

# encores!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

CHAMPAGNER  
Die Gläser, die  
seine Legende  
begründeten

WOLLPULLIS  
Authentisch  
wie nie

INTERVIEW  
Eugenia Bruni  
sagt: Schmuck  
hat Macht

FARBE  
10 Kirchen mit  
Künstlerfenstern

## FESTTAGE

Fransen bringen Bewegung - für einen  
schwungvollen Jahresendspurt

DEZEMBER 2020

SonntagsZeitung



CHANEL.COM



# CHANEL

FINE JEWELRY



# COCO CRUSH

KEIRA KNIGHTLEY TRÄGT RINGE AUS DER KOLLEKTION COCO CRUSH  
AUS WEISSGOLD UND BEIGEGOLD MIT DIAMANTEN.







## SEAMASTER AQUA TERRA

Wie ihr Name schon sagt, überschreitet die Aqua Terra viele Grenzen. Als Nachfolgerin einer langen Reihe von Meeresuhren und eigens dazu konstruiert, der omnipräsenten magnetischen Anziehungskraft der Erde standzuhalten, stimmt ihre DNA mit der unserer robustesten Sportchronometer überein – und doch zeichnet sie sich durch die Designsensibilität einer klassischen Uhr aus.

Ob lässig oder elegant, ihre klare Optik entspringt einem symmetrischen Stahlgehäuse mit einem Zifferblatt, das vom Teakholz-Deck einer Luxusyacht inspiriert ist.

Doch ihre ausserordentliche Anpassungsfähigkeit reicht noch tiefer. Hinter der Eleganz dieser Aqua Terra steht eines unserer fortschrittlichen Uhrwerke, die einer ganzen Branche neue Qualitätsstandards beschert haben.

Dieser vom Ozean inspirierte Zeitmesser, der auf höchstem Niveau getestet wurde, bewährt sich auch auf festem Boden. Das vom Eidgenössischen Institut für Metrologie (METAS) zertifizierte Master Chronometer kann dem starken Magnetismus auf unserem Planeten standhalten: Es ist immun gegen Geräte wie Mobiltelefone, Tablets und Laptops, die unterschiedlich starke Magnetfelder erzeugen und so die Leistungsfähigkeit anderer mechanischer Uhren beeinträchtigen können.

Mit ihrer klassischen Optik und ihrer Sportuhr-Technologie ist die Aqua Terra die ultimative Alltagsuhr. Egal, ob Sie sie an Deck oder im Besprechungszimmer tragen: Sie kann Ihnen jederzeit präzise folgen, während Sie durch Ihren Alltag steuern.

  
**OMEGA**





Inspired by the quest  
for ultimate performance  
and the timeless elegance  
of its racing heritage.

---

FOREVER CHASING TOMORROW

---

**TAG HEUER CARRERA**  
Original Racing Chronograph



DON'T CRACK UNDER PRESSURE

---

**NEUE TAG HEUER BOUTIQUE IN ZÜRICH**  
BAHNHOFSTRASSE 65  
043 549 66 88





Schmuck sei ihr Leben, sagt Eugenia Bruni **S. 24**



Düfte und andere duftige Geschenke **S. 34**



Die 10 schönsten Kirchenfenster aus Künstlerhand **S. 40**

# Festtage | Dezember 2020

**HIGHLIGHTS**

## 16 Swiss Made

So entstehen die vermutlich besten Meringues der Schweiz

## 18 Saga

Schale, Flöte oder Tulpe? Die Geschichte des Champagnerglases

## 20 Uhren

Kirschrot, Sonnenblumengelb, Puderrosa: die neuen Zifferblätter treibens bunt

## 38 Mode

Die aktuelle Strickpulli-Renaissance ist traditionsbewusst wie nie

## 44 Parfum

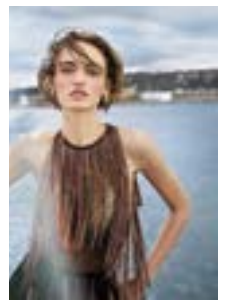
Luxusmarken setzen immer häufiger auf exklusiv für sie gewonnene Naturstoffe

**AUSSERDEM**

**8 Lieblinge: Von Stiften aus den 1920ern bis zu Schuhen, zu denen selbst Cinderella nicht Nein gesagt hätte** **14 Trend: Wintersport erobert die Nacht** **22 Make-up: Glamorous Nude** **46 Sie & Er: Rüschenhemden und Schluppenblusen** **47 Meine Welt: Tanja Grandits kann auch häkeln. Und Yoga!**



Blazer und Jupe mit Mohair-Fransen, **Prada**. Baumwoll-BH, **Wolford**. **S. 28**



**COVER**

Besticktes Netzkleid mit bunten Fransen, **Christian Dior**. Ohringe **Haute Joaillerie**, Platin, Turmalin, Jade, Opale, Diamanten, **Cartier**.

