlandes. Ganz entspannt und bequem erlebt man völlig verschiedene Welten, was diese Routen zu einem besonderen Erlebnis macht.

Was ist Ihre Lieblingsstrecke?

Eine Fahrt im Bernina-Express, dessen Trasse ja zum Teil ins Weltkulturerbe der Unesco aufgenommen wurde. Diese Strecke von Chur nach Tirano ist die absolut spektakulärste Querung der Alpen.

JAHRESRING. 2018



Jahresring 2018 **ALLES IST MÖGLICH.**

limitiert und nummeriert für 218 Frauen weltweit.

WAHRE  WERTE
Wellendorff

Der Jahresring 2018 „ALLES IST MÖGLICH.“ ist erhältlich in Ihrer Wellendorff-Lounge bei Schindler, Zermatt sowie bei den besten Juwelieren in der Schweiz: Zürich: Beyer und Les Ambassadeurs • Basel: Seiler Bern: Zigerli + Iff • Samnaun: Zegg • Luzern: Les Ambassadeurs • Chur: Zoppi • Olten: Adam • Zug: Lohri. Für Ihre Jahresring-Reservierung sprechen Sie mit Ihrer Wellendorff-Expertin unter Tel. +49 7231 - 28 40 128 oder experte@wellendorff.com.



Wie stellt man in einem Reservat das Gleichgewicht zwischen Beute und Raubtier sicher? Die Besitzer des Morukuru Family unterstützen im Madikwe-Park ein Biodiversitäts-Projekt.

LUXUS VERPFLICHTET

IN SÜDAFRIKA BIETEN VIELE LUXUSHOTELS NICHT NUR FEUDALE UNTERKÜNFTE AN, AUCH DAS SOZIALE ENGAGEMENT UND DER EINSATZ FÜR DIE NATUR WERDEN HIER GROSS GESCHRIEBEN.

TEXT LOYSE PAHUD



In den Lodges des Morukuru Family im Madikwe-Reservat arbeiten vorwiegend Menschen aus den umliegenden Dörfern.

ETWAS ZURÜCKGEBEN. Sich mit etwas Handfestem bedanken. Es ist dieses Bedürfnis des «give back», das sich die Luxushotels zunutze machen, die sich in einem Teil der Welt befinden, an dem das Leben nur wenig mit Opulenz zu tun hat. Der Wunsch, etwas zurückzugeben, hängt oft mit prägenden Erlebnissen zusammen, die man auf Reisen macht. Wie kann in einem auch nicht das Bedürfnis aufkommen, sich für die Umwelt einzusetzen, nachdem man in der Morgendämmerung im Busch hautnah einen Löwen beobachtet hat? Wie kann man nicht das Verlangen haben, den Bau von Sanitäreinrichtungen der örtlichen Schule zu unterstützen, nachdem man im Hotel von Einheimischen so freundlich umsorgt wurde? Gibt einem der Besitzer der prachtvollen Lodge, in der man gefahrenlos Zeit in der wilden Natur verbringen konnte, zu all dem Komfort auch noch die Möglichkeit, Gutes zu tun, ist das Bedürfnis, etwas zurückzugeben, meist gross: Begeisterung ruft Dankbarkeit hervor. Michelle du Plessis, Besitzerin der PR-Agentur Nicky Arthur in Johannesburg und frühere Luxuslodge-Managerin, bestätigt, dass Gäste von Sternhotels gerne Projekte mitfinanzieren: «Wenn sich nicht die Reichen in Südafrika für soziale und ökologische Projekte einsetzen, wer dann? Das ist auch absolut notwendig.»

So hat beispielsweise der holländische Besitzer des Morukuru Family sein jüngstes Hotellerieprojekt mit der Goodwill Foundation Ed and Anka Zeeman zusammengeschlossen. Die nach ihm und seiner Frau benannte Stiftung, die 2007 ins Leben gerufen wurde, schöpft ihre Ressourcen aus dem Gewinn der Hotels sowie aus Spenden von Gästen. Damit werden unter anderem die Forschung für eine umweltfreundliche Möglichkeit, die Zahl der Schakalpopulation zu kontrollieren, die Infrastruktur verschiedener Schulen oder Ausbildungsplätze im Park von Madikwe finanziert. In den Lodges des Madikwe-Reservats, nahe der botswanischen Grenze, erlebt man die Natur

hautnah – und dies auf eine luxuriöse Art und Weise. Allgegenwärtig sind hier die Tambotibäume, die diesen hölzernen Palast umranken. Ein der drei Lodges hat zwei Suiten, einen Salon, eine Bibliothek, ein Esszimmer, eine Küche und mehrere Terrassen mit Sicht auf den Fluss Marico. Sogar von der Badewanne aus bleibt der Blick an Ästen hängen. In der Sprache der Hoteliers nennt sich dies Exklusivität: Man hat das Gefühl, der einzige Gast zu sein, der Auserwählte. So fühlen auch wir uns. In einem grau-grünen Gefährt werden wir von zwei der acht Personen, die uns jederzeit zur Verfügung stehen, begleitet. Fährtenleser und Reiseführer zeigen uns die Umgebung in ihrer ganzen Pracht: Wir treffen auf die von der eisenhaltigen Erde rot gefärbte Elefantenherde, die sich suhlenden Nashörner, die leuchtenden Blaustare, die gemütliche Warzenschweifamilie, die springenden Impalas und die Regenpfeiferschwärme. Die Welt wie sie einst war? Nicht ganz. Das 75000 Hektaren grosse Madikwe-Reservat, das etwa der Fläche des Kantons Neuenburgs entspricht, wurde 1991 ein Jahr nach der Entlassung von Nelson Mandela aus dem Gefängnis vom Staat aus Gründen der wirtschaftlichen Wiederbelebung auf Farmland gegründet. Anbaukulturen wurden entfernt, Gebäude ab- und Zäune niedrigerissen, um danach auf 158 Kilometern rund um das Gebiet wieder hochgezogen zu werden. Die ursprüngliche Vegetation konnte sich frei entfalten, und an die 10000 Wildtiere wurden angesiedelt.

