

encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

VERREISEN
10 Skihotels,
die cool und
chic sind

SCHMUCK
Starke Stücke
für hübsche
Ohren

GESCHENKE
Wie aus dem
Wintermärchen

DEKO
BLUMEN
IM HOTEL

Festtage

Verspielte Looks
für eine heitere
Weihnachtszeit

DEZEMBER 2018
SonntagsZeitung

N°5
LIMITED EDITION



N°5 DRESSED IN RED



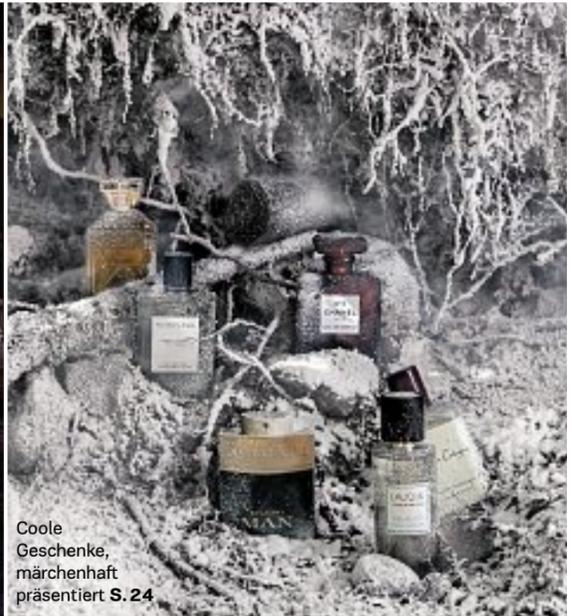
Unsere Schmuckstücke sind von der faszinierenden Innenwelt der Edelsteine inspiriert.
Erfahren Sie mehr über das Rubincollier «Wings of a Dragonfly» auf gubelin.com/glowingfire



Cédric Grolet macht die besten Desserts der Welt **S. 14**



10 Hotels, die den Alpenchic neu definieren **S. 30**



Cooler Geschenke, märchenhaft präsentiert **S. 24**

Festtage | Dezember 2018

THEMEN

10 Schmuck

Bei den neuen Ohrringen darfs ruhig ein bisschen mehr sein

13 Uhren

Sternenglitzern gefällig? Dann ist es Zeit für Aventurin

28 Blumen

Wer kümmert sich eigentlich um die florale Deko in Hotels?

34 Champagner

Wie junge Produzenten neue Wege gehen – und damit Trends setzen

36 Make-up

Matt glänzt es sich am schönsten!

RUBRIKEN

- 6 Favoriten
- 12 Trend: Weiss von Kopf bis Fuss
- 33 Deko: Designerspiegel für jede Wand
- 37 Sie & Er: Knallfarben
- 38 Meine Welt: So lebt Caudalie-Gründerin Mathilde Thomas



Verspielte Festmode **S. 18**

DIE KLEINE
Haarreif, **Benoît Missolin**. Wollmantel mit Kunstpelzdetails, **Fendi**. Strumpfhose, **Chloé**. Lackschuhe, **Young Soles**.

DIE GROSSE
Wollpullover, Jupe und Lederstiefel, **Fendi**.



COVER

DIE GROSSE
Seidenkleid, Strickbustier und -höschen, **Dior**.

DIE KLEINE
Wollmantel und Seidenjupe, **Dior**. Strumpfhose, **Falke**. Boots, **Ecco**.

FOTOS
Philippe Biancotto

STYLING
Sonia Bédère

Orte, wo man Hände und Herz wärmt

DIE WÄRME, nach welcher man sich im Dezember sehnt, lässt sich nicht mit dem Thermometer messen. Sie verdankt sich weder der Heizung noch der neuen Strickmütze, sondern schönen Begegnungen und liebevoll geschmückten Interieurs. Da erstaunt es eigentlich nicht, dass sich diese Ausgabe unserer Zeitschrift wie eine Ode an gediegene Hotels liest. Nehmen Sie die Modestrecke (S. 18), in der sich Mutter und Tochter zwischen Stuck und Marmor des herrlichen Beau-Rivage Palace in Lausanne in Szene setzen: Ein Haus so erhaben, als könnten ihm all die Hektik, all die durchorganisierten Agenden draussen nichts anhaben. Und wo findet man in den



Renata Libal, Chefredaktorin

Bergen einen solchen Kraftort? Ob Sie nun lieber nach Adelboden aufbrechen, nach Arosa oder nach Zermatt: Wir haben zehn Adressen zusammengestellt (S. 30), an denen man ebenso herzlich wie stilvoll empfangen wird – wie zuhause, nur eben ein Spürchen luxuriöser. Wenn man dann dort ist, sollte man sich unbedingt auf die Blumendekoration achten (S. 28). Kleine Kunstwerke sind das bisweilen, die Lobbies, Bars und Restaurants das gewisse Etwas verleihen. Kein Wunder, erfreuen sich nicht nur Hotelgäste daran, sondern auch auswärtige Ästhetiker, die regelmässig vorbeischaun und sich ansehen, was die Floristen wieder Schönes gezaubert haben. Ich bin eine davon – und grade auf dem Sprung ins Palace, zu einem (herz-)wärmenden Kaffee. In diesem Sinne: Frohe Festtage!

encore! ist die monatlich erscheinende Beilage der Sonntagszeitung und von Le Matin Dimanche. Adressen: Tamedia AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich; Tamedia Publications romandes, encore!, Avenue de la Gare 39, case postale 615, 1001 Lausanne. Herausgeberin: Tamedia Publications romandes SA, 33, av. de la Gare, 1001 Lausanne. Leiter Tamedia Publications romandes: Serge Reymond. Chefredaktion: Renata Libal (verantwortlich). Redaktion/Produktion: Loyse Pahud (französischsprachige Ausgabe), Paulina Szczesniak (deutschsprachige Ausgabe). Layout: Géraldine Dura (Art Direction). Bildredaktion: Lucie Voisard. Mitarbeiter dieser Ausgabe: Text: Silvia Aeschbach, Charles-André Aymon, Mathilde Binetruy, Laurence Desbordes, Marianne Eschbach, Julie Gaudio, Isabelle Hemmel, Paulina Szczesniak, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch). Foto: Philippe Biancotto. Styling: Julie Gaudio, Leonore Noz. Übersetzung: Nadine Lea Mischler, Paulina Szczesniak, Ursula Zenger. Sekretariat: Alessandra Ducret. Bildbearbeitung: Photomedia. Korrektorat: Dominique Graf, Bernd Gregorius. Druck: Swissprinters AG, Zofingen. Marketing: Florence Ruffetta. Verantwortlicher Verlagsleiter: Karim Mahjoub. Werbung Deutschschweiz: Tamedia AG, Tamedia Advertising, Werdstrasse 21, 8021 Zürich, Tel. +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), Actua Immobilier SA, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, Homegate AG, ImmoStreet.ch S.A., 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. www.encore.ch



Im wahrsten Wortsinn tierisch bedruckt: die F.R.S.-Modelle Ade (Oberteil) und Etere (Unterteil).

MODE

Nächte aus Seide

Diese Pyjama-auch-am-Tag-Mode raubt Ästhetinnen schon seit einigen Saisons den Schlaf. Nonchalant mag das ja sein, aber also bitte: etwas mehr Haltung! Pech bloss, dass jetzt eine (noch) wenig bekannte Modemarke weite Hosen in Kombination mit Seidenblusen als *den* neuen Look für Divas anpreist. Und das, obwohl sich schon so viele die Zähne ausgebissen haben bei dem Versuch, den Pyjama-Look ausserhalb des Schlafzimmers mit Würde zu tragen... Die Marke, um die es hier geht, heisst F.R.S., For Restless Sleepers, also «für rastlose Schläfer» – wobei dieser Name auch gleich die Initialen von Francesca Ruffini enthält: Sie war es, die die Marke 2016 gegründet hat, also kurz, bevor die Pyjamawelle über die Modewelt rollte. Aus Como stammend, der heimlichen Hauptstadt der italienischen Luxustextilbranche, behauptet Ruffini steif und fest, schon als Kind nach der

Schule zuhause sofort in den Pyjama geschlüpft zu sein. So gesehen, macht es Sinn, dass sie sich als Erwachsene eine Garderobe zugelegt hat, die ihr auch das Ausgehen in ihrer Lieblingskleidung ermöglicht. Alle ihre Entwürfe sind aus allerfeinster Seide und werden in Como gefertigt. Und wie trägt man das nun? Kommt drauf an. Im Sommer kombiniert mit Sandalen, im Flugzeug mit Sneakers und Kuschelpulli, zum Feiern mit High Heels. Keine Angst übrigens vor dem Sackeffekt: die Seide ist schön schwer und herrlich bedruckt – was sich im Preis niederschlägt. Ein Oberteil schlägt schon mal mit 700 Euro zu Buche, wie man der Website entnimmt. Die aktuellen Feiertagsmodelle greifen das Kino der 1940er- und 1950er-Jahre auf, mit jener gnaden- und zeitlosen Eleganz einer Lauren Bacall. Da kann ein Bademantel schon mal zum Cape werden... *Renata Libal*

ZUM WOHL

Kunstvolle Reben



VON PIERRE THOMAS

Neulich entkorkten wir in unserer Jassrunde diesen Rotwein. Und zum Kürbisisotto kam das Nesthäkchen von Robert Tamarcaz auch bestens an. Der Winzer aus Sion hat sein Handwerk im Burgund erlernt (für einen Schweizer aussergewöhnlich), seit 2002 erzeugt er im Wallis ausgefeilte Tropfen.

Bei besagtem Roten handelt es sich um eine fürs Wallis typische Assemblage aus Humagne Rouge, Syrah und Diolinoir; 5000 Flaschen werden jährlich davon abgefüllt. Wobei jede Sorte separat im Stahltank vinifiziert wird – mit viel Fingerspitzengefühl: Der fertige Wein riecht denn auch wild wie ein Humagne; er ist körperreich dank des Diolinoir und hat ein würziges Finale, das den Syrah erkennen lässt.

Als ich von Tamarcaz wissen wollte, warum er diese Assemblage ins Programm genommen hat, meinte er nur: «Komm und sieh dir die Reblagen an!» Dafür folgt man ab Sion der Rhone 30 Kilometer flussabwärts bis nach Saillon und biegt dann ab, in Richtung Salentse und der umliegenden Schluchten. Dort entspringt seit der Römerzeit eine Warmwasserquelle – ein zauberhafter Ort. Nicht umsonst skizzierte Gustave Courbet dort sein Gemälde «Die Höhle der Riesen»: Felsen und Vegetation bilden, bis heute sichtbar, die Umrisse einer Figur. Sie ist denn auch, mit wenigen Strichen gezeichnet, auf dem Flaschenetikett abgebildet.

Die Reben umfassen 2,5 Hektaren steile Hänge. Ist der erste Jahrgang des Weins, 2015, noch auffallend konzentriert und kraftvoll, verspricht Tamarcaz einen 2016er, der «bemerkenswert» sein wird: Geerntet wurde erst am 1. November! Und der 2017er, so weiss er auch schon, wird von ähnlicher Prägung sein wie der 2015er, «aber mit mehr Säure». Bis dieser Wein auf die Flasche kommt, braucht es noch Geduld, denn die beschriebenen «Terroirweine» sehen zwar kein Barrique, dürfen aber vor der Abfüllung noch während mehrerer Monate im Fass reifen.



Le Bien-Vivant 2015
40 Fr./7,5 dl
www.domainedesmuses.ch

GENUSS

Mustergütig

Kirchenkuppel? UFO? Design-Iglu? Nichts von alledem. Bei diesem hübschen Objekt handelt es sich um – eine Nespresso-Kapsel. Für ihre limitierte Festtagskollektion «A Taste of Paris» versetzte sich die Schweizer Kaffeemarke in Festlaune und liess die Hüllen der Variationen Paris Black (Arabica-Robusta-Mischung, Getreide- und Nussnoten), Paris Macaron (Mandelaromen) und Paris Praliné (Haselnuss-/Caramelnoten) von India Mahdavi entwerfen. Die Pariser Designerin mit iranisch-ägyptischen Wurzeln ist bekannt für extravagante, luxuriöse Entwürfe. Et voilà: Kaffee im Harlekin-Outfit. *R.L.*

A Taste of Paris, Nespresso/India Mahdavi, drei Varietäten, ab 5.90 Fr./10 Kapseln; passende Tassen Origin ab 22 Fr.





Eben noch im Zeichenblock von Daniel Libeskind, jetzt auf der Rockefeller Plaza: der Swarovski-Weihnachtsstern.

DEKO

Stern der Spitzenklasse

Er wiegt 410 Kilo, hat 70 Zacken, einen Durchmesser von drei Metern und besteht aus drei Millionen Kristallen... Es ist ein echter Stern der Superlative, den die Firma Swarovski Ende November auf die Spitze des legendären Weihnachtsbaums auf der Rockefeller Plaza in New York gehievt hat. Der Vorgängerstern (ebenfalls von Swarovski) datierte aus dem Jahr 2004. Der neue dürfte uns länger erhalten bleiben – schliesslich stammt er aus der Feder von Daniel Libeskind, der sich beim Design «vom Glanz der Sterne in der Nacht inspirieren» liess und damit «ein Symbol für Hoffnung und für



Neben dem Kristall mit eingraviertem Stern gibts bei Swarovski noch ein zweites Libeskind-Motiv: einen reifbedeckten Stern.