**FOTOS**

Benoît Peverelli

**STYLING**

Simon Pyllyser

## Goldene Tage

**B**ISWEILEN brauchts nur eine Kleinigkeit, einen Talisman, den man kurz zur Hand nimmt, um Kraft zu tanken und gute Energien zu sammeln. Unsere Redaktion hegt den Verdacht, dass die Welt gerade ein bisschen abergläubisch wird und also jetzt definitiv nicht der Moment ist, Glücksbringer zu entsorgen. Man kann ja nie wissen... Und so durften bei unseren diesjährigen Geschenktipp (ab S.34) natürlich auch (magische?) Anhänger nicht fehlen. Sie sind etwas kostspieliger als der Kieselstein, den ihnen das Gottemaitli geschenkt hat, aber wir sind felsenfest davon überzeugt, dass ihre Zauberkraft mit diesem mithalten kann. Gold fasziniert die Menschheit schliesslich nicht ohne Grund seit



Renata Libal, Chefredaktorin

Jahrhunderten... Wenn Sie uns nicht glauben, dann vertrauen Sie dem Expertenwissen der Schmuckdesignerin Eugenia Bruni (ab S.24). Sie weiss eine Menge über die Aura kostbarer Materialien und die Wirkung, die ein Bijou auf das Befinden seiner Trägerin, seines Trägers haben kann. Und dann war so ein reich verziertes Schmuckstück natürlich auch immer eine finanzielle Absicherung gegen allfällige Schicksalsschläge... Gut, eine Lebensversicherung sieht heute anders aus. Trotzdem kann ein hübsch glitzerndes Beschützerli um den Hals oder am Finger ja nicht schaden. Erst recht, wenn es Pantherform hat und man ein wenig mit ihm um die Wette brüllen kann (Mode, ab S.28). Mögen die kommenden Tage wertvoll in jeder Hinsicht sein, durchwirkt von guter Energie – für Sie und zum Weitergeben.

encore! ist die monatlich erscheinende Beilage der Sonntagszeitung und von Le Matin Dimanche. Adressen: TX Group AG, encore!, Werderstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich; TX Groupe SA, encore!, Avenue de la Gare 39, case postale 615, 1001 Lausanne. Herausgeberin: TX Group AG, encore!, Werderstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich; Chefredaktion: Renata Libal (verantwortlich) Redaktion/Produktion: Paulina Szczesniak (deutschsprachige Ausgabe), Estelle Lucien (französischsprachige Ausgabe) Layout/Art Direction: Géraldine Dura Bildredaktion: Endrit Nurcaj Mitarbeiter dieser Ausgabe: Text: Charles-André Aymon, Mathilde Binetruy, Dieter Liechti, Katrin Roth, Jennifer Segui, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch) Fotos: Anoush Abrar, Lea Meienberg, Benoît Peverelli Illustration: André Gottschalk Übersetzung: Paulina Szczesniak, Daniel Böniger Bildbearbeitung: Photomedia Korrektorat: Dominique Graf Druck: Swissprinters AG, Zofingen Marketing: Florence Ruffetta Chief Commercial Content Officer: Annina Flückiger Werbung Deutschschweiz: Goldbach Publishing AG, Seestrasse 39, Postfach, 8700 Küsnacht, anzeige@encore\_mag.ch Werbung Romandie: Goldbach Publishing AG, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. +41 21 349 50 50. Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der TX Group AG i.S.v. Art. 322 StGB: Actua Immobilien SA, Adagent AG, 20 Minuten Advertising AG, 20 minuti Ticino SA, Adextra AG, Berner Oberland Medien AG BOM, CAR FOR YOU AG, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, DJ Digitale Medien GmbH, Doodle Deutschland GmbH, Doodle USA Inc., dreifive AG, Konstanz, dreifive GmbH, Wien, dreifive (Switzerland) AG, DZB Druckzentrum Bern AG, DZZ Druckzentrum Zürich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach Audience (Switzerland) AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach DooH (Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach Group AG, Goldbach Media Austria GmbH, Goldbach Media (Switzerland) AG, Goldbach NeXT AG, Goldbach Publishing AG, Goldbach SmartTV GmbH, Goldbach TV (Germany) GmbH, Goldbach Video GmbH, Helping Switzerland AG, Homegate AG, ImmoStreet.ch S.A., Jaduda GmbH, JobCloud AG, Jobsuchmaschine AG, Jointvision E-Services GmbH, LZ Linth Zeitung AG, Meekan Solutions Ltd., MetroXpress Denmark A/S, Neo Advertising AG, Olmero AG, Ricardo AG, ricardo France Sàrl, Schaefer Holding AG, Schaefer Thun AG, swiss radioworld AG, Tamedia Abo Services AG, Tamedia Basler Zeitung AG, Tamedia Espace AG, Tamedia Finanz und Wirtschaft AG, Tamedia Publications romandes SA, Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG, Tamedia ZRZ AG, Trendsales ApS, TX Services d.o.o., Beograd-Vračar, Zattoo Deutschland GmbH, Zattoo Europa AG, Zattoo Inc., Zattoo International AG, Zürcher Oberland Medien AG. 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.