Plötzlich entdeckt der Fährtenleser Woyki, der zurzeit seine Ausbildung als Führer für Buschspaziergänge macht, auf unserer Tour durch die Natur die Spuren zweier Löwen. Zusammen mit dem Reiseführer Shane verlässt er das Fahrzeug - den Gast leicht verunsichert zurücklassend. Zu Fuss folgen sie den gut sichtbaren Spuren auf der feuchten Erde. Sie finden zwei müde Löwen, die ausgestreckt auf dem Boden liegen. Die Tiere geben sich entspannt und rühren sich kaum, auch nicht, als immer mehr neugierige Reisende näherkommen. Auf dem Rückweg zum «bush breakfast», das vom restlichen Team



DIE MISSION DES CAMP JABULANI

Der Name der luxuriösen Lodges (rechts das Bild eines Zimmers) geht auf einen Elefanten zurück. Jabulani (ganz rechts im linken Bild) wurde mit vier Monaten von seiner Mutter verstossen: Lente Roode des Forschungszentrums für gefährdete Arten und Besitzerin des Kapama-Parks hat ihn aufgenommen. Seither gehört das Tier zusammen mit anderen bedrohten oder verwaisten Elefanten zur Herde, die vom Camp Jabulani und somit von seinen Gästen gepflegt wird.

organisiert wurde, macht Shane ein abruptes Bremsmanöver: Mitten auf der Strasse sitzt ein Chamäleon. Das Tier färbt sich schwarz vor Wut, als es auf den Arm genommen wird, um in Sicherheit gebracht zu werden.

Im 15000 Hektaren grossen Kapama-Reservat, östlich von Johannesburg, werden Luxus und Engagement gleich gewertet. Man befindet sich hier im Königreich der Gepard-Liebhaberin Lente Roode. Der 1993 eröffnete Park ist ihr Privatbesitz wie auch die Lodges und das Forschungszentrum für gefährdete Arten, das Hoedspruit Endangered Species Centre. Sich in einer der prunkvollen Suiten des Camp Jabulani, Relais & Châteaux, oder im abgelegenen Khula's Cottage niederzulassen, bedeutet gleichzeitig, an einer Mission teilzunehmen. Denn hier setzt man sich für den Erhalt der Artenvielfalt ein: vor allem die Rettung verwaister und bedrohter Elefanten und der Versuch, den gefährdeten Gepard genetisch zu stärken, sind wichtig.

Vielseitiges Engagement

Im klimatisierten Fünfsternhotel schläft es sich nach einem vorzüglichen Impala-Carpaccio sicherlich ruhiger als in der kleinen Hütte im Busch. Nicht, dass es dem Khula's Cottage an Komfort fehlen würde: Die Unterkunft, die mittels Solarenergie beleuchtet wird, aber natürlich kein Wi-Fi hat, ist geschmackvoll eingerichtet. Und dennoch: Ist das Feuer am Abend erst einmal gelöscht und haben die Reiseführer Feierabend, ist man hier völlig allein. Die Augen in die Dunkelheit gerichtet und auf allfällige Geräusche lauschend. Der Wind spielt auf der Terrasse mit den Ästen des Baumes, die Vögel hämmern auf das Dach, die Kröten geben ein Konzert, und die nasalen Laute der Nilpferde fügen sich in diese Geräuschkulisse ein. Unter dem Moskitonetz läuft der Schweiß in Strömen und der Mondschein erhellt die ganze Hütte – wer denkt da schon ans Schlafen? Auf den Tagesanbruch wartend, denken wir nochmals über den Besuch im HESC nach: Beeindruckend war nicht nur die unter einem Baum versteckte Meute Afrikanischer Wildhunde, sondern auch die prächtigen Königsgeparde. Wer einen der 101 Geparde des Zentrums adoptieren möchte, bezahlt dafür jährlich 1900 Franken. Eine Summe, für die man knapp eine Nacht für zwei Personen im erhabenen Camp Jabulani bezahlt. Um unseren Gedanken nachzuhängen, bleibt aber gar nicht viel Zeit: Noch im Morgengrauen werden wir zu den Elefanten gefahren, die vom Zentrum adoptiert wurden. Betreut werden sie von schwarzen Tierwärtern aus Simbabwe: Viele der Tiere kommen aus diesem Land und mussten miterleben, wie ihre Eltern von Weissen getötet wurden – daran erinnern sie sich noch heute. An einer Wasserstelle tobt sich die Elefanten-«Patchwork-Familie» wie ein Haufen kleiner Kinder aus: Zwei Tiere lassen nicht voneinander ab, andere geben sich hingebungsvoll dem Plantschen hin, während sie die älteren dabei überwachen. Das jüngste Familienmitglied spielt währenddessen mit seinem Essenskübel. Diese fünfzehn Geschöpfe würde es heute wahrscheinlich ohne die Intervention des Zentrums nicht mehr geben.