Einheit» schaffen wollte. Es ist nicht das erste Mal, dass der polnischstämmige Stararchitekt dem Frieden ein Denkmal setzt: Die Jüdischen Museen in Berlin, in Kopenhagen und in San Francisco, der Masterplan für die Neugestaltung des Ground Zero: alles von Libeskind. Und es ist auch nicht sein erster Einsatz für Swarovski; das war ein Schachspiel mit an seine Architektur angelehnten Figuren. Nun folgt also der Rockefeller-Stern – den es auch in Klein gibt: Eingebettet in eine Kristallhülle, macht er sich am heimischen Baum gut... aber auch jenseits der Weihnachtszeit, als Talisman. *Renata Libal*

ANTIQUITÄT

Schiffchen mit Geheimnis



Unter all dem Funkeln und Glitzern wartet die Goldschmiedezunft bisweilen mit raffinierten Kniffen und gar Geheimnissen auf. Was könnte sich zum Beispiel im Frachtraum dieses exquisiten Miniaturschiffs verbergen, das der Deutsche Heinrich Winterstein im 17. Jahrhundert erschuf? Ein Tipp: Das Stück stand schon auf vielen Esstischen der Grossen dieser Welt. Es hat nämlich weder Gold noch Edelsteine geladen, sondern – Essbesteck. Gut verborgen und durch ein (ebenfalls getarntes) Schloss gesichert, begleitete das Besteck seinen jeweiligen Besitzer von Festtafel zu Festtafel – und schützte ihn so vor allfälligen Vergiftungsversuchen. Ein Exemplar dieser hübschen Arbeit gehörte übrigens zu Yves Saint Laurents und Pierre Bergés Kunstsammlung, die 2009 unter den Hammer kam. Nun legt das kostbare Schiffchen wieder ab – und zwar bei der Galerie d'Arshot an der BRAFA. Die Brüsseler Kunst- und Antiquitätenmesse bringt seit 1955 jedes Jahr über hundert Kunsthändler mit Sammlern aus aller Welt zusammen. Wobei nicht nur Antiquitätenliebhaber, sondern auch Fans der Gegenwartskunst auf ihre Kosten kommen: Ehrengast dieser Ausgabe ist das britische Künstlerpaar Gilbert & George – das auf der BRAFA-Homepage seine Vorfreude in gewohnt trockener Manier kundtut. *Julie Gaudio*

BRAFA, Ausstellungszentrum Tour & Taxis, av. du Port 88, Brüssel, 26. Januar bis 3. Februar 2019. www.brafa.art



DESIGN

Puzzle für Hungerige

Wo hat die Giraffe nur ihren Kopf? Auf dem kleinen Teller – derweil ihr Körper auf dem grossen verbleibt. Und dem Walfisch gehts ebenso. Die kurligen Tiere der Londonerin Yvonne Ellen machten sich bisher auf Vintagegeschirr breit. Nun versuchen sie mal mit neuem. *R.L.*

Yvonne Ellen für Pfister, Tellerset aus Keramik, 49.95 Fr.



«Stairs» von Monika Sosnowska ist 14 Meter hoch, eine Tonne schwer – und entstand eigens für das Muzeum Susch.

MUSEUM

Hohe Kunst

Zeitgenössische Kunst in einer umgebauten Brauerei? Klingt irgendwie vertraut. Aber die Rede ist hier nicht vom Löwenbräu-Areal in Zürich, wo unter anderem die Supergalerie Hauser & Wirth zuhause ist, sondern von einem brandneuen Projekt im Unterengadin. Das Muzeum Susch – das «z» ist kein Tippfehler, wir kommen noch drauf –, das kurz vor Silvester im Beisein der internationalen Kunstschickeria und Anfang Januar für die Öffentlichkeit eröffnet, ist nämlich auch in einer ehemaligen Brauerei untergebracht, sorgfältig um- und ausgebaut vom Engadiner Architektenduo Chasper Schmidlin und Lukas Voellmy. Für die insgesamt 1500 m² Ausstellungsfläche wurde auch der Fels unter und neben der Brauerei über ein Jahr lang mit gezielten Explosionen ausgehöhlt.

Und wo kommt die Kunst her? Wer hat das alles überhaupt initiiert, und wer bezahlt dafür? Die Antwort auf diese Fragen

lautet stets: Grazyna Kulczyk. Die 67-jährige Juristin, Unternehmerin und Milliardärin mag hierzulande noch unbekannt sein. In ihrer Heimat Polen ist sie freilich eine Institution. Vor allem, seit sie 2003 in Posen das Shopping- und Kulturzentrum Sary Browar ins Leben gerufen hat (das, man glaubt es kaum, ebenfalls mal eine Brauerei war). Seit 2009 lebt die umtriebige Blondine im bündnerischen Tschlin. Bei einer Spazierfahrt entdeckte sie die alte Brauerei in Susch – und wusste sofort, dass dies ein idealer Ort für ihr Museum ist (oder eben, auf polnisch: Muzeum).

Nun ist es soweit. Zu sehen gibt es internationale Kunst auf höchstem Niveau – mit Schwerpunkt auf Werken weiblicher Kunstschaffender. Das klingt schon im Titel der ersten Schau an: «A Woman Looking at Men Looking at Women». *Paulina Szczesniak*

Muzeum Susch, Surpunt 78, Susch.
Ab 2. Januar 2019. www.muzeumsusch.ch



ACCESSOIRE

Von der Spange

Haarspangen? Das ist doch Kinderkram. Ha, eben nicht! Denn seit Hermès, Gucci, Dolce & Gabbana, Valentino, Alexander McQueen und und und Modelle entworfen haben, dürfen sich auch grosse Mädchen die Dinger ungestraft in die Haare klemmen. Ob man nun eher auf Strass oder auf Knallfarben steht, eher auf runde oder Zickzackmodelle – fündig wird man garantiert. Wichtig: Mit Würde tragen! *L.D.*

Kristallhaarspange, Gucci, ca. 390 Fr.
Haarspange Eileen, Hermès, ca. 266 Fr.
Lederspange mit Nieten, Valentino, ca. 200 Fr.



DESIGN

Zartes aus Massivholz

Die brandneue Kollektion Mood der italienischen Möbelmarke Flexform dekliniert die formalen Spielarten des vergangenen Jahrhunderts durch. Was der Flirt des Gestalters und Architekten Carlo Colombo mit dem klassischen skandinavischen Design zutage förderte? Einen charmannten Sessel aus röhrenförmigem Massivholz mit lederbezogener Rückenlehne. Die Polsterbezüge wählt man nach eigenem Gusto. Uns gefällt das sanfte Violett... *R.L.*

Sessel Alison, Flexform. Holz, Leder, Sitzbezug nach Wahl. Ab 4050 Fr.

Mein Van, mein Schloss

TOYS FOR BOYS



VON CHARLES-ANDRÉ AYMON

Der Marchi EleMMent Palazzo Superior trägt seinen Namen zu Recht: Er ist nichts weniger als ein rollender Palast. Auf dem Unterbau eines

28-Tönners hat der Wiener Hersteller Marchi Mobile wirklich alles versammelt, was des Cruisers Herz begehrt. Fangen wir im Wohn- und Essraum an: Hier steht eine vier Meter lange Couch – sinnigerweise in unmittelbarer Nähe von Bar, Weinschrank und Eiswürfelmaschine. Und über all dem thront ein riesiger Bildschirm, der sich – so mögen wir das – über die gesamte Fahrzeugrückwand erstreckt.



eleMMent Palazzo Superior, von Marchi Mobile. Ab 2 500 000 Fr., Sonderanfertigungen auf Anfrage. www.marchi-mobile.com

Das King-Size-Bett (neben der Spa-Ecke!) im Schlafgemach stammt vom selben Produzenten, der auch die britischen Royals beliefert; und auch die Kitchenette und das Badezimmer sind nicht von schlechten Eltern. Das Höchste der Gefühle ist und bleibt aber die Dachterrasse, wo der glückliche Besitzer dieses Palasts auf Rädern sich in der Sonne fläzen beziehungsweise, im Winter, die Aussicht geniessen kann, ohne je kalte Füsse zu bekommen: Für etwas hat man schliesslich die Bodenheizung...

Was das Fahrerlebnis angeht: Das fast 14 Meter lange Vehikel steuert sich fast wie ein Formel-1-Bolide. Die aerodynamischen Qualitäten verdanken sich dem deutschen Designer Luigi Colani; die Windschutzscheibe erinnert an jene von Helikoptern, während das Cockpit eher an einen Jet denken lässt.

Klar, diese 70 Quadratmeter Exklusivität haben ihren Preis. Aber in etwas muss man sein Erspartes ja investieren. Stimmts?

#DontCrackUnderPressure



TAG Heuer

SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860



„Löwen symbolisieren für mich Mut“, Cara Delevingne

Fotografiert unter realen Bedingungen von David Yarrow
Entdecken Sie mehr auf Youtube und auf [tagheuer.com/cara](https://www.tagheuer.com/cara)

TAG HEUER CARRERA LADY



Warum nur einen einzigen Diamanten am Ohrflüppchen tragen, wenn man so auch 260 Stück ausführen kann? Coup d'Éclat von Cartier.

Ganz Ohr

LINKS UND RECHTS DER GLEICHE OHRRING?
WIE LANGWEILIG! WER SEINEN OHREN ETWAS GLAMOUR
VERPASSEN WILL, SETZT AUF ASYMMETRIE.

TEXT MARIANNE ESCHBACH

NACH COCKTAILRINGEN, Zweifingerringen und Ringen im Berber-Stil knüpft sich die Schmuckbranche nun den nächsten Ring vor. Die Rede ist vom Ohrring, der gerade ganz neu gedacht wird. Oft handelt es sich nämlich nur um ein einzelnes Stück. Die Regel, wonach Ohrschmuck in Form zweier identischer Teile daherkommt, gilt nicht mehr. Oder sie wird frei interpretiert, indem man zwar zwei Ohrringe trägt, jedoch zwei verschiedene. Kombinieren ist jetzt nicht nur erlaubt, sondern erwünscht; das gilt für Farben, Steine und auch für Goldarten. Weshalb nicht einen gelbgoldenen Stecker und einen rotgoldenen Ohrhänger zusammen tragen?

Unser Gehirn empfindet Symmetrie als schön, weil der Welt ein symmetrischer Konstruktionsplan zugrundeliegt. Wir leben aber in einer disruptiven Zeit, und da passt der Trend zur Asymmetrie ganz gut. Zudem ist das Ungleiche gerade im Schmuck keine neue Erscheinung: Edelsteine sind rar, und zwei haargenau gleiche findet man kaum. Also werden ähnliche Steine in einem Schmuckstück verarbeitet. Die feinen Unterschiede offenbaren sich oft erst bei genauem Hinschauen – und machen den Charme und die Schönheit des Stückes aus.

Seit etwa 8000 Jahren tragen die Menschen Ohrringe: zum Schutz, als

Stammeszeichen, nicht zuletzt als Schmuck. Dieser ist der Mode unterworfen, die gerade einen grossen Teil ihrer Inspiration aus den 70er-Jahren bezieht. Einem Jahrzehnt, in dem Protestkulturen gediehen. Da waren erst Flowerpower und die Hippies und dann die Punks, die die Disziplin des Körperschmucks beherrschten wie niemand sonst. Es war auch die Zeit, in der das Ohrlöcherstechen weitverbreitet war. Während die Punks ihre Piercings auf immer extremere Spitzen trieben, bekamen die Töchter des braven Bürgertums Ohrstecker zur Konfirmation.

Glamour und ein bisschen Punk

Mit gefällt gewinnt man jetzt keine Fashionpunkte mehr. Wie gut aber, wenn die in der Jugend geschossenen Ohrlöcher noch da sind: Sie erweisen sich als nützlich, um den angesagten Schmuck zu befestigen. Dieser stammt nicht nur von Modelabels, sondern vor allem aus der Topliga der Juweliers. Diese edlen Stücke stecken oft nicht im Ohrflüppchen, sondern besetzen gleich das ganze Ohr; sind sie doch traditionell befestigt, fallen sie durch Farbigkeit und Ungleichheit auf. Vom Punk inspiriert kommen sie als sogenannte Ear Cuffs oder Ohrmanschetten daher, die ihr diamantenes Feuer rund um die Ohrmuschel versprühen.

Das Gute, wenn klingende Namen aus dem Juwelierfach ihre wilde Seite entdecken: Die extravaganten Stücke sind durchdacht konstruiert und sitzen auch ohne Piercings

fest am beziehungsweise auf dem Ohr. Löcher nachschliessen ist also oft gar nicht nötig. Das beste Beispiel dafür, wie Chic und Rebellion zusammenpassen, lieferte neulich Tilda Swinton, als sie mit nur einem Perlenohrring von Delfina Delettrez (s. Bild) zur Premiere ihres neuen Films auftauchte.

Übrigens: Dass gestochene Ohrringe die Sehkraft verbessern, ist Aberglaube, dass Ohrschmuck Glamour ins Gesicht bringt, ist hingegen eine Tatsache. ☉



Ohrring Nuevo Mundo aus Gold mit Diamanten, Saphiren, Amethysten, Turmalinen, Spinellen und Tsavoriten, Lydia Courteille Paris.

Ohrring Lotus aus Roségold mit London-Blue-Topas, Blush-Mondstein und Kettenanhänger, Ole Lynggaard Copenhagen.

Ohrring L'Esprit du Lion Dazzling aus Gelbgold mit gelbem Beryll und Diamanten, Chanel.

Ohrclip aus Fairmined-Weissgold und Diamanten, Rihanna for Chopard.

Ohrmanschette Fiorever aus Weissgold mit Diamanten, Bulgari.

Ohrring Magic Alhambra, aus Roségold mit grauem Perlmutter und Diamanten, Van Cleef & Arpels.

Ohrmanschette Multipearl aus Gelbgold mit Perlen, Delfina Delettrez.

Ohrring Rose Ajourée aus Roségold mit Brillanten, Piaget.