Überzeugte schon in den 1920ern: der Drehgriffel.

## PAPETERIE

# Stift mit Geschichte

Eine Neuheit ist der Drehgriffel nicht. Der deutsche Schreibwarenhersteller Leuchtturm1917 hat vielmehr einen ikonischen Stift aus den 1920ern zurückgebracht – und prompt gabs dafür den prestigeträchtigen Red Dot Design Award 2020. Zurecht, denn es handelt sich hier um 13 Zentimeter formvollendete Funktionalität. Facettiert und nicht zu leicht, aber auch nicht zu schwer in der Hand, geht das Schreiben mit ihm fast wie von selbst. Noch ein kleiner etymologischer Ausflug: Das Wort Griffel kommt vom altgriechischen *grapheion* und bezeichnete ursprünglich ein Werkzeug zur Bearbeitung von Keilschrifttafeln. Und die vorangestellte Präzisierung «Dreh-»? Spielt auf die in ihm

arbeitende federgelagerte Drehmechanik an. Bei der Schönschrift, in welcher der Stiftkörper – aus gefrästem und lackiertem Alu und Messing – angeschrieben ist, handelt es sich übrigens um die Sütterlinschrift: eine 1911 im Auftrag des preussischen Schulministeriums von Ludwig Sütterlin entwickelte Ausgangsschrift für das Erlernen von Schreibschrift. So darf retro gern Schule machen, finden wir! Jetzt müssen Sie nur noch Ihr Lieblingsmodell aus neun verschiedenen Farben sowie die Tinte (schwarz oder königsblau, Ersatzminen erhältlich) wählen. Und natürlich ein passendes Leuchtturm1917-Notizbuch.

*Estelle Lucien*

[www.leuchtturm1917.ch](http://www.leuchtturm1917.ch), 23.50 Fr.

## ZUM WOHL!

## Walliser Zauberflöte



VON  
**PIERRE THOMAS**

Zum Jahresende lanciert das Weingut Mont-d'Or die Linie «Château». Damit nicht genug: Mit dem Siccus 2019 ergatterte man bei der

Jurierung «Sélection des vins du Valais» den goldenen Stern für die Höchstnote bei der Sorte Johannisberg – und dies schon zum zweiten Mal in drei Jahren. «Wir bauen 70 Prozent unserer Weine trocken aus. Umso schöner, dass man das zur Kenntnis nimmt!», freut sich der Walliser Önologe Marc-André Devantéry, seit drei Jahren Chef des Weinguts.

Der Rebberg Mont d'Or wurde vom Hauptfeldweibel François-Eugène Masson 1848 nach dem Sonderbundkrieg angelegt. Heute gehört die Domäne dem Schenk-Konzern, der 2021 seit 100 Jahren Aktionär sein wird. Im Frühjahr wird auf Bio-Produktion umgestellt.

Dank des Sylvaners, der 1870 vom Schloss Johannisberg im Rheingau (damals im Besitz der Metternichs) ins Wallis importiert worden ist, wurde Mont d'Or berühmt für seinen halbsüßen Wein aus dieser Sorte. Sie ist auf gut der Hälfte der 24 Hektar des Weinguts noch immer präsent. Der trockene Weisswein mit dem lateinischen Namen Siccus hat den «Klassiker» jedoch bezüglich verkaufter Flaschen (40000) inzwischen eingeholt. Es gibt zusätzlich eine Spätlese, «Saint-Martin», die sich zu den Weinen des Mémoires des Vins Suisse zählen darf, und bisher eine Variante «1er décembre». Allerdings hat sich die junge Kellermeisterin Florence Troger dazu entschlossen, die besten Fässer ihres Süßweins zu sammeln und in der erwähnten Linie «Château» auf den Markt zu bringen – in einer typischen Rieslingflasche, auch Flöte genannt, mit grüner Kapsel, der Farbe der Metternichs.