Es gibt zahlreiche Initiativen im Bereich Natur und Tiere, die gleichzeitig an Massnahmen in den Bereichen Bildung, sanitäre Versorgung und Soziales gekoppelt sind. In Südafrika, einem Land, das mit Korruption und Unsicherheiten zu kämpfen hat und in dem jährlich eine Million junger Menschen auf den Arbeitsmarkt strömt, ist jedoch die Schaffung von Arbeitsplätzen das Wichtigste. Wer sich im Reitsportstil gehaltenen Boutique-Hotel Tintswalo at Waterfall mit Polofeld in einem Wohnviertel in der Agglomeration von Johannesburg niederlässt, unterstützt so indirekt ein Projekt der Immobiliengruppe, die es besitzt. Diese hat 2015 das Riversands Incubation Hub eröffnet. Das Projekt, das Kleinunternehmen unterstützt, ist das Resultat

In Südafrika ist die Schaffung von Arbeitsplätzen das Wichtigste

einer öffentlich-privaten Partnerschaft. An die 180 kleine Betriebe beherbergt die Anlage, die einem Einkaufszentrum gleicht. Die Unternehmer zahlen eine bescheidene Miete und bekommen Mentoring in Sachen Marketing, Unterstützung in der Logistik und im Informatikbereich sowie beim Networking. Die meisten Betriebe stammen aus dem benachbarten Township Diepsloot, wo sie ihr Geschäft aus Platz- und Sicherheitsgründen sowie aufgrund elektrischer Pannen und ausgesprochen hoher Mietpreise nicht entwickeln können. Beim Durchqueren des riesigen viereckigen Baus mit Innenhof geht man an einem kleinen Verkaufsladen für Babymöbel, einem Händler

für Dekoartikel, einem Büro für Solaranlagen, einem Kosmetiksalon, einem Modeatelier, einem Autoverleih, einem Gemüsegarten und einer Biskuitfabrik (das Cookie Co-op beliefert auch das Hotel Tintswalo) vorbei. Rund um den Hub entsteht ein weitläufiger Industriepark.

Das in Johannesburg gelegene Boutique-Hotel Morrells ist ebenfalls für sein soziales Engagement – wenn auch in einem etwas anderen Bereich – bekannt. Der Besitzer dieses Schmuckstücks, das in einer alten Farm aus dem 19. Jahrhundert beherbergt ist, setzt sich für die Wiedereingliederung von Frauen ein, die Opfer von Menschenhandel wurden. Alle drei Monate wird eine junge Frau in die diversen Aufgabengebiete der Hotellerie eingeführt. Danach verlässt sie das Hotel mit einem für sie wertvollen Arbeitszertifikat. Wer will sich da schon darüber beklagen, dass Sternehotels mit dem Trend zum «verantwortungsvollen Tourismus» mitgehen und sich so für das Gemeinwesen einsetzen? Luxus wird dadurch nicht nur gesellschaftstauglich, er macht auch gleich noch mehr Spass. ☉

Luxus ohne schlechtes Gewissen

Morukuru Family & Morukuru Good-wil Foundation Madikwe Game Reserve: Die Fünfstern-Lodge umfasst drei Häuser mit Strohdach im Wildschutzreservat Madikwe nahe der botswanischen Grenze (das Morukuru Family bietet zwei weitere Hotels: eines in Sandton und eines in einem Naturreiservat am Indischen Ozean). Suite mit Safari ab 1890 Fr., Kombiangebot für alle Standorte, www.morukuru.com
Camp Jabulani & Hoedspruit Endangered Species Centre Kapama Private Game Reserve, Hoedspruit: 6 Suiten + 1 Familienvilla. Label Relais & Châteaux. Interaktionen mit Elefanten und Geparden, Gourmetküche, Suite ab 2100 Fr. (inklusive Mahlzeiten und Safari), www.campjabulani.com. Das private Reservat von Kapama hat vier weitere Hotelanlagen (DZ ab 300 Fr.). So etwa das Khula's Cottage, eine kleine «Hütte» mitten im Busch (Nacht für 1-4 Personen ab 272 Fr.), www.hesc.co.za

Hotels in Johannesburg
Morrells Boutique Estate: Pool, Garten und Charme im Northcliff-Quartier, DZ ab 120 Fr., www.morrells.co.za
Tintswalo at Waterfall: Im Waterfall Equestrian Estate befinden sich im Herzen einer schicken Residenz im Norden der Stadt die Tintswalo Lodges (drei weitere Hotels im Land), DZ ab 220 Fr., www.tintswalo.com.

Verantwortungsvoller Tourismus
Für all jene, die sicher sein wollen, dass sie ihr Geld in nachhaltige Strukturen investieren, bietet die Organisation Fair Trade Tourism eine Liste mit Adressen in Afrika. www.fairtrade.travel/South-Africa
Nach Südafrika reisen

Direkter Nachtflug mit SWISS ab Zürich. Vielen Dank an die PR-Agentur Nicky Arthur in Johannesburg für das Organisieren der Reise und an das Unternehmen Waterberg Countrywide, www.waterbergtransfers.com für den Transfer nach Madikwe.



L É M A N G R A N D B L E U

Caran d'Ache hat sich von der landschaftlichen Schönheit des Genfersees und seinem Farbzauber zu einem Schreibgerät inspirieren lassen, das Fernweh weckt und uns träumen lässt. Das Léman Grand Bleu Schreibgerät überrascht ebenso wie er blendet. Durchscheinender blauer Lack lässt die fein eingravierten Wellen so intensiv glitzern wie das kristallklare Seewasser. Erhältlich als Füllfederhalter, Tintenroller, Kugelschreiber und Minenhalter. Caran d'Ache. Die Exzellenz des Swiss Made seit 1915.

CARAN D'ACHE
Genève

Hochkarätige LOOKS

EDELSTEINE, SYMBOLE VON REICHTUM UND UNVERGÄNGLICHKEIT, ZIEHEN DIE MENSCHEN VON JEHER IN IHREN BANN. OB SMARAGD, OPAL ODER RUBIN: DIESE SAISON WERDEN EDELSTEINE AUCH AUF DER HAUT GETRAGEN – ALS EDLE MAKE-UP-NUANCEN.