#BORN TODARE

Als einer der engagiertesten Spieler seines Sports hat er Generationen von Fans inspiriert und den Fußball in aller Welt gefördert. So wurde er weit über den Fußballplatz hinaus als Unternehmer, Philanthrop und Stilikone zum Vorbild für Millionen. Das Leben mancher Menschen wird von Kompromissen bestimmt. Andere sind bereit, ein Leben lang etwas zu wagen. **#BornToDare**

BLACK BAY
BRONZE



DAVID BECKHAM


TUDOR



Whitout auf dem Catwalk:
Die aktuelle Herbst/Winter-
kollektion von Jil Sander.

Weiss, weisser, **Winter**

KEIN WINTER OHNE SCHNEE. Was aber, wenn der sich aufgrund klimatischer Umwälzungen rar macht? Tja, dann gibt es nur eine Lösung: Man muss selbst für die weisse Pracht sorgen. Was derzeit kein Problem darstellen sollte, denn die Modegötter meinen es gut mit Weissträgern. Burberry schickte seine Models in bodenlangen, schneeweissen Röcken über den Laufsteg, bei Alexander McQueen waren die Jupes zudem plisziert. Simon Jacquemus – der 28-jährige Franzose ist derzeit das Lieblingswunderkind des Modezirkus – schlägt Kleider vor, die uns wie vereiste Gletscherbäche aussehen lassen (auf gute Art, natürlich). Für den wärmenden Ausgleich sorgt Dior mit einer weissen Lammfelljacke. Oder man schnappt sich eins der grossmaschigen, ach was, riesenmaschigen Strickteile, die derzeit überall

zu finden sind. Weiter gehts mit den Accessoires: weisse Tasche, weisse Schuhe – aber bitte nicht die ewigen Ledersneakers. Lieber Cowboy-Stiefeletten (Calvin Klein) oder ein Paar Derbies mit ordentlicher Plateausohle (Robert Clergerie). Und dann, äusserst wichtig: die passende Attitüde. Vergessen Sie ganz schnell alle Klischees zu weissen Outfits, von wegen Erstkommunion und braves Schulmädchen und so. Wer weiss trägt in der Winterrealität da draussen, wo Glitzerschnee Wunschtraum bleibt und stattdessen braungrauer Pflotsch auf uns wartet, der muss allfälligen Dreckspritzern mit Fassung begegnen. Noch besser: mit geradezu prinzenhafter Nonchalance (oder prinzenhafter: die Herren der Schöpfung sind nachdrücklich aufgefordert, den Trend mitzumachen). In diesem Sinne: Möge die weisse Macht mit uns sein! ☺

Sternen **himmel...**

ROMANTISCHER GEHTS KAUM:
AVENTURIN – OB AUS GLAS ODER STEIN –
ZAUBERT UNS IM NU HUNDERTE
MINI-STERNSCHNUPPEN ANS HANDGELENK.

TEXT MATHILDE BENUITRY

LIEBE ABENTURER, die ihr von Polarlichtern träumt, liebe Sternguckerinnen, die ihr am Firmament Gestirnsbilder sucht und ungeduldig auf den nächsten Meteoritenregen wartet: Diese Uhren sind etwas für euch! Hält sich der Himmel bedeckt, holen sie das tiefe Blau der Nacht mitsamt der Sterne an euer Handgelenk. Und zwar dank eines Zifferblatts aus Aventurin (hach, nur schon dieser Name!), dessen funkelnde Einschlüsse jedes Ablesen der Uhrzeit in einen kleinen Wow-Moment verwandeln. Kommt hinzu, dass solche Modelle eher rar sind: Weil es nicht ganz einfach ist, Aventurin ohne Luftbläschen und mit regelmässig verteiltem Glitter hinzubekommen, wird das Material in Uhrmacherateliers nur selten verwendet.

Und wer hats erfunden?

Um die Herkunft des schimmernden Werkstoffs ranken sich zahlreiche Legenden. Die erste spielt in einer Glasfabrik in Murano, wo einem Glasbläser im 13. Jahrhundert Kupferspäne in ein Gefäss mit geschmolzenem Glas gefallen sein sollen – ein kleines Missgeschick mit abenteuerlichem Ausgang («avventura»). Eine zweite, historisch eher plausible Version bringt die alten Ägypter ins Spiel, die sich schon vor Tausenden von Jahren auf die Herstellung von Aventuringlas verstanden. Und schliesslich will ein Glasbläser namens Murano Salviati in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts auf das Material gestossen sein. Als wäre das nicht schon verwirrend genug, wurde der Name Aventurin im 19. Jahrhundert von der Wissenschaft einerseits für einen Quarz übernommen, der aussieht, als enthalte er kleine goldene Pailletten (tatsächlich sind es Einschlüsse von Hämatit oder Glimmer), andererseits für Feldspat.

Es gibt also genau genommen vier Arten von Aventurin: das Glas – das von Uhrmachern bevorzugt wird, weil es transparenter und gleichmässiger ist als die anderen Materialien –, dann die beiden Gesteine Quarz und Feldspat und schliesslich noch den Aventurinlack, eine in China entwickelte Imitation. Ein Laie wird all diese Materialien nur schwer auseinanderhalten können. Nicht schlimm: Ein Augenschmaus ist solch eine funkelnde Uhr in jedem Fall. Und, bei träumerisch Veranlagten, zudem eine willkommene Erinnerung an romantische Nächte unter freiem Himmel (unter Ausblendung der hungrigen Mückenschwärme, wohlgemerkt)... Mit anderen Worten: Mit einer solchen Uhr stehen die Sterne immer richtig ☉.

Parmigiani Fleurier Kalparisma Nova Galaxy, Automatikuhwerk, 37.5 x 31.2 mm, Roségold, Zifferblatt aus Aventuringlas.

Bulgari Diva's Dream, Automatikuhwerk, 37 mm, Weissgold, Saphire, Diamanten, Drehscheibenzifferblatt aus Aventurin mit Sternbildsujets aus Diamanten.

Dior Grand Bal Plume, Automatikuhwerk, 36 mm, Stahl, Zifferblatt aus Aventurin.

Jaquet Droz Grande Seconde Moon Aventurine, Automatikuhwerk, 39 mm, Stahl, 172 Diamanten, Zifferblatt aus Aventurin.

Longines Conquest Chronograph by Mikaela Shiffrin, Quarz-Chronograf, 36 mm, Zifferblatt aus Aventurin.

Van Cleef & Arpels Complication Poétique Lady Arpels™ Planétarium, Automatikuhwerk, 38 mm, Weissgold, Zifferblatt aus sieben Aventurinscheiben.

Girard-Perregaux Cat's Eye, Automatikuhwerk, 39 mm, Weissgold, 52 Diamanten, Zifferblatt aus Aventurin.

Cartier Rotonde Heure Mystérieuse, mechanisches Uhrwerk mit Handaufzug, 35 mm, Weissgold, Zifferblatt aus Aventurin.

ZUCKER

MAGIER

CÉDRIC GROLET GILT ALS DER BESTE PATISSIER DER WELT. DER 32-JÄHRIGE FRANZOSE VERLEIHT DEM BEGRIFF DESSERT EINE VÖLLIG NEUE DIMENSION.

TEXT RENATA LIBAL



Der Rubik's Cake ist eine der Markenzeichen-Kreationen von Cédric Grolet. Die Zutaten der einzelnen Würfelchen variieren je nach Saison.

ALEXANDRA IST UNTRÖSTLICH. So etwas ist der Medienchefin des Nobelhotels Le Meurice wirklich noch nie passiert, das sei «ganz und gar nicht die Art des Hauses», versichert sie. Was ist passiert? Chefpatissier Cédric Grolet hat die angereiste Journalistin versetzt – und überlässt es Sprecherin Alexandra, den Interviewtermin in letzter Minute abzusagen. Ihre Bestürzung ist nachvollziehbar: Das Meurice ist ein Etablissement, in dem vornehme Lebensart und Manieren in Perfektion geübt werden. Das älteste Luxushotel von Paris, an der Rue de Rivoli in Gehdistanz zur Place de la Concorde, zum Louvre und zu den Tuileries gelegen, zelebriert eine am 19. Jahrhundert angelehnte Noblesse – in einem Ambiente aus Kristalleuchtern, Marmor, goldgerahmten Spiegeln... Diese Idylle sieht man nur sehr ungern durch die hektische Realität des 21. Jahrhunderts gestört.

Wobei: Die Tradition verbindet sich hier mit einem scharfen Sinn für das Moderne. Der Designer Philippe Starck leitete die letzte Renovation – und änderte am Bestehenden nur so viel, wie unbedingt notwendig war. Für die Gastronomie des Hauses zeichnet der weltberühmte Alain Ducasse verantwortlich, sekundiert vom Jungtalent Jocelyn Herland. Und was kommt als Nachspeise auf den Tisch? Ein Apfel. Bloss, dass dieser Apfel natürlich viel mehr als ein Apfel ist: Hier wird die Handschrift des Pioniers Cédric Grolet sichtbar. Der aus der Industriestadt Firminy in der Region Auvergne-Rhône-Alpes stammende 32-Jährige verdankt seinen kometenhaften Aufstieg am Zuckerbäckerhimmel der Art, wie er das Konzept Dessert komplett umgestaltete. Er sucht den reinen Geschmack, frei von jedem überflüssigen Aroma. Am bekanntesten sind Grolets unerhört fotogene Trompe-l'oeil-Früchte, die fast echter aussehen als ihre natürlichen Vorbilder. Legendar ist etwa seine Noisette, bestehend aus Haselnussbiscuit, Haselnussganache, einem Kern aus Caramel und Haselnusspraliné und einem Schokoladenüberzug.

Kaum hatte Grolet vor sieben Jahren im Meurice angeheuert, wurde er auch schon mit Auszeichnungen überschüttet. Zu den jüngsten Preisen gehörte im Oktober 2017 die Ernennung zum besten Restaurant-Patissier der Welt durch die Association des Grandes Tables. Bestätigt wurde dieser Titel im Juni 2018 von der World's-50-Best-Liste. Seit letztem Frühling können Pariser Schleckmäuler seine kleinen Wunderwerke im hoteleigenen Take-away kaufen; vom Laden aus kann man den Patissiers des Meurice zusehen, wie sie die bestellten Kunstwerke à la minute gestalten.

Doch zurück zum geplatzten Interview, das gewissermaßen dem Genie des vielgefragten Mannes zum Opfer gefallen ist. Können wir einen neuen Termin festlegen? Unmöglich. Der Meister fliegt nach China, danach nimmt er als Jurymitglied am Salon du Chocolat teil, neben seiner Arbeit im Meurice, bevor er zu einer Masterclass für Profi-Patissiers nach Kolumbien aufbricht. Und so weiter. Bei dieser Agenda bleibt nicht einmal Zeit für ein Telefonat. Das folgende Interview ist deshalb eine Art Flickwerk (was sonst bei encore! nicht die Art des Hauses ist...). Will heißen: Die Fragen stammen von der Journalistin, die Antworten von Cédric Grolet – doch dazwischen schwirrte ein ganzes Team von Assistenten und Sekretärinnen umher, die Alexandra anriefen, sobald der Chefpatissier eine freie Minute hatte, so dass sie seine Antworten notieren konnte, Satz für Satz. Das brauchte eine ganze Woche und einige Präzisierungen per E-mail. Lassen Sie sich das Ergebnis schmecken!

Beste Patissier der Welt... Was bedeutet ein solcher Titel für Ihren Alltag? Was wollen und können Sie noch erreichen?

Ich war schon immer sehr anspruchsvoll, im Persönlichen wie im Beruflichen. Diese Auszeichnung motiviert mich. Als ich sie erhalten habe, ist mir noch einmal bewusster geworden, dass die Leute, die zu uns ins Meurice kommen, hier ganz ausserordentliche Nachspeisen erwarten. Mein Ziel ist es, sie glücklich zu machen. Ihnen unvergessliche Geschmackserlebnisse und Erinnerungen zu bescheren.



Ihr Markenzeichen sind die Trompe-l'oeil-Früchte. Sie haben darüber 2017 sogar das Buch «Fruits» veröffentlicht. Ja, wobei das Buch vor allem Rezepte mit Obst enthält. Es finden sich darin mehr Tartes als gestaltete Früchte. Das Buch zeigt, wie sich meine Arbeit nach den Jahreszeiten ausrichtet. Jedes Kapitel ist einer Fruchtfamilie gewidmet: den Zitrusfrüchten, dem Kernobst, den Trockenfrüchten... «Fruits» spiegelt also die Gesamtheit meines Obst-Repertoires wieder, nicht nur die Trompe-l'oeils.

Ihre Kreationen sind teils so spektakulär, dass man Skrupel hat, sie zu essen. Ich denke etwa an den «Clin d'oeil», das «Augenzwinkern», das Sie anlässlich der Fashion Week für das Modehaus Schiaparelli geschaffen haben: ein Globus, den man mit dem Löffel aufbrechen konnte!

Die Zusammenarbeit mit Modehäusern erlaubt es uns, Patisseries zu kreieren, die man unmöglich auf eine Speisekarte setzen könnte. Für mich ist das eine willkommene Übung: Es tut gut, neue Wege zu gehen und der Fantasie freien Lauf zu lassen. Auf diese Weise kann ich meine Kreativität trainieren.

Das Dessert war bisher oft eine süsse kleine Zügellosigkeit am Ende eines Mahls. Nicht so bei Ihnen. Was ist Ihre Vision? Ich glaube, dass den Kunden diese sehr süssen und komplizierten Nachspeisen verleidet sind. Also wollte ich eine Alternative schaffen, indem ich Optik und Geschmack maximal vereinfachte – was sich ironischerweise als äusserst kompliziert erwies. Ich will, dass die Gäste erkennen, was sie essen. Deshalb arbeite ich immer nur mit einer Frucht, immer nur mit einem Gewürz pro Dessert.