Zwei Assemblagen, rot und weiss, runden diese Top-Linie ab: Der Weisse spielt quasi die trockene Flöten-Partitur. Nach einjähriger Vinifizierung in Barriques lagern Petite Arvine und Marsanne Blanche – beide Sorten von alten Reben, über 60-jährig – ein halbes Jahr lang im grossen Fass, und zwar auf der Hefe des neuen Jahrgangs. Das Ergebnis ist verblüffend: in der Nase Pfirsich- und Aprikosennoten, dazu ein Hauch Vanille; am Gaumen körperreich und schmelzig, aber dennoch mit viel Lebendigkeit. Ein Wein, der durchaus noch lagern darf.

**Château Mont-d'Or, Assemblage Blanc 2018**

48 Fr./7.5 dl, [www.montdor.ch](http://www.montdor.ch)



## DESIGN

## Einfach perfekt

Auf den ersten Blick merkt man es nicht. Dann fährt die Hand sanft über die Nussholzplatte und die makellosen Abschlüsse, gleitet das Auge über die eleganten Proportionen, verharren die Finger auf dem Strohgeflecht des Hockers, und man realisiert: Sie sind geradezu perfekt, diese leicht transportierbaren, minimalistischen Würfe, die Christophe Pillet für Flexform entworfen hat. Weil sie einen diskreten Luxus atmen und das Leben einfacher machen. Damit hat der Franzose die Philosophie des italienischen Möbelhauses gleich bei der ersten Zusammenarbeit pointiert umgesetzt: Im Zentrum steht nicht das Möbel, sondern der Mensch, der es benutzt. *R. L.*

Flexform, Kollektion Any Day, Konsole (in diversen Ausführungen, aus Holz od. Marmor) ab ca. 3500 Euro, Couchtisch, Hocker, Sessel







Naomi Campbell fotografiert von Peter Lindbergh (links) und Matthew Rolston (rechts), für «Vogue España», 1995.

FOTOGRAFIE

# Naomi forever

Ganz vorn im Buch sieht man Naomi in ihrer Londoner Schuluniform. Wären Sie oder ich damals, 1986 in Covent Garden, Modelscout gewesen, hätten wir dann die Aura dieses Mädchens erkannt, das später die ganze Modewelt in seinen Bann ziehen sollte? Wohl nicht. Und doch ist es schon da, dieses Funkeln in den Augen, diese unerhörte Selbstsicherheit, die den namhaftesten Fotografen – und über deren Bilder auch uns – die Köpfe verdrehen würde.

Das Buch ist zweiteilig, kommt in einer hübschen Box daher und wiegt stolze 6.15 Kilo. Die sündhaft teure Collector's Edition, die der Taschen-Verlag erst davon herausgebracht hat, ist vergriffen; die erschwinge-



Naomi – the Updated Version. Box mit zwei Bänden. Taschen-Verlag, 522 bzw. 388 Seiten, 140 Fr.

lichere (und aktualisierte) Version, die jetzt vorliegt, ist aber immer noch ein Hingucker. Der kleinere Band erzählt aus dem Leben des Supermodels, das es als erste Schwarze auf die Cover von «Vogue» und Co. schaffte. Der grössere enthält nur Fotos. Wobei, was heisst hier nur? Ritts! Avedon! Roversi!

Am berührendsten ist jener Text, in dem der «Black Panther» sich an seine glückliche Kindheit mit seiner jungen Mutter erinnert, die der kleinen Naomi so viele (stilistische wie kulturelle) Türen öffnete. Das Model ist mittlerweile grandiose 50. Aber noch immer «schrumpft jeder Raum, den sie betritt, dank ihrer blossen Präsenz» (Isaac Mizrahi).