TEXT STEFFI HIDBER

DIE KOSTBAREN, INTENSIVEN Farben und das mysteriöse Glänzen von Edelsteinen lösen bei vielen Menschen eine Art Faszination aus. Bereits vor über 2000 Jahren verehrten die Inder Rubine als Talismane und Glücksbringer, während die alten Ägypter von der Heilkraft der Smaragde wussten. Unzählige Mythen und Sagen zeugen von der Kraft der Edelsteine, die vor Millionen und Milliarden von Jahren in der Erdkruste entstanden sind. Man setzt sich teilweise grossen Gefahren aus, um sie zu finden. Und wendet die raffiniertesten Schleiftechniken an, um sie zum Strahlen zu bringen. Nun setzen Edelsteintöne auch in der Beauty Zeichen der luxuriösesten Art. Ob intensiv oder eher diskret aufgetragen, ist Geschmackssache!

Die Magie des Opals

Sein Name stammt vom griechischen Wort «opallios» ab, was so viel wie «Farbwechsel» bedeutet. Das Geheimnis seiner schillernden, fast schon feurigen Anziehungskraft? Schmuckopale haben einen Wasseranteil von 2 bis 9 Prozent und bestehen unter anderem aus Kieselsäure und Wasser. Diese beiden Elemente verbinden sich zu einer Art Gel. Deshalb lieben es Opale, auf der Haut getragen zu werden, da deren Feuchtigkeit helfen soll, ihr regenbogenfarbenes Feuer zu behalten. Dieses magische Funkeln ist (im Gegensatz zu fast allen anderen Edelsteinen) auch ohne Schliff zu sehen und wird mit dem Flügelschlag des Kolibris verglichen. Der Opal gilt als Muntermacher und soll den Wunsch nach Abwechslung wecken. Er steht für Bewegungsenergie und soll Kummer und Sorgen vertreiben. Diese Spontaneität und Leidenschaft zeigt sich auch in der Beauty: Das facettenreiche Funkeln lässt sich für Mutige in raffiniert appliziertem Augen-Make-up mit verschiedenen Farben umsetzen. Wer den Opalzauber etwas dezenter umsetzen möchte, findet in dieser Saison gleich eine ganze Reihe von raffinierten Highlightern, die den Regenbogenschimmer an Wangenknochen, Nasenrücken oder auch am Amorsbogen umsetzen.

Die Harmonie des Smaragds

Smaragde gehören nicht nur zu den wertvollsten, sondern auch zu den ältesten Edelsteinen überhaupt: Es gibt Exemplare aus Zimbabwe, die vor mehr als 2,5 Milliarden Jahren entstanden sind. Die geheimnisvolle grüne Farbe kann unzählige Schattierungen aufweisen und steht für Harmonie und die Verbindung zur Natur. Kein Wunder, werden ihm bereits in den heiligen Schriften der Inder heilsame Kräfte zugesagt – sowohl als Glücksbringer wie auch als Heiler für Körper und Seele. Smaragde sollen geistiges Wachstum fördern und auch den Sinn für Schönheit und Harmonie. Wer an die Heilwirkung glaubt, kann seinen Smaragd

zusätzlich an der Morgen- oder Abendsonne energetisch «aufladen»: Aber nicht zu lange, denn seine Energie soll ohnehin sehr stark sein! Von den Ägyptern bereits als sehkraftverstärkendes Juwel verehrt, setzt Smaragd(grün) aktuell wunderschöne Akzente als raffiniertes, schimmerndes Augen-Make-up und lässt einen Smokey Eye sehr modern wirken. Was uns besonders begeistert? Schwarzgrüner Nagellack, an kurz gefeilteten Nägeln getragen: Edgy, und doch edel!

Die Anziehungskraft des Amethysts

Ob der Weingott Bacchus tatsächlich eine in einen Kristall verwandelte Nymphe mit Wein übergossen hat und diese sich daraufhin violett verfärbte, bleibt ein Geheimnis. Wir wissen jedoch, dass der Amethyst einer der mysteriösesten und anziehendsten Edelsteine der Welt ist, dem beschützende, aber auch reinigende und inspirierende Kräfte nachgesagt werden. Seine Farbe reicht von einem fast durchsichtigen Rosa bis hin zu tiefem Lila. Sein Reich ist die Nacht: Amethysten verlieren im Sonnenlicht relativ schnell ihre Farbe und sollten darum keiner direkten UV-Strahlung ausgesetzt werden. Beim Make-up wählen Mutige in dieser Saison tiefes, sinnliches Lila als Lippenfarbe: Besonders festlich wirkt der Amethyst mit einem leichten Metallic-Finish, kombiniert mit einem matten Teint. Aber auch als funkeln Mascara, als Akzent in Form von Lidschatten oder einem grafisch gesetzten Eyeliner setzt dieses königliche Violett klare Zeichen.