Würden Sie das als Ihr Markenzeichen bezeichnen?

Vielleicht mehr noch die Art, aufs Wesentliche zu fokussieren. Ich habe in meinen Desserts alles Überflüssige eliminiert: die Dekorationen, die Coulis, all das. Ich wollte möglichst einfache Kreationen. Wieso soll man eine Zutat so lange verwandeln, bis man nicht mehr erkennt, was man eigentlich isst?

Die Art und Weise, wie wir essen, hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Gilt das auch für die Desserts?

Das gilt für die süsse Küche sogar ganz besonders! Vor einigen Jahren sprach noch niemand von Chefpatissiers. Jetzt sind sie plötzlich weltweit ein Thema. Wir arbeiten heute mit viel gesünderen Produkten. Ich beispielsweise habe raffinierten Zucker komplett aus meiner Küche verbannt. Auch in der Konditorei geht es heute um den Geschmack, um die Ursprünglichkeit der Produkte. Ich bringe den Zutat, die ich kaufe, Respekt entgegen: indem ich sie veredle.

Vegan, glutenfrei, ohne Laktose... Welchen Einfluss haben die neuen Empfindlichkeiten und Trends auf Ihre Arbeit?

Jedem das Seine. Meine Aufgabe ist es, echte, klassische Desserts herzustellen, also solche mit Gluten, mit Eiern, mit Zucker. Andere kennen sich bei den neuen Trends besser aus, und ihnen überlasse ich es, dieses Terrain zu erkunden.

Gibt es eine Zutat, aus der Sie gern mal ein Dessert machen würden, die Sie aber bisher nicht verwendet haben?

Wenn es eine solche Zutat gäbe, hätte ich sie schon angepackt.

Wie funktioniert der Dialog zwischen salzig und süss im Meurice? Also zwischen Alain Ducasse und Ihnen?

Das hat sich sehr gut eingespielt, und zwar nicht nur im Duo mit Ducasse, sondern im Trio mit Jocelyn Herland. Manchmal gehe ich

in die Küche, um zu kosten, was sie zubereiten. Das inspiriert mich. Umgekehrt kommen die Chefköche auch zu mir. Es ist ein fruchtbarer Austausch. Wenn die Küchenchefs etwas entdecken, bringen sie es mir, und wir degustieren und besprechen es gemeinsam.

Sie sind ein Instagram-Star mit mehr als einer Million Followern. Das ist enorm!

Für mich ist das ein ganz wichtiges Instrument, denn so kann ich meine Welt mit den Leuten teilen, mich mit ihnen austauschen. Das pflege ich sehr bewusst. Ich bemühe mich, wirklich gute Fotos zu posten, mit passendem Bildausschnitt und harmonischen Farben. Zu Beginn befasste ich mich nicht mit Social Media, eine Freundin hat mir dazu geraten. Sie war sicher, dass ich Erfolg haben würde, doch ich konnte mir nicht vorstellen, dass jemand Fotos von Kuchen liken würde. Und heute? Bin ich einer der weltweit wichtigsten Influencer im Food-Bereich. Kaum zu glauben!

Und Ihr Team? Wenn man Ihre Mitarbeiter auf einem Gruppenfoto sieht, könnte man meinen, sie seien im Casting für eine Modenschau gefunden worden...

Jetzt bringen Sie mich zum Lachen! Nein, das ergibt sich ganz natürlich. Ich würde meine Mitarbeiter nie nach ihrem Aussehen auswählen. Aber es stimmt, dass wir uns gut verstehen, dass wir vieles gemeinsam haben. Das setzt wohl erkennbar positive Energien frei.

Inspiration finde ich vor allem bei **Salzigem.** Ich bin süchtig nach **Gewürzen**

An welchen Leckereien wurde Ihr Gaumen geschult, als Sie noch ein Kind waren?

Zum Znüni gaben mir meine Eltern jeweils Früchte mit. Die früheste kulinarische Erfahrung verdanke ich aber meinem Grossvater, der ein Hotel mit Restaurant betrieb. Als ich seine Glacémaschine entdeckte, steckte ich meinen Finger in die Masse, aber es gelang mir nicht, etwas zu naschen: Das Eis schmolz mir in den Fingern weg.

Sind Sie ein Süssschnabel?

Da muss ich fast schon mit Ja antworten, nicht wahr? Sagen wir es so: Ich liebe Süsses, aber Inspiration finde ich eher bei Salzigem. Auf Reisen esse ich nur salzig. Ich bin geradezu süchtig nach Gewürzen.

Apropos Reisen: Sie halten in der ganzen Welt Masterclasses. Was bringt Ihnen das?

In jungen Jahren hatte ich leider keine Gelegenheit zum Reisen, aber jetzt hole ich ja zünftig auf. Ich liebe es, unbekannte Länder zu entdecken und neue Leute kennenzulernen, das ist wirklich etwas vom Besten an meinem Beruf. Die Masterclasses ermöglichen es mir nicht nur, Wissen weiterzugeben, sondern auch, meine Arbeitsweise immer wieder zu überprüfen und Neues zu entwickeln.



LECKER UND KUNSTVOLL

LINKE SEITE

Den schneeweißen Spekulatius mit Vanille und Caramel gibts im Hotelladen zu kaufen – auf Vorbestellung.

DIESE SEITE OBEN

Cédric Grolets Version der Bûche de Noël setzt ganz auf Esskastanien: Im Kuchen trifft man auf Marroni in Mousse-, in Crème-, in Chips-, in Glacé- und in Biskuitform. Als geschmackliches Gegengewicht dienen Haselnusspraliné und Zitronengelée.

UNTEN

Grolets absoluter Verkaufsschlager: Die Torte, die zu hundert Prozent aus Schokolade besteht. Sieben Jahre wurde daran getüftelt! Das Resultat kann sich sehen – und vor allem schmecken – lassen: Eine Infusion aus Kakaobruch auf einem Kakaobruchbiscuit mit Schokomousse und Kakaobruch-Praliné.

Was kochen Sie zuhause?

Gar nicht! Ich habe leider keine Zeit, mein Kühlschrank ist immer leer. Ich esse meist in Restaurants. Weil ich es aber hasse, aus Speisekarten wählen zu müssen, bitte ich oft andere, mir das abzunehmen. Wenn sie mich gut kennen, bestellen sie rotes Fleisch und Salat. Einfache Geschmacksrichtungen, ohne Chichi.

Und wie halten Sie sich bei Ihrer kalorienreichen Arbeit fit?

Ich gehe mehrmals pro Woche im Tuileriengarten joggen. Ansonsten habe ich keine Gesundheitsroutine. Ich frühstücke nicht einmal, schlicht, weil mir die Zeit dafür fehlt.

Bald ist Weihnachten, die Zeit der traditionellen französischen Weihnachtsrouladen. Was für eine Bûche de Noël kommt im Meurice auf den Tisch?

Dieses Jahr sind es zwei verschiedene, eine für das Restaurant Le Dalí und eine für den Laden. Bei beiden bilden Esskastanien die Basis, aber wohlgemerkt nur frische, weil das Dessert sonst zu süß würde. Beide Kuchen sind ähnlich aufgebaut, aber die Bûche fürs Restaurant wird mit einer Schokoladenschicht überzogen, und die Marroni wurden erst geräuchert. Das gibt eine Geschmacksbombe!

Wo verbringen Sie die Festtage?

Im Meurice natürlich, um unsere Gäste zu verwöhnen!

An welcher Überraschung für Ihre Gäste tüfteln Sie derzeit?

An der Noisette 2.o.

Inwiefern wird sie sich von der Ur-Noisette unterscheiden?

Ich überarbeite alle Kreationen permanent, aber die Haselnuss wird stärker verändert. Ich will den Goldstaub weglassen. Das ist gerade eines der grossen Themen in der Patisserie des Meurice: der Verzicht auf Goldstaub und Lebensmittelfarben. Wenn alles nach Plan läuft, wird die neue Nuss Anfang Jahr erhältlich sein. ☺



MODE

HÜBSCH VERPACKT

SCHLEIFEN, GLITTER,
TRANSPARENZ: WAS BEI
GESCHENKEN FUNKTIONIERT,
PASST AUCH IN DER MODE.

FOTOS PHILIPPE BIANCOTTO
STYLING SONIA BÉDÈRE



DIE GROSSE Kleid, *Dice Kayek*. Stiefel, *Nina Ricci*. Springseil Christopher aus Leinen und Leder, *Louis Vuitton*. DIE KLEINE Béret, *Emile & Ida*. Samtgilet, *Bonpoint*. Baumwollhose, *Milk & Biscuits*. Lederstiefeletten, *Ecco*.



DIE GROSSE Brille, **Barton Pereira**. Samtblazer, **Bonpoint**. Top, **Alexandre Vauthier**. Lederjupe, **Nina Ricci**. Overknees aus bedrucktem Leder, **Chanel**. Umhängetasche Little, **Karl Lagerfeld**. **DIE KLEINE** Haarreif, **Benoît Missolin**. Pullover und Leggings, **Ralph Lauren**. Lederstiefeletten, **Ecco**. Halskette Iconic Swan, rhodiniertes Metall und Mikrokristallperlen, **Swarovski**. **AUF DEM TISCH** Memory-Spiel Emma, **Louis Vuitton**. Mini-Schach Samarcande und Riesenspielkarten, **Hermès**. Kuchen: Bûche de Noël in Kugelform, **Hotel Beau-Rivage Palace, Lausanne**.



DIE GROSSE Spitzenkleid und Stola aus Kunstpelz, **Elie Saab**. Paillettenbesetzte Pumps Pascal mit Absatz in Schlangenlederoptik, **Rochas**. **DIE KLEINE** Baumwollkleid und Gilet aus Kunstpelz, **Chloé**. Strumpfhose, **Falke**. Riemchenballerinas, **Bonpoint**. Armband Together Forever, Sterlingsilber, Roségold und Zirkonia, **Thomas Sabo**.



DIE GROSSE Lederkleid und Satinsandaletten, **Alexandre Vauthier**. **DIE KLEINE** Cape und Jupe mit Fischgrätmuster, Bluse mit Rüschenkragen, **Louis-Louise**. Strumpfhose, **Falke**. Riemchenballerinas, **Bonpoint**.



DIE GROSSE Baumwollbody, **Alexandre Vauthier**. Samtblazer und Tüllrock, **Bonpoint**. Stiefel, **Nina Ricci**. Zuchtperlencollier, **Baszanger**. **DIE KLEINE** Samtblazer, Tüllrock und Ballerinas, **Bonpoint**. **AUF DEM TISCH** Farbstifte, Neocolor-Wachspastelle und Füller aus der Serie Season's Greetings, **Caran d'Ache**. Bleistift Excellence, **Faber-Castell**. Papeterie, **Le Pigeon Voyageur**.



DIE GROSSE Kleid, Seidenbluse, Strümpfe und Lederstiefeletten, **Chloé**. **DIE KLEINE** Wollpullover und Samtshorts, **Ketiketa**. Strumpfhose, **Falke**. Riemchenballerinas, **Bonpoint**.
Fotoassistenz Nominée Queinnec **Haare/Make-up** Laetizia Di Milta **Models** Astrid (Kind), Johanna/Marilyn Agency **Art Direction** Géraldine Dura **Produktion** Lucie Voisard **Casting** Isadora Banaudi **Accessoires** Julie Gaudio
Wir bedanken uns beim Hotel Beau-Rivage Palace in Lausanne für die Zurverfügungstellung der Lokalität.

GESCHENKE

VON OBEN NACH UNTEN
Schirmmütze aus Kunstpelz,
ca. 280 Fr., **Benoît Missolin**.
Tasche Lady Dior aus Toile-de-Jouy,
ca. 4800 Fr., **Dior**. Umhängetasche
in Herzform, ca. 85 Fr., **Little Marc
Jacobs**. Pailletten-Mules Pascal mit
Absatz in Pythonoptik, ca. 800 Fr.,
Rochas. Clutch aus Rosshaar und
Leder, ca. 275 Fr., **Etablissements**.
Schnürschuh Thorton in
Camouflage-Optik, ca. 115 Fr.,
Polo Ralph Lauren. Herrenslippers,
Rosshaar mit Leoprint, ca. 795 Fr.,
Louboutin. Riemchenpumps
mit Leoprint und Schliesse in
Rosenform, 790 Fr., **Roger Vivier**.

ZAUBERWALD

MÄRCHENHAFT SCHÖNE ACCESSOIRES,
SCHMUCK UND DÜFTE FÜR UNTER DEN BAUM.

FOTOS PHILIPPE BIANCOTTO STYLING JULIE GAUDIO, SONIA BEDÈRE UND MATHILDE BINEYRUX



**VON LINKS NACH RECHTS
UND VON OBEN NACH UNTEN**
Black Bay Fifty-Eight, Stahl,
Automatikuhrwerk, 39 mm,
wasserdicht bis 200m, Lederband,
3100 Fr., **Tudor**. Epurato Safari,
Stahl, Automatikuhrwerk, 42 mm,
Band aus Kuduleder, 2490 Fr.,
Anonimo. Pilote Type 20, Bronze,
Automatikuhrwerk, 45 mm, Band
aus Nubukleder und Kautschuk,
6900 Fr., **Zenith**. Big Crown
Bronze Pointer Date, Bronze,
Automatikuhrwerk, 36 mm,
Lederarmband, 1800 Fr., **Oris**.
Monaco, Stahl, Quartzuhrwerk,
37 x 36 mm, Zifferblatt mit zwölf
Diamanten besetzt, Alligator-
armband, 2350 Fr., **TAG Heuer**.
1858 Automatic, Stahl und Bronze,
Automatikuhrwerk, 40 mm,
Band aus Kalbsleder, 2700 Fr.,
Montblanc. Khaki Field Mechanical,
Stahl, mechanisches Uhrwerk mit
Handaufzug, 38 mm, Natoband,
450 Fr., **Hamilton**. Luminor
California 8 Days DLC,
DLC-beschichtetes Titan,
mechanisches Uhrwerk mit
Handaufzug, 44 mm, wasserdicht
bis 300m, Lederband, 8000 Fr.,
Panerai. Hydro Conquest, Stahl
und Keramik, mechanisches
Uhrwerk mit Handaufzug, 43 mm,
wasserdicht bis 300m, Kautschuk-
band, 1500 Fr., **Longines**.