Die Sinnlichkeit des Rubins

Je kräftiger seine rote Farbe, desto intensiver glüht der Rubin auf der Haut: Dieser Edelstein steht wie kein anderer für Lebenskraft und Sinnlichkeit. In vielen Kulturen glaubt man, dass schon das Aufbewahren von Rubinen ihrem Besitzer Macht, Würde und Mut verleiht – und seine aktivierenden, herzstärkenden Eigenschaften machen ihn zu einem heiss begehrten Juwel. Der grösste je gefundene Rubin, «The Mogok Sun», wurde übrigens 1993 in Burma entdeckt und bleibt bis heute ungeschliffen und unbehandelt mit einem Rohgewicht von 1734 Karat ein Rekordhalter von fast unschätzbarem Wert. Als «Glücksstein der Liebe» verbindet der Rubin die «geistige» Liebe mit der körperlichen – und lässt Wünsche und Sehnsüchte in den Alltag zurückkehren. Und diese Leidenschaft lässt sich auch beim Make-up wundervoll umsetzen: Rubinrote Lippen verleihen jedem Outfit eine nicht zu übersehende Klasse, doch in dieser Saison trägt die Kennerin ihr Rubinrot bevorzugt auf den Augen, und zwar in Form von metallisch glänzendem Lidschatten. Die Kunst darin besteht, den Look mit einem perfekten, aber natürlich wirkenden Teint und intensiv schwarz getuschten Wimpern abzustimmen. ☺



Météorites Gold Light, 80 Fr., **Guerlain**. Alchemist Eye Palette, 42 Fr., **Kat Von D**.



Lidschattenpalette Dior 5 Couleurs Precious Rocks in Emerald, 92 Fr., **Dior**. Mascara Vinyl Couture in I'm the Excitement, 50 Fr., **YSL**.



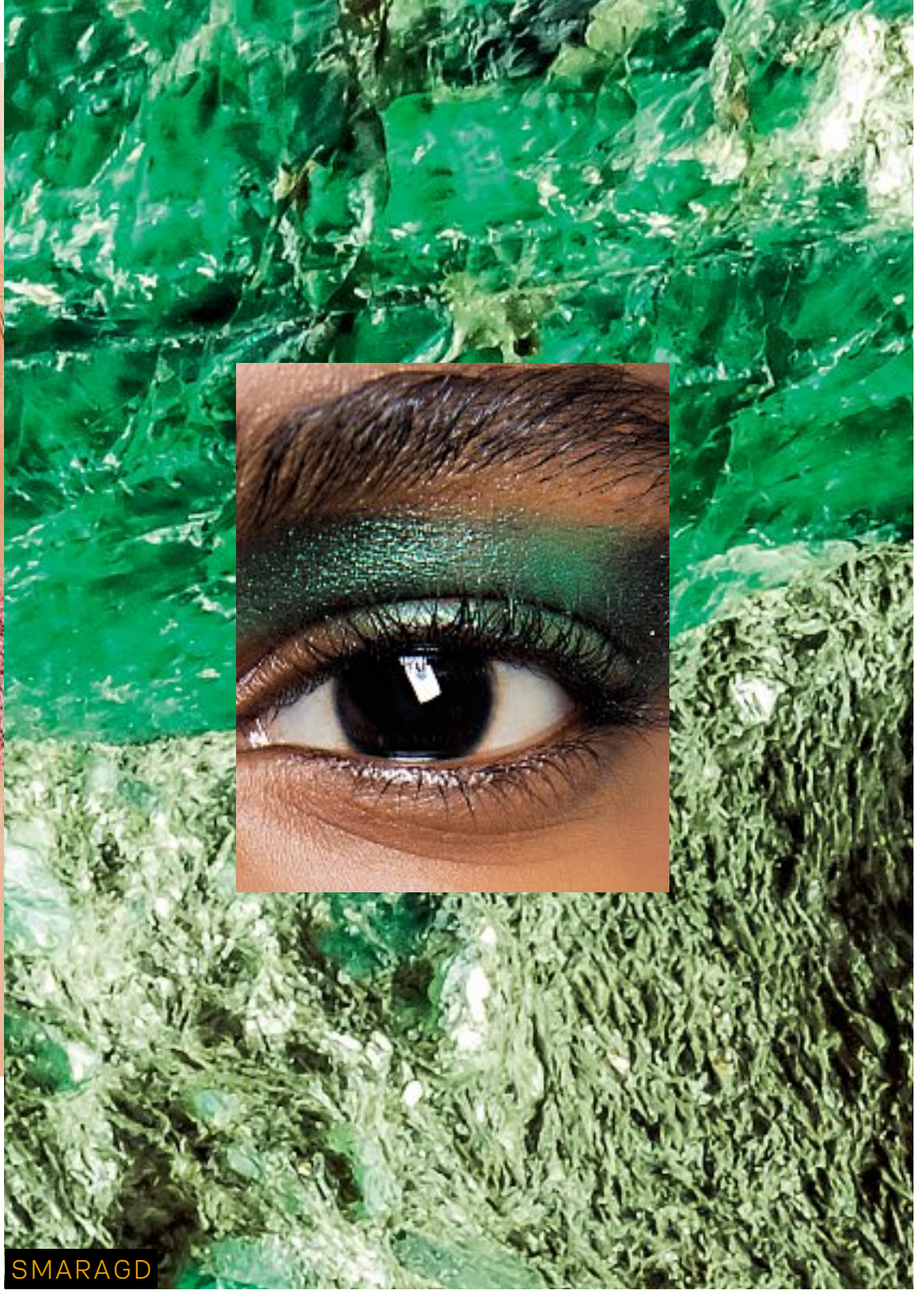
Lidschattenpalette Luxe Eye Shadow in High Octane, 46 Fr., **Bobbi Brown**. Nagellack in Feel the ChemisTree, 22 Fr., **OPI**.



Blush in Fetishized, 41.50 Fr., **Nars**. Lippenstift Rouge Allure N°4, 48 Fr., **Chanel**.



OPAL



SMARAGD



AMETHYST



RUBIN

ANZEIGE

ANZEIGE

MERRY CHRISTMAS

Weihnachtszauber im Landquart Fashion Outlet



Erleben Sie Weihnachtssopping festlich inspiriert - 7 Tage die Woche!

Edle Designerstücke, coole Sportartikel, kostbare Basics sowie wunderschöne Mode- und Wohnaccessoires für die ganze Familie: Im zauberhaft geschmückten Landquart Fashion Outlet schmökern Sie entspannt nach der einen oder anderen Weihnachtsüberraschung für Ihre Liebsten.

Das höchstgelegene Fashion Outlet der Schweiz begeistert in der Adventszeit mit einer festlichen Flaniermeile inmitten der winterlichen Bergwelt. Stilvolle Shops von über 160 Premium-Marken aus den Bereichen Fashion, Sport, Outdoor und Lifestyle bieten ihre Kollektionen 30% günstiger im Vergleich zum üblichen Ladenpreis an.

Landquart Fashion Outlet: Täglich von 10 bis 19 Uhr geöffnet - auch am Sonntag. Nur eine Zugstunde von Zürich entfernt.



ARMANI OUTLET / BOGNER / CALVIN KLEIN / HALLHUBER / MAYA MAYA / NAPAPIJRI / NORRØNA / RHOMBERG / SALOMON / TRIUMPH - GRAND OPENING 13.12. / WMF

Nehmen Sie jetzt an der Adventskalender Verlosung teil und gewinnen Sie täglich tolle Weihnachtsgeschenke. LandquartFashionOutlet.ch

 **LANDQUART**
FASHION OUTLET



Eiskönige

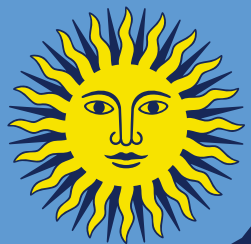
EDEL DURCH DIE WINTERZEIT: WEISS SORGT FÜR UNTERKÜHLTE ELEGANZ IN DER GARDEROBE.

AUSWAHL LISA-MARIE HÜTTENBERGER



- 1. Nagellack «Snow glad I met you», **OPI**, 24,90 Fr.
- 2. Doppelreihiger Wollmantel, **Maison Rabih Kayrouz**, 2999 Fr.
- 3. Diamant-Ohrstecker mit Perlenkette, **Delfina Delettrez**, 2012 Fr.
- 4. Stirrband aus Kaschmir und Wolle, **Johnstons of Elgin**, ca. 70 Euro.
- 5. Hose aus Seiden-Crêpe, **The Row**, ca. 1730 Euro.
- 6. Lidschattenpalette «Defy», **Dior**, 92 Fr., bei Globus.
- 7. Falabella Mini-Box-Tasche, **Stella McCartney**, 974 Fr.
- 8. Ledertiefel mit Glitzer, **MM6 Maison Margiela**, 553 Fr.

- 1. Silberne Classic 11 Aviator Sonnenbrille, **Saint Laurent**, 312 Fr.
- 2. Biker-Jacke aus Lammfell, **Neil Barrett**, 3341 Fr.
- 3. Uhr Limitierte Edition «Inspired by Architecture», vom Guggenheim-Museum inspiriert, **Mido**, 1590 Fr.
- 4. Slim-Fit-Hose, **Isaia**, 520 Fr.
- 5. Nylonrucksack, **Givenchy**, 1058 Fr.
- 6. «Obsessed», Eau de Parfum, **Calvin Klein**, 50ml, 93 Fr.
- 7. Weisse Lederschuhe, **Dr. Martens**, 213 Fr.



St. Moritz®

TOP OF THE WORLD

THE ORIGINAL
IN WINTER
TOURISM
SINCE 1864



Meisterhafte Location

DIE BILDER UNSERER MODESTRECKE SIND IM HOTEL LE ROYAL MONCEAU RAFFLES IN PARIS ENTSTANDEN, WO DESIGNER PHILIPPE STARCK FÜR DIE KUNSTVOLLE AUSSTATTUNG SORGT.

TEXT ALEXIA NICHELE



Im Il Carpaccio interpretiert der französische Konditor Pierre Hermé italienische Dessert-Klassiker neu.



300 Kunstwerke gibt es im ganzen Hotel. Darunter diese Hirschgruppe aus Holz.

IM LE ROYAL MONCEAU RAFFLES gibt es nicht nur ein Restaurant, sondern gleich zwei. Nicht nur ein Kunstwerk, sondern 300. Das verspiegelte Treppenhaus wird von 19 Kronleuchtern erhellt. Und die mit Teppich ausgestatteten Gänge scheinen nie zu enden. Das labyrinthartige und nahe des Arc de Triomphe gelegene Hotel hält für seine Gäste gleich mehrere Überraschungen bereit: Dafür hat der französische Stararchitekt Philippe Starck gesorgt, der das 1928 erbaute Haus vor sieben Jahren neu ausgestattet hat. 2007 kaufte der Geschäftsmann Alexandre Allard das Gebäude, um daraus das erste Luxushotel zu machen, das sich der Zeitgenössischen Kunst widmet. Um den Umbau einzuläuten, schmiss Allard eine «Demolition Party» mit hochkarätigen

Gästen wie dem britischen Schauspieler Jude Law: Mit Schutzhelmen und -kleidung ausgerüstet, durften die Gäste gnadenlos Wände einschlagen. Nach der Renovation eröffnete die Luxusunterkunft 2010 ihre Tore. Seither findet man in jedem Zimmer (ab 850 Euro) eine Gitarre. Die hauseigene Galerie Art District zeigt regelmässig Ausstellungen. Und für einen zusätzlichen kulturellen Touch sorgen die Bibliothek und das hauseigene Katara-Kino. Kontraste sind kennzeichnend für die Innenausstattung: Während das Fumoir feuerrot ist, erstrahlt der Spa in Hellblau. Diese Gegensätzlichkeit der Location ist auch auf unseren Modebildern zu spüren (S. 36.).