GESCHENKE

VON OBEN NACH UNTEN
Amreif Happy Snowflakes, Weissgold und Diamanten, 4530 Fr., **Chopard**. Ring Grenouille Crazyimals, Weiss- und Gelbgold, Keramik, Smaragde, Rubine, rosa Saphire und Amethyste, 26100 Fr., **de Grisogono**. Halsketten von links nach rechts Halskette Tangerine, vergoldetes Metall, 745 Fr., **Aurélie Bidermann**. Halskette Camélia, Keramik, Weissgold und Diamanten, 8650 Fr., **Chanel**. Halskette Symboles Stella, Weissgold und Diamanten, 990 Fr., **Bucherer**. Halskette mit Mottenanhänger aus der Paper-Flowers-Kollektion, Platin, weisse und gelbe Diamanten, 5950 Fr., **Tiffany & Co**. Halskette aus Weissgold mit Diamantanhänger, 8000 Fr., **Gübelin**. Ohrhänger Serpent, Gelbgold und Diamanten, 4150 Fr., **Ole Lynggaard Copenhagen (Juwelier KURZ)**. Clip in Eulenform aus der Lucky-Animals-Kollektion, Gelbgold, Perlmutter und Onyx, 6400 Fr., **Van Cleef & Arpels**.





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

Mutiny, Eau de parfum,
179 Fr./90ml, **Maison Margiela.**
34 Boulevard Saint Germain,
Eau de parfum, ca. 170 Fr./75 ml,
Diptyque. Néroli Amara,
Eau de parfum, 190 Fr./75 ml,
Van Cleef & Arpels.
N°5 Red Edition, Eau de parfum,
202 Fr./100ml, **Chanel.**
Bulgari Man Wood Essence, Eau de
parfum, 129 Fr./100ml, **Bulgari.**
Voyage de Parfumeur, Peuplier,
Raumspray, 65 Fr./100 ml, **Laliq.**
Vanille Insensée Cologne Absolue,
Eau de Cologne, 149 Fr./100 ml,
Atelier Cologne.

GRÜNES VOM FEINSTEEN

BLUMENARRANGEMENTS IN LUXUSHOTELS
ZAUBERN TAG FÜR TAG EINE GEDIEGENE
ATMOSPHERE – VOR ALLEM ZUR ADVENTSZEIT.
DAS BRAUCHT EINIGES AN ORGANISATION...

TEXT JULIE GAUDIO

PRAKTISCH UNMÖGLICH, ihn in der grossen Eingangshalle des Hotels Beau-Rivage Palace in Lausanne zu übersehen: den grossen runden Tisch in der Mitte des Raumes, auf dem jeweils ein kunstvolles Blumengesteck drapiert ist. Vor ein paar Wochen, im November, war es ein Set leuchtend roter Vasen, in denen, farblich perfekt passend, bündelweise rote Amaryllis und Nelken zwischen Vogelbeerzweigen und gefiederten Gräsern steckten. Wunderbar harmonisch sah das aus – und wirkte wie eine visuelle Heizung.

Kein Wunder, dass es nicht nur die Hotelgäste sind, die jeweils staunend vor dem Arrangement stehen. Auch viele Lausanner verabreden sich gern in der Lobby des Beau Rivage, um dort gemeinsam einen Kaffee zu trinken und sich anzusehen, was die Floristen sich wieder Originelles haben einfallen lassen. Doch was braucht es, damit ein solches florales Kunstwerk entsteht? Marinette Déglise vom Lausanner Blumengeschäft Meylan Fleurs, das verantwortlich ist für die rund dreissig Vasen, die in der Lobby, in den Bars und in den Restaurants des Beau Rivage Palace stehen, verrät: «Es ist schon ziemlich aufwendig, was wir hier machen. Nur schon, was das Kreative anbelangt: Jede Woche gilt es, sich wieder ein neues Arrangement auszudenken, das es mit der doch sehr eindrücklichen Kulisse des Hotels aufnehmen kann.»

Und wie funktioniert das logistisch? Da greift einiges ineinander. Jeweils am Sonntagnachmittag bestellt die Floristin die Blumen ihrer Wahl; so sind sie noch ganz frisch, wenn sie am Dienstag zu Arrangements zusammengestellt werden. Die Auslieferung erfolgt mittwochs, und zwar ganz früh am Morgen, zwischen 6 und 7 Uhr. Zwei, manchmal drei Personen sind zum Aufstellen nötig – alles Männer mit starken Armen und Rücken wohlgeformt, denn die Gestecke erreichen bisweilen ein ganz schönes Gewicht. Und damit nicht genug: Neben diesen auswärtigen Kräften beschäftigt das Hotel eine eigene Floristin, die sich in einem Atelier im Soussol, gleich neben der Küche, um die kleineren Blumenarrangements kümmert. Graça Martins de Freitas ist es auch, die sich um die Orchideen in den 200 Zimmern des Palace kümmert.

Eine Lobby wie von Van Gogh

Diese florale Visitenkarte lässt sich das Lausanner Beau-Rivage Palace einiges kosten. Fast eine halbe Million Franken investiert das Haus pro Jahr in seine Blumendekorationen – und gehört damit zu den Schweizer Spitzenreitern auf diesem Gebiet. Aber auch in anderen Hotels schlägt der Posten ordentlich zu Buche: Im Ritz-Carlton in Genf beträgt das monatliche Blumenbudget zwischen 6000 und 10000 Franken (wobei es in der Vorweihnachtszeit auch mal das Doppelte sein kann). Und das Lenkerhof im Berner Oberland gibt jährlich 70000 Franken aus, um seine Eingangshalle mit Blumen

zu verschönern und den Gästen auf ihren Zimmern mit einer frischen Rose eine Freude zu machen. Die Gestecke des Lenkerhofs orientieren sich jeweils am jahreszeitlichen Kolorit der Landschaft hinter den Fensterfronten, seien das grüne Hügel im Sommer oder schneeweisse Pisten im Winter. Dafür klemmt sich die Hausfloristin einmal pro Woche für zwei bis drei Stunden hinters Lenkrad ihres Lieferwagens, um sich auf den Blumenmärkten in Thun und in Bern mit hochqualitativem Material einzudecken.

Dass Hotels auf Blumenschmuck setzen, hat Tradition. Die es zu pflegen gilt, findet Ivan Rivier, Direktor des Palace in Lausanne: «Es ist eine lebensfrohe Art, die Gäste willkommen zu heissen.» Auch im Four Seasons des Bergues, dem ältesten Hotel in Genf, lässt man den Brauch gern weiterleben – und damit eine Grandezza, wie sie früher in grossbürgerlichen Häusern gepflegt wurde. Florist Serge Marzetta, der für die Four-Seasons-Blumenarrangements verantwortlich zeichnet, lässt sich jeweils von der neoklassizistischen Architektur des 1834 erbauten Hauses inspirieren, bevor er sein wöchentliches Gesteck aus 400 bis 800 Blumen anfertigt. Das Resultat erinnert denn auch nicht selten an eine grandiose Theaterkulisse: Im Sommer zum Beispiel erinnerte die mit Sonnenblumen vollgestellte Lobby an ein Gemälde von Van Gogh.

Achtung, Fallstricke!

In Basel, im altherwürdigen Hotel Trois Rois, käme man mit einem einzigen Angestellten indes nicht sehr weit. Ganze sieben Mitarbeiter sind hier rund um die Uhr damit beschäftigt, die rund 1500 Blumen, die pro Woche bestellt werden, ins bestmögliche Licht zu rücken. Man braucht sich nur durch die Bildergalerie auf der Trois-Rois-Website zu klicken, um zu sehen, dass nicht nur die Lobby mit prächtigen Arrangements aufwartet, sondern auch die einzelnen Zimmer liebevoll mit Blumen geschmückt sind. Da ist es ein schöner Zufall, dass das noble Hotel am Blumenrain 8 residiert. Seit kurzem betreibt das Haus sogar einen eigenen Blumenladen: das nur einen Katzensprung entfernte Fleurs des Rois.

Nun mag zwar die ganze Fantasie der Floristen gefragt sein, um Luxushotels mit bunten, duftenden Kompositionen auszustatten. Aber längst nicht jede Blumensorte ist unter den hohen Stuckdecken der noblen Häuser gern gesehen: Zu intensiv duftende Blüten sind tabu – schliesslich will man weder empfindliche Nasen irritieren noch kulinarische Genüsse beeinträchtigen. Und dann kommen, angesichts der Hotelgäste aus aller Welt, auch diverse kulturelle Regeln zum Tragen: Violett beispielsweise gilt in Thailand als Farbe der Trauer – deshalb sei es wichtig, sagt Marinette Déglise vom Palace in Lausanne, Flieder, Lilien und Lavendel mit Zurückhaltung zu verwenden. In China und in Japan wiederum trauert man in Weiss; schneeweisse Pionien und Rosen wird man in den Hotelgestecken also vergeblich suchen.

Besonders gefordert sind die Hotelfloristen natürlich zur Weihnachtszeit. Da gilt es nicht nur, etwas zu entwerfen, das die restlichen Kreationen des Jahres noch einmal übertrifft. Sondern auch, nicht über allfällige religiöse Fallstricke zu stol-



Im Four Seasons Hotel des Bergues in Genf muss es die Blumendeko jeweils mit der neoklassizistischen Architektur aufnehmen können.

pern. Stechpalmenzweige? Könnten womöglich jemanden an die Dornenkrone Jesu erinnern. Zu symbolhaft! Also weg damit – und besser auf unverfängliche Tannenzweige und -zapfen gesetzt. Festliche Stimmung lässt sich damit allemal schaffen. Das Gstaad Palace zum Beispiel, das mit seinen feierlich beleuchteten Türmchen das Ortsbild dominiert, sorgt auch im Innern für Festtagslaune – und rüstet jedes Zimmer mit einem frischen (bei Stammgästen sogar nach ihrem individuellen Geschmack geschmückten) Tannenbaum sowie einem Adventskranz aus.

Aber auch Stadthotels wissen, wie sie ihre Gäste in Vorweihnachtsstimmung versetzen: Im Royal Savoy in Lausanne sowie im Baur au Lac in Zürich wird im hauseigenen Garten jeweils ein richtiges kleines Winterwunderland geschaffen, mit vielen Tännlein und gemütlichen Chalets. Das mag auf manchen von weit her angereisten Hotelgast exotisch wirken; Ansässige indes lässt der Anblick instantan in den Kuschelmodus schalten. Man sitzt da, nippt an einer heissen Schoggi, blickt auf die lichterfunkelnde Pracht hinaus... Und bedankt sich von nun an im Stillen bei all den fleissigen Händen, die nötig waren, um diese herbeizuzaubern. ☺

Eine Weihnachts-Blumendeko in Zahlen



Für die letztjährige florale Weihnachtsdekoration im Hotel Palace in Lausanne brauchte es:

- 45 Kästen mit Moos
- 60 Mooskugeln
- 600 Orchideen der gemusterten Sorte Vanda
- 48 Orchideen Vanda XL
- 700 Rosen Espérance
- 200 rosa Hortensienblüten
- 200 blaue Hortensienblüten

10 SCHWEIZER BERGHOTELS

SO LUXURIÖS UND SO COOL,
DASS MAN FAST NICHT MEHR
RAUS AUF DIE PISTE WILL.

TEXT RENATA LIBAL





1 Gstaad, Huus, hipsterig, aber heimelig

Das Hotel Viel Holz, Stein und Leder: Natürliche Materialien, raffiniert zusammengestellt, vermitteln ein Gefühl von Heimeligkeit. Man gönnt sich ein Gläschen an der Bar, schmökert in den Büchern, die hier und da herumliegen, oder mummelt sich in ein kariertes Plaid ein. Dass dies ein hippestes «Huus» ist, erkennt man an den roten Hosenträgern des Personals, den 150 (!) auf dem Tablet verfügbaren Magazinen und der Schweizer Militärdacke, die es in der Boutique zu kaufen gibt.

Das Restaurant Kein Schnickschnack, nur Einfaches und Frisches, wenn möglich aus der Region, wie etwa das Lamm mit Kräutern. Und zum Frühstück gibts unverarbeiteten Honig direkt aus der Bienenwabe.

Das gewisse Etwas Die Sicht ins Dorf ist grandios, vor allem aus dem 135 m²-Pool im luxuriösen Spa. Während man seinen Muskelkater kuriert, blickt man auf die Hänge, wo man sich diesen geholt hat (das «Abenteuer Inklusive»-Pack enthält Tourenführer, Skis zum Testen und einen Rucksack als Geschenk).
Huus Gstaad, Schönriedstrasse 74, Saanen-Gstaad, Doppelzimmer ab 270 Fr.

2 Zermatt, Cervo, das etwas andere Dorf-Feeling

Das Hotel Fast schon ein Dorf: Sechs Chalets bilden diesen zeitgeistigen Fleck, der alpines Flair (Hirschgeweih, getrocknete Blumen) mit nordischem Stil (helles Holz, minimalistische Möbel) paart. Letzten Winter wurde das Ganze durch eine 270 m² grosse Lodge ergänzt. Für alle, die gerne im Rudel reisen: Jede Wohneinheit verfügt über ein eigenes Spa – und über einen Ausblick aufs Matterhorn.