Hôtel Le Royal Monceau, av. Hoch 37, Paris. Ab 850 Euro das DZ, www.leroyalmonceau.com

FOTOS: ROYAL MONCEAU

ANZEIGE

Paid Post

DA FREUT SICH (NICHT NUR) DAS CHRISTKIND!

Weihnachten ist das Fest der Liebe und der Besinnlichkeit, das man im Kreis der Familie gern zu Hause feiert. Eine festlich gedeckte Tafel, elegante Dekoration und ein spritziger Cava machen den Abend perfekt.



Statt traditioneller Rot- und Grüntöne decken wir den Tisch dieses Jahr mit kunstvoll gesetzten Kontrasten: Klassische Schwarz-Weiss-Kombinationen mit feinen Metallic-Details sorgen für stilvoll-moderne Eleganz. Grüne Blätter und rote Beeren bringen eine Extraportion Natur auf den festlichen Tisch. Und üppige Kerzen mit warmem Schein und leisem Knistern lassen sogar das Christkind selig strahlen.

CAVA STATT CHAMPAGNER!

Warum nicht, denn der elegante spanische Schaumwein steht mit seiner klassischen Flaschengärung dem Franzosen in nichts nach: Besonders gut entfaltet sich der spritzige Katalonier übrigens bei einer Temperatur von sechs bis acht Grad. Schöne Schalen statt klassischen Kühler – so kommt der neue Prosecco D.O.C. im eleganten Flaschendesign besonders gut zur Geltung. Gut zu wissen: Cava ist auch köstlich zu Süßem oder in einem raffinierten Drink. Barkeeperin Jessica Kollar hat mit typischen Weihnachtzutaten einen erfrischenden Cocktail für uns kreiert: Cognac, Rosmarin und Orangenlikör kombiniert die Cocktailexpertin mit Cava zu dem wunderbar sprudelnden Wintercocktail «Le Cavalier», der nicht nur süsse und herbe Noten verbindet, sondern den Cava schon im Namen trägt.



CAVA-REZEPT:
LE CAVALIER VON
JESSICA KOLLAR,
CENTRAL BAR, ZÜRICH

1 Zweig Rosmarin
2cl Cognac
1cl Orangenlikör
1cl Ahornsirup
9cl Cava

ZUBEREITUNG:

Serviert wird der Cocktail am besten in einer Cocktailschale. Diese vorher innen und am Rand mit dem Rosmarin kräftig einreiben, damit die warmen und weichen Noten gleich zu Beginn in die Nase steigen. Dann den Cava einschenken. Cognac, Orangenlikör und Ahornsirup in einem Shaker mit Eis kurz und kräftig schütteln und danach vorsichtig in den kalten Cava sehen. Vorsicht, der Cava schäumt dabei leicht über, deshalb schön vorsichtig vorgehen.

Freixenet
CAVA

freixenet.ch

ALEXANDRE VAUTHIER
www.alexandrevauthier.com

AUDEMARS PIGUET
www.audemarspiguet.com

BERLUTI
www.berluti.com

BUCHERER
www.bucherer.com

CARTIER
www.cartier.com

CERRUTI 1881
www.cerruti.com

CHANEL
www.chanel.com

CHARVET
www.charvet.com

CHAUMET
www.chaumet.com

CHOPARD
www.chopard.com

DELFINA DELETTREZ,

**DR. MARTENS,
GIVENCHY, ISAIA,
MAISON MARGIELA,
KAYROUZ,
MAISON MARGIELA,
NEIL BARRETT,
SAINT LAURENT**
Bei www.farfetch.com

DICE KAYEK
www.dicekayek.com

DIOR
www.dior.com

DOLCE & GABBANA
www.dolcegabbana.com

FENDI
www.fendi.com

GUCCI
www.gucci.com

GÜBELIN
www.gubelin.com

HAIDER ACKERMANN
www.haidrackermann.com

HUBLLOT
www.hublot.com

JOHNSTONS OF ELGIN
www.johnstonscashmere.com

LANVIN
www.lanvin.com

LOUIS VUITTON
www.louisvuitton.com

MIDO
www.midowatches.com

NINA RICCI
www.ninaricci.com

OMEGA
www.omegawatches.com

ORIS
www.oris.ch

& OTHER STORIES
www.stories.com

PHILIPPE PÉRISSE
www.philippeperisse.com

RADO
www.rado.com

**RALPH LAUREN PURPLE
LABEL**
www.ralphlauren.com

REDEMPTION
www.redemption.com

ROGER VIVIER
www.rogervivier.com

STELLA MCCARTNEY
www.stellamccartney.com

THE ROW
Bei www.net-a-porter.com

TIFFANY & CO.
www.tiffany.com

TUDOR
www.tudorwatch.com

VAN CLEEF & ARPELS
www.vancleefarpels.com

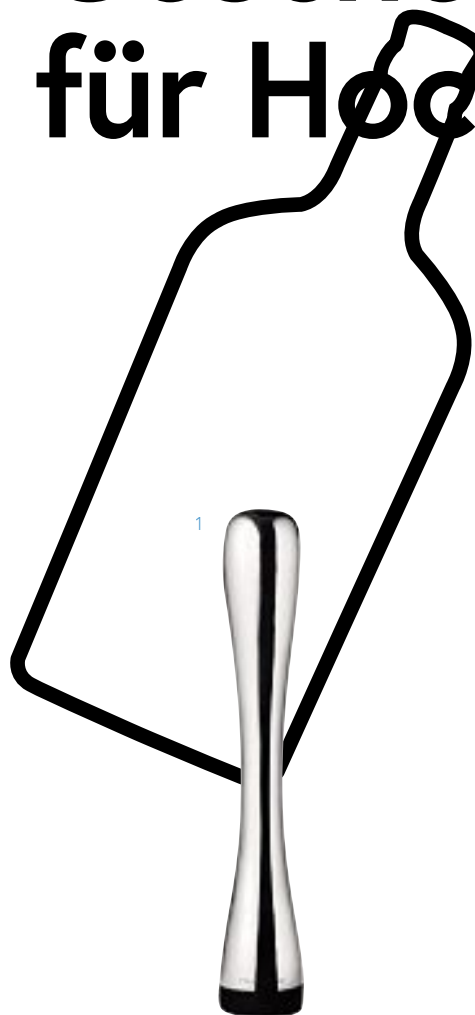
YLIANA YEPEZ
www.ylianayeppez.com

ZENITH
www.zenith-watches.com

ZOLOTAS
www.zolotasjewelry.com

ANZEIGE

Geschenkideen für Hochprozentige



1 **19.90** statt vorher 27.40
Nuance Scandinavia
Stössel Pestle (18.5cm)

2 **39.-**
Bar Professional
Boston Shaker Copper
(800ml)

3 **89.-** statt vorher 159.-
Furn Servierwagen
Harold (42.5cm, 75cm)

4 **12.90**
Leopold Barsieb (20cm)

5 **6.90** statt vorher 10.50
Nachtmann
Whiskybecher Palais
(2.4dl)

Weitere Geschenkideen
findest du unter
galaxus.ch/weihnachten

 **GALAXUS**

Fast alles für fast jeden.



1



4



2



3



5



6

Alec Monopoly

IN SEINER WAHLHEIMAT LOS ANGELES ARBEITET DER NEW YORKER KÜNSTLER AN SEINEN SKIZZEN. ENTSPANNUNG FINDET ER AM MEER.

TEXT HENRY ARNAUD

HINTER DEM PSEUDONYM Alec Monopoly steckt der US-amerikanische Graffiti-künstler Alec Andon. Mit seinen bunten, übergrossen Wandbildern überzeugt der in Kalifornien lebende 31-Jährige nicht nur die Kunstszene. Auch die Uhrenindustrie liebt seine Werke: Und so hat ihm der Leiter des Uhrengeschäfts der LVMH-Gruppe Jean-Claude Biver letztes Jahr die Vitrine der Tag-Heuer-Boutique in Miami zur Verfügung gestellt – sozusagen als Leinwand. Seither ist Andon TAG Heuers neuer «Kunstprovokateur». Klar, dass der New Yorker auch einer Uhr des Brands seine Handschrift verpasst: Das Zifferblatt der **Formula 1 Edition Spéciale Alec Monopoly (3)** ist sein Werk.

Gibt es einen Künstler, mit dem Sie sich identifizieren?
Als Kind war der Graffiti-künstler **Basquiat (2)** mein grosses Vorbild. In meiner Unterschrift schreibe ich das E genau so, wie er es in den New Yorker Strassen immer verewigt hatte.

Vor allem die Farben, die er benützt hat, finde ich spannend. Ich mag seine aussagekräftigen Graffiti, die er in Lower Manhattan kreiert hat.

Ein Monument, das Sie besonders beeindruckt?

Ich mag Stadien. Man sollte sie mehr in Kunstwerke verwandeln. Letzten August habe ich für TAG Heuer ein Bild auf dem **Stadion von Manchester (5)** verewigt. Es gibt viele Leute, die nie ins Museum gehen, deshalb muss man die Kunst in die Strassen und an die Orte bringen, wo sich die Menschen aufhalten.

Und mögen Sie Museen?

Ja, vor allem das Reina Sofia in Madrid. Es vereint Altes und Neues: Das Gebäude ist aus dem 18. Jahrhundert, die Kunst ist aus dem 20. Jahrhundert oder zeitgenössisch.

Ihre Traumstadt?

Los Angeles, wo ich auch wohne. Ich mag das Licht, das Klima und die gelassene Stimmung, obwohl man hart arbeitet.

Und wo trifft man Sie sonst noch an?

In **Malibu (1)**, denn ich habe letztes Jahr begonnen, zu surfen. Seither reite ich dreimal die Woche die Wellen.

Welches Restaurant empfehlen Sie dort?

Ich gehe gerne ins **Nobu Malibu (6)**, denn das Sushi, das sie hier servieren, ist ungewöhnlich und sehr gut. Das Kobe-Rind ist exquisit.

Haben Sie im Alltag Rituale?

Ich bin jetzt ein waschechter Kalifornier. Ich stehe früh auf, trinke einen **Fruchtsaft (4)**, gehe ins Fitnessstudio und arbeite an meinen Skizzen. Es ist das pure Gegenteil meines exzessiven New Yorker Lebens.

Sie haben die Schweiz schon oft bereist. Was ist Ihnen geblieben?

Die TAG-Heuer-Manufaktur in La Chaux-de-Fonds: Hier habe ich einen faszinierenden Einblick in das Uhrenhandwerk erhalten. Das Hotel **Ultima (7)** in Gstaad, wo ich ein Piano aus Plexiglas besprüht habe, mag ich auch. ©



7



Aber hallo!
 Ihr Mobiltelefon ist jetzt auch
 eine Cornèrcard.



cornèrcard

Immer dabei, völlig frei: Bezahlen Sie einfach bequem, schnell und sicher mit dem Smartphone. Ihre Cornèrcard unterstützt Apple Pay und Samsung Pay. cornercard.ch

Dior

j'adore

L'Or