Das Restaurant Das «Cervo Puro» ist eine mehrfach prämierte Adresse, die grossen Wert auf lokale Kochkunst, Produkte und Rezepte legt. Das «Ferdinand» seinerseits bietet eine grosse Auswahl an Fondues – in einem kosmopolitischen Ambiente mit Bar. Zu den Hauspezialitäten zählen auch die Wildschweinpastete und die herrlichen Pommes Allumettes.

Das gewisse Etwas Die Rezeption erreicht man via Lift und durch einen Tunnel, und zwar direkt von der Talstation Sunnegga aus. So zentral und so diskret, dass selbst James Bond hier Skiferien machen würde.
Cervo Mountain Boutique Resort, Riedweg 156, Zermatt, Doppelzimmer ab 363 Fr.

3 Flims, The Hide, brandneu und urban

Das Hotel Gekrümmte Betonfassade mit grossen Fensterfronten: Das brandneue Boutique-Hotel (Eröffnung am 15. Dezember) verspricht, Graubünden etwas nie Dagewesenes zu bescheren. In unmittelbarer Nähe der Pisten von Laax gelegen (ausgezeichnet als bestes Skigebiet der Schweiz und Freestyle-Paradies) und mit eigenem Resident DJ ausgestattet, soll das Hotel alpines Flair urban interpretieren. Die Sessel sind plüschig, die Tapeten geometrisch gemustert: Das eigensinnige Design stammt vom schwedischen Studio Stylt Trampoli. Und natürlich fehlt auch ein Spa mit Panoramansicht nicht.

Das Restaurant Noch von niemandem getestet, aber mit Spannung erwartet: Der als «Küchenrocker» bekannte Adrian Tschanz (SRF, «Tschanz mit allem») lockt mit neu interpretierten Klassikern und vor Ort am Knochen gereiftem Fleisch.

Das gewisse Etwas Das Hotel direkt liegt über dem Stenna-Komplex mit Kino und Skivermietung.
The Hide Hotel, via Nova 80, Flims, Doppelzimmer ab 177 Fr.



4 Crans-Montana, Chetzeron, mitten auf der Piste

Das Hotel Designfans ist diese Adresse schon längst ein Begriff: als Pionier des neuen alpinen Luxus. 2015 wurde die ehemalige Bergstation der Seilbahn zu einem eleganten Hotel mitten auf der Piste umgebaut – einem der wenigen, die man wirklich direkt auf den Skiern erreicht. Die Betonwände im Innern lenken den Blick konsequent durch die vielen Fenster auf die umliegenden Gipfel. Der atemberaubenden Aussicht gibt man sich gerne hin, am besten eingekuschelt in einen Sessel in der Nähe des Cheminéeofens...

Das Restaurant Obwohl alles mit der Gondel oder dem Pistenfahrzeug hergebracht werden muss, bietet die Küche eine ausgesprochen raffinierte Karte, die lokale Traditionen mit Einflüssen aus aller Welt kombiniert. Wie wärs etwa mit Hummer in Roggenpanade oder mit Escabeche von der Forelle mit Brotchips?

Das gewisse Etwas Wenn abends die Skilifte abgestellt werden und im Tal die Lichter angehen, findet man sich (fast) allein auf 2112 Metern Höhe – und über wie unter einem glitzert und strahlt es. Einmalig.
Chetzeron, rue de Chetzeron 2112, Crans-Montana, Doppelzimmer ab 400 Fr.

5 Silvaplana, Nira Alpina, urgemütlich

Das Hotel Am Fuss des Corvatsch, in der Nähe von St. Moritz, in der hintersten Talecke des Engadins, setzt dieses Haus auf Luxus der entspannten Art. Das Holz ist hell und die Fenster sind gross, um der herrlichen Aussicht Rechnung zu tragen; das gilt auch für den Pool mit Massageliegen im wunderschönen Spa.

Das Restaurant Im «Stars», das seit Kurzem in den Händen von Chef Dariusz Durdyn ist, kommen international geschätzte Klassiker der Region auf den Tisch. Wem nach einem Drink ist, der fläzt sich in einen der Kuhfellsessel in der Rooftop-Bar und geniess die Aussicht. Eine Herausforderung ist hier nur die Wahl aus der schier endlosen Cocktailkarte (welchen Gin und welches Tonic für den Gin Tonic?). Die hauseigene Bäckerei verströmt jeden Morgen einen herrlichen Duft.

Das gewisse Etwas Während dem St. Moritz Gourmet Festival (vom 11. bis zum 19. Januar 2019) wird der indische Chef Manish Mehrotra aus New Delhi im Restaurant «Stars» zu Gast sein und die Karte mit Gerichten aus seiner Heimat bereichern.
Nira Alpina, via dal Corvatsch 76, Silvaplana, Doppelzimmer ab 312 Fr.

6 Lenzerheide, Revier Mountain Lodge, reduziert

Das Hotel In dem weiten Holzbau mit den grossen Fensterfronten am Ufer des Heidsees bietet jedes Zimmer Blick aufs Wasser (respektive aufs Eis) und beschränkt sich auf das Wesentliche: ein gutes Bett, eine blitzsaubere Dusche, ein ausgezeichnetes WLAN. Nichts Rustikales gibts hier, nur guten Service, der ganz entspannt erbracht wird. Das Hotel, das erst letzte Saison eröffnet hat, ist das erste einer jungen Schweizer Marke, die ein Umdenken in der klassischen Hotellerie anregt. Alles wird übers Internet organisiert. Ein paar Klicks – und schon bezieht man sein Zimmer, ohne Rezeption, ohne Papierkram.

Das Restaurant Im «Josper Grill» setzt man auf sichere Werte in höchster Qualität: Fleisch, Fisch und Gemüse vom Grill, Burger und Schoggikuchen. An langen Gemeinschaftstischen sitzend, kann man aus 30 verschiedenen Biersorten auswählen.

Das gewisse Etwas Hier bezahlt man nur das, was man wirklich braucht. Wer etwa darauf verzichtet, dass sein Zimmer gemacht wird, spart 30 Franken am Tag.
Revier Mountain Lodge, Via Principala 84, Vaz / Obervaz, Doppelzimmer ab 126 Fr.



7 Adelboden, The Cambrian, eine Prise Wales

Das Hotel Das ehemalige, 1900 erbaute Grandhotel Regina erhielt 2007 eine Rundumerneuerung. Mit dem neuen Besitzer aus Wales (daher der Name) kam auch ein neues Design: moderne Schlichtheit mit einem Touch britischer Klasse. Köstlicher Kuchen als Willkommensgeschenk auf dem Zimmer, Pflegeprodukte in grossen Behältern, um der Verschwendung entgegenzuwirken, und perfekt gemixte Cocktails an der Bar... Was will man nach einem Tag auf den Pisten des Berner Oberlands mehr?

Das Restaurant Küchenchef Marc Fuchs bietet seine Gerichte als kleine Gemeinschaftsteller zum Teilen an. Auf diese Weise kann man gut und gerne vier verschiedene Köstlichkeiten aufs Mal probieren. Neben Geflügel und Kräutern aus der Region kommen auch Aromen aus weiter Ferne zum Zug: Algen, Shiitake, Muscheln...

Das gewisse Etwas Herzstück des Spa-Bereichs ist das Panoramabecken, in dem man bis zum Sonnenuntergang vor sich hin sprudeln und träumen möchte. **The Cambrian Hotel, Dorfstrasse 7, Adelboden, Doppelzimmer ab 243 Fr.**

8 Chandolin, Chandolin Boutique, rustikal mondän

Das Hotel Das 2016 eröffnete, komplett nach Süden ausgerichtete Hotel bietet einen herrlichen Blick ins Val d'Anniviers und ist bereits ein sicherer Wert. Gäste aus dem ganzen Tal treffen sich hier auf ein Glas in der Moonbar oder an den wärmenden Kohlenbecken vor dem Eingang. Das Ambiente vermittelt ein Hauch von Metropole im Herzen der Alpen: Dafür sorgt der Kontrast aus farnefroher Beleuchtung und rauem Stein, Zedernholz und Kuhfellteppichen.

Das Restaurant Stéphane Coco, einst Küchenchef bei Joël Robuchon in Monaco, hat «Le Restaurant» eine beachtliche Anzahl Gault-Millau-Punkte beschert. Er schafft es, auf 2000 m. ü. M. eine Vielzahl lokaler Spezialitäten anzubieten. Chefsommelier Thomas Scheidt (einst bei Ducasse) weiss seinerseits alles, was es über Walliser Weine zu wissen gibt.

Das gewisse Etwas Ab dieser Saison wird gleich vis-à-vis ein zweites Restaurant das gastronomische Angebot ergänzen: ein schlichter, guter Italiener. **Chandolin Boutique Hotel, route des Plampras 10, Chandolin, Doppelzimmer ab 290 Fr.**

9 Arosa, Valsana, nachhaltig schön

Das Hotel Das gleich am Waldrand stehende, hübsche Gebäude aus gebleichtem Holz erinnert mit seinen verzierten Balkonbrüstungen an einen Scherenschnitt. 2017 hat das renovierte Hotel wiedereröffnet, mit 40 Zimmern und neun Apartments – und einer farnefrohen, eigensinnigen Inneneinrichtung, die aussieht, als wäre sie Stück für Stück zusammengewürfelt worden. Der Spa-Bereich mutet fast schon barock an, mit seinen aufgemalten Bäumen, da, wo keine Fensterfronten den Blick auf den Wald freigeben.

Das Restaurant Die Tische des «Twist» stehen in der Mitte des grossen Raumes, in dem Lobby, Bar und Restaurant fließend ineinander übergehen. Hier gibt es Beliebt-Bewährtes wie Tartar und Entrecôte. Und für die Vegis? Zum Beispiel Zoodles und Humus.

Das gewisse Etwas Das Hotel ist nach neuesten Umweltstandards gebaut (regionale Materialien) – und das einzige in der Schweiz, das mit einem Kühlregister energetisch selbsttragend ist. **Valsana Hotel & Appartements, Oberseepromenade 2, Arosa, Doppelzimmer ab 397 Fr.**



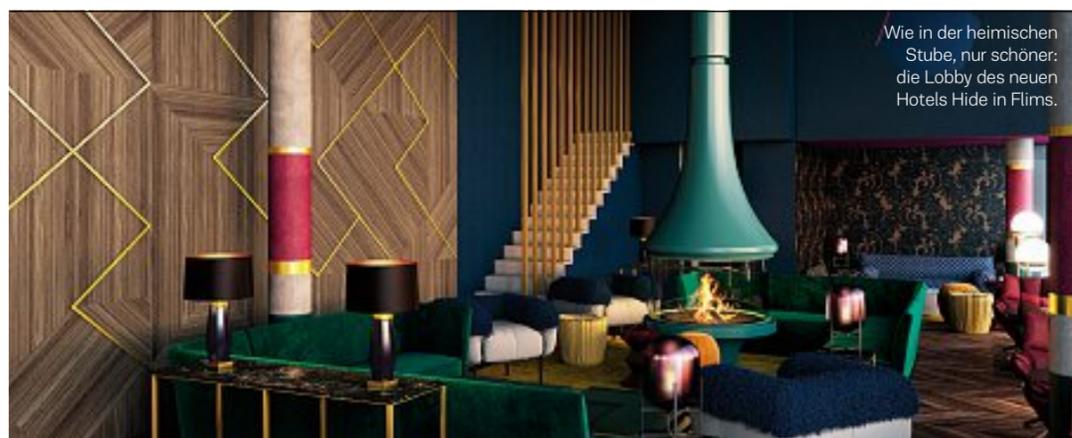
10 Verbier, The Experimental Chalet, neoretro

Das Hotel Die Nachtschwärmer aus Paris, New York und Ibiza, denen die Bars der Experimental Group ein Begriff sind, dürften in Zukunft ihr Winterlager in Verbier aufschlagen, wo unlängst ein Hotel genau nach ihrem Geschmack eröffnet hat: Das Experimental Chalet (das auch gleich den berühmten Nachtclub «Farm Club» von nebenan geschluckt hat) bietet 39 Zimmer und Suiten mit Jacuzzi und Terrasse. Die berühmten Cocktails gibts denn auch an der Bar im zweiten Stock – oder direkt an den Whirlpool serviert. Die Einrichtung, die man als neoretro bezeichnen könnte, ist von den grossen alpinen Hotels des 20. Jahrhunderts inspiriert: ein Wurf des italienischen Innenarchitekten Fabrizio Casiraghi.

Das Restaurant Der Pariser Gregory Marchand (von der «Frenchie»-Kette), Pionier der Bistronomie, kreuzt Alpines mit Internationalem: Seine Interpretationen von Spätzle oder Tartiflette dürften interessant werden.

Das gewisse Etwas Das Spa (mit Hammam, Jacuzzi, Solarium) setzt auf die von Experten entwickelte französische Hautpflegemarke Biologique Recherche. **The Experimental Chalet, route de Verbier-Station, Bagnes, Doppelzimmer ab 350 Fr.**

Heute muss eine **Hotelloobby als Begegnungsort funktionieren.** Die öffentlichen Räume stehen im Fokus



Wie in der heimischen Stube, nur schöner: die Lobby des neuen Hotels Hide in Flims.

Hotels stellen vermehrt starke Persönlichkeiten ein



DEMIAN HODARI
Professor für strategisches Management an der Hotelfachschule in Lausanne

Entspannter Luxus: Ein neues Konzept in der Hotellerie?

Tatsächlich wird das Opulente, etwas Steife seit etwa 2010 zunehmend vom neuen Segment des *Affordable Luxury* abgelöst, also vom erschwinglichen Luxus. Die Hotels dieser Sparte setzen auf einzigartige, authentische Gast-erlebnisse. Der Kunde soll das Gefühl haben, einer Community, einer Gemeinschaft anzugehören.

Was sind die Merkmale der so ausgerichteten Hotels?

Etwa die Art, wie ihre Lobbies gestaltet sind: So, dass sie als einladende Begegnungsorte funktionieren. Früher legte man vor allem Wert auf die Einrichtung der Zimmer, heute stehen die öffentlichen Räume im Fokus. Und ein schlichter Burger hat das Zeug zu etwas Besonderem, wenn sein Fleisch aus der Region stammt.

Warum ist dieses Segment so stark auf dem Vormarsch?

Da spielen wirtschaftliche und gesellschaftliche Faktoren mit. Der klassische Luxushotelgast hat ein Jahreseinkommen von

300 000 Franken oder mehr. Die Gruppe mit dem stärksten Potenzial ist aber jene, die zwischen 100 000 und 300 000 verdient: Sie macht heute 9 Prozent der Bevölkerung aus. 2030 werden es 20 Prozent sein. Das sind jüngere Leute, die viel reisen. Sie geben zwar etwas weniger aus, setzen aber ein besonderes Erlebnis mit Luxus gleich.

Wie schult man das Hotelpersonal in Coolness?

Indem man anders rekrutiert. Man stellt starke Persönlichkeiten ein. Das führt zu einem anderen Verhältnis zum Kunden: nicht mehr hierarchisch, sondern als zwischenmenschliche Begegnung. (R.L.)

Gute Reflexe

BUNT, VERSPIELT, VERZERRT: SPIEGEL SIND DIE NEUEN LIEBLINGE DER DESIGNER. UND UNSERE AUCH!

TEXT RENATA LIBAL

GUTE NEUIGKEITEN! Ab sofort können nicht nur frisch Verliebte, sondern kann jeder «la vie en rose» sehen. Alles, was es dazu braucht, ist ein Spiegel. Natürlich nicht irgendein Spiegel, sondern jener, den das umtriebige dänische Designerduo Studio Roso entworfen hat (zu dem sich Sophie Nielsen und Rolf Knudsen 2008 zusammengetan haben). Und wie sieht das gute Stück aus? Es ist in diversen Formen erhältlich, aber alle bestehen aus einem handgemalten Aquarell unter halbtransparentem Glas. Ein Blick hinein – und schon erscheint die Welt rosig, schillernd und poetisch.

Nun setzen Designer und Dekorateur ja nicht erst seit gestern auf Spiegel, schliesslich kann man damit im Nu jeden Raum optisch vergrössern oder coole Endlosspiegelungen erzeugen. Doch die neuen Modelle haben mehr zu bieten: Sie spielen mit der doppelten Bedeutung des Wortes Reflexion, indem sie die Umgebung nicht bloss wiedergeben, sondern diese verfremden, sei es farblich, sei es formal, und uns damit eine neue Sicht auf die Welt erlauben. Und das ist offenbar ein Bedürfnis: An der Mailänder Möbelmesse diesen Frühling drängelten sich die Selfiejäger geradezu vor dem Stand der italienischen Marke Magis. Kein Wunder, die dort präsentierten Spiegel der Vitrail-Serie der französischen Designerin Inga Sempé gaben eine nette fotografische Spielweise ab. Acht Ausführungen gibt es davon, die sich natürlich nach Herzenslust kombinieren lassen, die einen rund oder oval, die anderen quadratisch oder rechteckig, aber alle zwei- oder mehrfarbig wie die im Produktnamen enthaltenen Kirchenfenster. Mit etwas dekorativem Geschick platziert, etwa vis-à-vis voneinander, können diese Stücke fast schon hypnotische Effekte erzeugen. Solche, wie man sie in letzter Zeit auch in der bildenden Kunst immer mal wieder angetroffen hat, etwa bei der Pariserin Claire Lavabre oder der deutschen Biennale-Künstlerin Alicja Kwade. Beide setzen Spiegel so raffiniert ein, dass man bisweilen nicht mehr weiss, was real ist und was Reflexion.

Kaleidoskope für Grosse

Und wenn wir schon bei der Kunst sind: Eine weitere Methode, Spiegeln ein Quentchen Magie abzugewinnen, ist, sie etwas optisch aufsplintern zu lassen, ähnlich wie bei einem kubistischen Gemälde. Studio Roso (schon wieder!) hat in der US-Stadt Atlanta unlängst eine Skulptur vor dem Mercedes-Benz-Stadium installieren dürfen: einen überdimensionierten, mehrere Meter hohen, rundum verspiegelten Fussball, der das Stadion, die Leute davor und den Himmel darüber als kunstvolles Durcheinander einfängt. Weniger «sportlich», aber dafür nochmal komplexer sind die kaleidoskopischen Kreationen des Franzosen André Teoman. Oder jene seines Landsmanns Mathias Kiss: Wer sich gern einen von dessen «zerknitterten» Spiegeln in die gute Stube holen würde, aber nicht über das nötige Kleingeld verfügt, der weiche auf den Diamond Mirror aus, den der niederländische Kultdesigner Marcel Wanders für Louis Vuitton entworfen hat.

Solls etwas Klassischeres sein? Dann empfehlen wir einen Fischaugenspiegel. Der wurde schon im 15. Jahrhundert genutzt (und erhielt, weil er sozusagen der Urahn unserer modernen Überwachungskamera ist, den Beinamen Bankierspiegel). Dass der Oldie noch heute zum Goldie taugt, zeigen Fischaugen-Entwürfe wie jene von Hervé Van der Straeten. Und was lernen wir nun aus all dem? Vielleicht, dass heute wie damals galt: Reflexion ist gut, Verfremdung ist besser. ☉



Serie Vitrail,
Inga Sempé für
Italia Magis.



Reflection System,
Claire Lavabre.



Fischauge, Hervé
Van der Straeten.

Imago aus konkav
gebogenem, poliertem
Messingblech,
Peder Jessen.

Studio Roso
für Republic
of Fritz Hansen.



Kaleidoscope,
André Teoman.

In limitierter Auflage und
verschiedenen Farben
erhältlich: Wow, **Dozen**.



Diamond Mirror,
Marcel Wanders
für die Möbelkollektion
Objets Nomades
von Louis Vuitton.



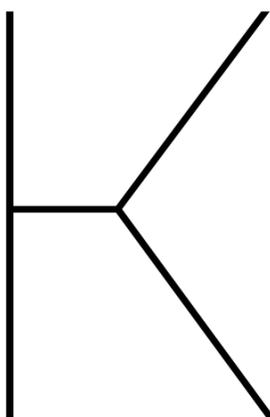
Sans 90 Degré,
Mathias Kiss.



Wie prickelnd!

DIE CHAMPAGNE UND IHR
WICHTIGSTES PRODUKT
BEFINDEN SICH IM UMBRUCH.
KLEINE WEINBAUBETRIEBE
WAGEN EXPERIMENTE –
UND WEISEN DAMIT AUCH
GROSSBETRIEBEN DEN WEG.

TEXT PIERRE THOMAS



ENNER WISSEN, dass Champagner eine Assemblage ist: eine Mischung aus mehreren Rebsorten verschiedener Jahrgänge, gewachsen an unterschiedlichen Lagen. Jede grosse Marke hat einen Brut ohne Jahrgang (BSA), ihre meistverkaufte Cuvée, von der sie Charge um Charge ausliefert: süffige Schaumweine, die leicht wiederzuerkennen sind und den Käufer zum Stammkunden machen sollen. Mit 300 Millionen Flaschen pro Jahr macht echter Champagner aber nur einen kleinen Teil des jährlich umgesetzten Schaumweins aus. «Noch nicht mal jede zehnte weltweit verkaufte Flasche Schaumwein ist Champagner», weiss Thibaut Le Mailloux,

Kommunikationschef des Champagner-Berufsverbands in Reims (Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne, CIVC). Das Markenzeichen eines echten Champagners ist, dass die zweite, bläschenbildende Gärung des Weins direkt in der Flasche stattfindet, im Gegensatz etwa zum italienischen Prosecco, der in geschlossenen Fässern reift. Um gegenüber dieser Massenware bestehen zu können, müssen sich die Champagnerproduzenten auf ihre Wurzeln besinnen. Davon ist auch Bertrand Lhopital, Besitzer von Champagne J. de Telmont, überzeugt: «Der Champagner ist dem Rausch des Erfolgs erlegen. Mit der Industrialisierung hat er seine Seele dem Teufel verkauft. Nun gilt es, zur Qualität zurückzukehren.» Deshalb wird derzeit in verschiedene Richtungen experimentiert – vor allem von kleinen Winzern auf mittelgrossen Weingütern, die knapp 20 Prozent aller Champagner produzieren. Sie wollen dem Begriff Terroir wieder mehr Bedeutung verleihen, durch die genaue Herkunftsangabe der verwendeten Trauben. Viele wenden sich dem Bio-Weinbau zu. Ebenso wollen sie auf die Schönong beziehungsweise Dosage des Weins – die Zugabe von einigen Gramm Zucker – verzichten. Im Folgenden sollen die wichtigsten Strategien kurz erläutert werden.

1 Zurück zum Begriff Terroir

Champagner wächst nicht im Supermarkt, sondern auf dem für die Champagne typischen Kreideboden. Vor 15 Jahren, noch bevor die Prosecco-Welle anrollte, wollte man den Bereich für die Appellation d'Origine Champagne auf 33 000 Hektaren ausweiten. Seither arbeitet die zuständige Organisation INAO (Institut National de l'Origine et de la Qualité) an einer neuen Einteilung: Der Weinbaukataster jeder Gemeinde wird revidiert, um die für den Rebbau geeigneten Parzellen neu festzulegen. Die Weinbauern wehren sich für ihre bisherigen Rebgrüter. Bei Ulysse Collin in Congy geht es um die Côteaux du Petit Morin, am Südrand der beiden bekanntesten und grössten Anbaugelände Montagne de Reims und Côte des Blancs. Seit 2008 bietet Colin «Parzellenchampagner» an, aus jeweils nur einer auf einer bestimmten Parzelle wachsenden Traubensorte. Colin vertritt diesen Ansatz leidenschaftlich: «Die Region Champagne lebt von der Vielfalt. Ich versuche, mit jeder Cuvée etwas Besonderes hervorzuheben.» Er vinifiziert den Most in Eichenfässern und verwendet Naturhefe, denn: «Es ist der Basiswein, der einen grossen Champagner ausmacht. Die Perlage (Bläschen) verleiht ihm nur seine Schönheit.» Luftdicht verschlossen, halten seine Weine nach dem Öffnen problemlos eine Woche. «Die vollständige Gärung im Holzfass gibt ihnen Lagerungspotenzial, verhindert die Oxydation.» Bewiesen haben das die Traditionsmarke Bollinger mit ihren anspruchsvollsten Cuvées – und Jacques Sélosse, bei dem Collin einst lernte.



VON LINKS NACH RECHTS

Les Perrières von Ulysse Collin (13 000 Flaschen) ist ein spritziger Extra-Brut aus 100% Chardonnay der Jahrgänge 2013 und 2014.

Vom Clos des Goisses von Philipponnat (aus 61% Pinot noir und 39% Chardonnay) gab es 2009 20 000 Flaschen. Vollmundig, langer Abgang.

Éclats de Meulière von Jeuniaux-Robin, (60% Meunier, 30% Pinot noir, 10% Chardonnay): mächtig, vollmundig, mit spritziger Säure.

La Cuvée von Laurent-Perrier besteht aus 55% Chardonnay, 35% Pinot noir und 10% Pinot Meunier.

2 Reinsortige Tropfen fördern

Parzellen zu definieren bedeutet indirekt auch, sortenreinen Champagner zu fördern. Ein Beispiel ist der Clos des Goisses von Philipponnat, dessen Rebstöcke am Ufer des Marne-Kanals liegen. Das rund sechs Hektaren grosse Gut umfasst 14 Parzellen am Südhang eines Hügels des 1000-Seelen-Dorfes Mareuil-sur-Ay. Aus Pinot-noir-Trauben, die eine blaue Haut haben, aber einen weissen Saft liefern, wird seit 2013 ein Rosé mit der sogenannten Saignée-Methode gewonnen, bei der blaue Schalen weissem Most Farbe verleihen. Sonst wird Roséchampagner meist mit Rotwein gefärbt. Philipponnat bietet seinen Clos des Goisses auch als Jahrgangschampagner aus purem Chardonnay (Blanc de Blancs) sowie aus reinem Pinot (Blanc de Noirs) an. «Es gilt, das Profil unserer Weine zu schärfen», so der Philipponnat-Exportchef Thomas Jorez.

3 Den Klimawandel für sich nutzen

Im Laufe der letzten 30 Jahre haben die Trauben in der Champagne 0,7% an Alkoholgehalt zugelegt (bei 12% im Basiswein) und gleichzeitig an Säure verloren. Die Lese findet durchschnittlich 18 Tage früher statt. All das, weil es in der Region um mehr als ein Grad wärmer geworden ist. Die Reben schlagen auch früher aus, womit das Risiko verheerender Aprilfröste steigt. Diese Entwicklung gibt dem Bio-Weinbau Schub. In der Gemeinde Talus-Saint-Prix wurde etwa das 5,7 Hektaren grosse Gut von Clémence und Cyril Jeuniaux unlängst biozertifiziert. Seit drei Jahren verzichtet das Jungwinzerpaar auf die malolaktische Gärung und hat dieses Jahr einen Versuch mit Spontanhefe gestartet. «Und die grossen Marken lassen sich von uns kleinen Winzern vormachen, wie Biochampagner, Parzellierung und Verzicht auf Dosage funktionieren», sagt Clémence. Die Jeuniaux engagieren sich bei Terre & Vins, einer Champagnerwinzervereinigung, die etwas bewegen will. Und experimentieren weiter: Obwohl der Pinot Meunier (Schwarzriesling) unter den Frühjahrsfrösten litt und am Stock zu üppig ins Kraut schoss, geben sie ihn im Gegensatz zu andern Winzern nicht auf, sondern wollen ihn gar reinsortig keltern. Ihr Éclats de Meulière enthält bereits Meunier: 60% stehen 30% Pinot noir und 10% Chardonnay gegenüber. Das Resultat ist ein vollmundiger Tropfen mit spritziger Säure.

Im nur 40 Kilometer entfernten Crouettes-sur-Mame setzt Jérôme Bourgeois ebenfalls aufs Öko-Winzern. Der Vizepräsident der Association Champagne Bio und Mitglied von Bulles Bio ist seit 2015 sogar Demeter-zertifiziert. Keine industrielle Hefe, weniger Schwefeldioxid: Das, sagt Bourgeois, sei der Weg zu Weinen mit mehr Charakter. Und auch er glaubt an den Pinot Meunier: Sein Cuvée M – der knackige Name steht für 100% Meunier – duftet nach Sauerteigbrot und entfaltet wunderbare Aromen von roten Beeren. Unter dem Namen Bourgeois-Diaz vertreibt Bourgeois seine Weine für 33 bis 40 Euro die Flasche. Das Geld, das grosse Marken ins Marketing investieren, setzt er ein, um die Arbeit im Weinberg aufzuwerten. Und stört sich daran, dass immer mehr Weinbauern sich damit begnügen, ihre Trauben an die grossen Häuser zu verkaufen. Aber deren Preise seien nun mal verlockend. Dieses Jahr ging das Kilo zu sechs Euro weg, das heisst: für zweimal mehr als das Kilo Fendant.

4 Weniger Zucker

Bei professionellen Degustationen beanstanden die Experten oft die Dosage, die – erlaubte – Beigabe von bis zu zwölf Gramm Zucker pro Liter Brut (bzw. sechs Gramm beim Extra-Brut). Heute werden die Champagner in der Regel weniger gesüsst. Laurent-Perrier lancierte schon 1981 als Pionier einen Ultra-Brut «zéro dosage». Unlängst änderte der Grossproduzent auch seinen Basis-Brut, benannte ihn in La Cuvée um und füllt davon mehrere Millionen Flaschen pro Jahr ab. La Cuvée, 2017 lanciert, enthält acht Gramm pro Liter. Wie reagieren die Kunden? «Wir haben den Zuckergehalt nicht von heute auf morgen, sondern über 15 Jahre hinweg schrittweise reduziert», heisst es bei der Firma, «und nie hat jemand reklamiert, das Produkt sei zu wenig süss.» Bei Philipponnat bestätigt Thomas Jorez den Trend: «Die Sommeliers bevorzugen trockenen Champagner, weil er einfach reiner, ursprünglicher schmeckt.» Der gewöhnliche Brut ist bei den Konsumenten am beliebtesten, er macht 80 Prozent des Champagnerexports aus, der Extra-Brut dagegen nur ein halbes Prozent, sagt Thibaut Le Mailloux vom Champagner-Berufsverband CIVC. Winzerin Clémence Jeuniaux meint: «Wer im Weinberg sorgfältig arbeitet, braucht überhaupt keinen Zuckersatz. Die Dosage ist ein Zugeständnis an den Export.» Letzterer macht allerdings die Hälfte der Champagnerproduktion aus, gemessen am Wert sogar 58 Prozent. Die Schweiz ist übrigens weltweit die achtbeste Abnehmerin für Champagner: mit 5,6 Millionen Flaschen pro Jahr für rund 135 Millionen Franken (2017).

Schön **matt**

GLANZ? MUSS NICHT SEIN. OB AUF LIDERN, NÄGELN, LIPPEN ODER IM DESIGN: MATT IST CHIC – UND BLEIBT TRENDY.

TEXT ISABEL HEMMEL

S EIEN WIR EHRlich: Strahlen und glänzen, das wollen wir doch alle, von innen wie von aussen. Dass dazu ein entsprechendes Outfit und Make-up gehören, keine Frage. Wobei das mit dem Glanz derzeit durchaus wörtlich zu nehmen ist, stehen doch nicht nur viel Farbe, sondern auch Glimmer bei Visagisten hoch im Kurs. Gerade an den Festtagen mag es verlockend sein, mit dem Weihnachtsbaum um die Wette zu glitzern. Zweifellos eleganter ist aber ein Make-up, das auf matte Effekte setzt.

Dass glanzlose Augenlider keineswegs unscheinbar und zurückhaltend sein müssen, beweisen farbtintensive Lidschatten wie jene von Nars – mit einer weiten Palette von Azurblau bis Tiefrot – sowie gleich mehrere Frühjahrschauen 2019 (Peter Pilotto, Byblos). Und das, nachdem manche Modemagazine unlängst das Ende des Matt-Trends verkündet haben. Fehlalarm! Samtige Gesichter und matte Lippen wird man weiter-hin zu sehen bekommen, allen voran bei Chanel, aber auch bei Guerlain, Lancôme, Dior und Fenty Beauty. Sie alle vertrauen immer noch fest auf die Strahlkraft der Glanzlosigkeit – und erweitern ihre Matt-Linien. Ob zart mattierende Kompaktpuder-Foundations (Guerlain) oder Lip-Crayons und Gloss mit Samteffekt (Chanel): Die Texturen der neuen Produkte werden stetig weiterent-

wickelt, Deckkraft und Pflegeeigenschaften optimiert. Das gilt besonders für pudrige Lippenstifte. Vorbei die Zeiten, als matt geschminkte Lippen nach kürzester Zeit spannten und am Ende des Tages aussahen wie die Wüste in der Dürrezeit. Nicht nur, dass ein roter Mund voll im Trend ist, im seidig-matten Finish strahlt er zudem Stilbewusstsein aus und passt immer, ohne billig zu wirken.

Edle Irritation

Spätestens seit diesem Jahr ist zudem der Kohlekajal zurück, und so darfs auch um die Augen nicht nur schwarz, sondern vor allem matt sein; ein Trend, der sich übrigens beim Brillengestell widerspiegelt. Designer wissen ohnehin schon lange, wie schön das glanzlose Leben sein kann. Dieses Jahr entdeckte man allorts Wohnaccessoires, Wände und sogar Chipsverpackung in matt. Und auch die Autoindustrie bietet Mattlackierungen immer noch als Extra an; der Bentley Continental etwa ist in Darkgrey Satin für rund 50000 Fr. Aufpreis zu haben. Matt dürfte also noch länger für edle Irritation sorgen. Wers nicht glaubt, beklebt sein Auto eben nur mit einer matten Folie, die sich später rückstandslos abziehen lässt. In Sachen Beauty muss sich sowieso niemand mehr festlegen, etwa dank Überlacken (z.B. von Essie), die jedem noch so glänzenden Nagellack ein mattes Finish verleihen.

Fakt ist: Matt hat Klasse. Strahlen Sie an den Festtagen also innere Ruhe aus – dank stilvoller Glanzlosigkeit. ☉



IM UHRZEIGERSINN VON OBEN RECHTS

Invisimatte Blotting Powder, **Fenty Beauty by Rihanna**. Liquid Matte Minis, **Huda Beauty**. Lingerie De Peau Compact Mat Alive, **Guerlain**. Matte About You, Top Coat Matt Finish, **Essie**. Le Vernis Velvet Nail Colour, **Chanel**. Single Eye Shadow, **Nars**. Matte Palette Hypnôse, **Lancôme**. Rouge Dior Ink Lip Liner, **Dior**.

O du knallige

FRÖSTELN? IST ANGESICHTS HEISSER
FARBKOMBINATIONEN SO GUT WIE UNMÖGLICH.

AUSWAHL LÉONORE NOZ



- 1. Sonnenbrille Baxter, *Illesteva*, 240 Fr.
- 2. Wollpullover Intarsia, *Fendi*, 876 Fr. 3. Skimütze, *Le Kasha*, 270 Fr.
- 4. Single Eyeshadow *Nars*, 38 Fr.
- 5. Wolljupe, *Gucci*, 719 Fr. 6. Tasche Garavani Rockstud, *Valentino*, 1055 Fr.
- 7. Handschuhe Noise, *Undercover*, 495 Fr.
- 8. Westergürtel, *Alberta Ferretti*, 378 Fr. 9. Uhr 40th LE, Stahl, Quartzuhrwerk, *Diesel*, 299 Fr.
- 10. Slingpumps, *Monse*, 870 Fr.

- 1. Sonnenbrille Addict 1, *Dior Eyewear*, 550 Fr.
- 2. Samtblazer, *Enfants Riches Déprimés*, ca. 4340 Fr.
- 3. Pullover, *Rick Owens*, 666 Fr.
- 4. Wollhose, *Prada Off White*, 358 Fr.
- 6. Eau de parfum Mister Marvelous, *Byredo*, 249 Fr. / 250 ml.
- 7. Uhr True Thinline Studs Limited Edition, Design von Bethan Gray, Quartzuhrwerk, 39 mm, *Rado*, 1700 Fr.
- 8. Schnürschuhe, *Dolce & Gabbana*, 740 Fr.



Mathilde Thomas

DIE GRÜNDERIN DER BEAUTY-MARKE CAUDALIE IST AUF DER GANZEN WELT ZUHAUSE. IHRE ZELTE HAT SIE ABER IN IHREM GEBURTSLAND AUFGESCHLAGEN: IN FRANKREICH.

TEXT SILVIA AESCHBACH

AUFGEWACHSEN ist Mathilde Thomas auf dem Weingut Château Smith Haut Lafitte in der Nähe von Bordeaux. Dort entdeckte sie vor über 20 Jahren die antioxidative Wirkung der in Traubenkernen enthaltenen Polyphenole, die sie für ihre Beautylinie Caudalie erfolgreich verwendet. Nachdem sie mit ihrem Ehemann und Geschäftspartner Bertrand und den drei Kindern sieben Jahre in Hongkong und den USA gelebt hatte, kehrte Thomas nach Paris zurück, wo sie 2015 mit dem Orden der Ehrenlegion geehrt wurde.

Welches Restaurants in Paris haben Sie im Ausland besonders vermisst?

Eine der besten Küchen, nicht nur von Paris, sondern von ganz Frankreich bietet Alain Passard in seinem Restaurant **L'Arpège (6)**, wo besonders auf biologisch angebautes Gemüse gesetzt wird. Ab und zu leiste ich mir diesen ausserordentlichen Genuss. Mit den Kindern gehe ich auch gern in eines der Big-Mamma-Restaurants, die unkomplizierte,

aber feine italienische Gerichte bieten, Am spektakulärsten ist das riesige La Felicità in einer Bahnhofshalle aus den 1920er Jahren.

Wie erholen Sie sich am Wochenende?

Wenn ich nicht weit reisen mag, fahre ich nach Ville-d'Avray bei Versailles, wo meine Schwester Alice Tourbier das 4-Sterne-Hotel **Les Etangs de Corot (7)** betreibt. Es liegt in einem bezaubernden Garten, bietet Erholung pur – und natürlich ein Caudalie-Spa!

Und wenns etwas weiter sein darf?

Unsere Familie fährt jedes Jahr in die französischen Alpen zum Skifahren. Meine Eltern waren Ski-Alpin-Olympiasieger – so etwas prägt natürlich (*lacht*). Den Sommer verbringen wir gern in unserem Haus in den **Hamptons (3)** in der Nähe von New York.

Was hilft Ihnen am besten, wenn Sie sich gestresst oder müde fühlen?

Grüner Tee! Oder ein Glas Rotwein vom Gut meiner Eltern, **Château Smith Haut Lafitte (5)**. Der Wein ist ja nicht nur ge-



schmacklich ein Genuss, sondern auch gut für die Haut und den Stoffwechsel.

Ihr liebstes Beautyprodukt?

Ich habe so viele... Aber immer in meinem Beauty-Bag sind der Concealer **YSL Touche Eclat (2)**, der rasch Spuren von zu wenig Schlaf beseitigt, sowie das **Vinopure Serum (1)** meiner eigenen Marke Caudalie. Es verschmilzt mit der Haut und verfeinert das Hautbild, indem es die Poren verkleinert.

Und bei der Mode, wer ist da Ihr Favorit?

Ich liebe die Entwürfe von **Isabel Marant (4)**. Ihre Kleider spiegeln genau meinen Lebensstil: unkompliziert, chic, modern.

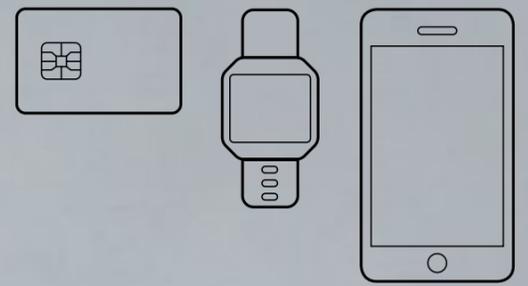
Ihr Beauty-Brand Caudalie hat einige prominente Fans...

Was mich natürlich sehr stolz macht! Mit dem amerikanischen Designer Jason Wu bin ich persönlich befreundet, aber auch Popstar Katy Perry oder die Top-Models **Rosie Huntington-Whiteley (8)** und Cara Delevingne sind Fans unserer Produkte. ☺





The way to pay.



cr basel



i cashfree

AND YOU?



Der Klassiker mit Toptechnologie: Die beliebte **Cornercard Classic** eröffnet Ihnen weltweit die Freiheit des bargeldlosen Bezahlens mit Karte, Smartphone und Wearable. Einfach, schnell und sicher. **I am cashfree. And you? #iamcashfree cornercard.ch**

cornercard

Dior
J'
da
re