Renata Libal

AUTO

## Pole Position



Der Polestar 2 ist in aller Munde. Denn die Nummer zwei der elektrischen Volvo-Tochter, die ihre Autos in China baut, wird als direkter Konkurrent zum erfolgreichen Model 3 von Tesla positioniert. Doch uns interessiert hier die Nummer eins, der Polestar 1 – denn kein anderer Hersteller hat ein vergleichbares Hybrid-Modell im Angebot. Erst recht keins mit so viel Leistung: 609 PS und 1000 Newtonmeter, die im Zusammenspiel von einem Verbrenner und drei Elektromotoren entstehen. Das Ergebnis? Ein einzigartiges Fahrerlebnis. Der Polestar 1 spurtet in 4.2 Sekunden auf Tempo 100. Noch eindrücklicher: Mit voll geladener Batterie schafft der Schönling mit 2+2 Sitzen ganze 124 Kilometer rein elektrisch. Da kann die Konkurrenz nur staunen. Und die Optik? Ein grandioser Mix aus zurückhaltendem skandinavischem Design und den Proportionen eines Supersportwagens, geformt grösstenteils aus Carbon. Nur 1500 Stück werden gebaut, denn der Polestar 1 ist kein Modell für die breite Masse. Verständlich, bei dem Preis... D.L. [www.polestar.com](http://www.polestar.com), ab 165 000 Fr.

DEKO



## Silber? Spitze!

Für ihre Dior-Cruise-Collection 2021 hat sich Maria Grazia Chiuri von *Luminarie* inspirieren lassen: den Laternen, die in Apulien an Festnächten die Strassen erhellen. Wunderhübsches Nebenprodukt: Christbaumkugeln voller Poesie. R.L.

Dior Maison, Christbaumkugel *Luminarie*, 310 Fr.





Wer sagt, dass Leder nur ans Armband gehört?

UHR

# Lederpatina

Ein bisschen Patina macht sich gut auf Lederschuhen. Oder auch auf dem Weekender. Denn sie zeugt davon, dass hier etwas viel zum Einsatz gekommen, sprich: geliebt worden ist. Der französische Lederwarenhersteller Berluti hat seit seiner Gründung 1895 und ab seinem allerersten Paar Stiefel auf eine Technik gesetzt, bei der das Leder mit Ölen, Schuhcreme und Wasser so behandelt wird, dass der farbliche Nuancenreichtum des Leders optimal zur Geltung kommt. Mittlerweile mischt Berluti im Prêt-à-Porter-Bereich für Herren mit – und hat sich vor fast zwei Jahren Kris Van Assche (der davor bei Dior Homme war) als Kreativdesigner ins Haus geholt. Dass dies der Liebe zur Patina allerdings keinen Abbruch getan hat, zeigt

sich sehr schön an der *Bing Bang Unico Cold Brown* von Hublot: Vor vier Jahren begann die Zusammenarbeit der beiden zur LVMH-Gruppe gehörenden Firmen; nun ist erstmals Kris van Assches Handschrift dazugekommen. Mit dem Ergebnis, dass jetzt eine Uhr vorliegt, auf deren Zifferblatt Leder die Hauptrolle spielt. Genauer: Venezia-Leder, eingefasst zwischen zwei Saphirglasplatten und so geschnitten, dass der Blick dennoch aufs freiliegende Uhrwerk fällt. Das Leder auf der Lünette und auf dem Armband (im traditionsreichen Farbton Cold Brown) bleibt indes an der Luft und setzt – wortwörtlich – mit der Zeit Patina an.

Renata Libal

Hublot x Berluti, *Big Bang Unico Cold Brown*, Flyback-Chronograph, 24 900 Fr.



ACCESSOIRE

## Merry Schühchen

Nichts geht über einen entzückenden Mule aus Samt und Strass, um Festtagen in trauter Zweisamkeit etwas Eleganz und Sinnlichkeit zu verpassen. Dieses Modell von Roger Vivier, designt von Gherardo Felloni, verneigt sich vor dem ikonischen Modell, das einst an Marlene Dietrichs Füßen klackerte... mit einer leicht grösseren Kugel und robusterem Absatz. *E.L.*

Roger Vivier, *Mule Vivier Marlene Strass*, 980 Fr.



SCHMUCK

## Ethischer Luxus

Dass Luxus und soziales sowie ökologisches Engagement Hand in Hand gehen können, beweist Marion Cotillard mit ihrer Zusammenarbeit mit Chopard. Für ihren Lieblingsjuwelier aus Genf hat die französische Schauspielerin eine *Ice Cube*-Capsule-Collection entworfen: aus ethischem Gold und mit Diamanten, deren Gewinnung dem höchsten internationalen Standard entspricht. *E.L.*

[www.chopard.com](http://www.chopard.com), Preis auf Anfrage

# Ein Bolide für die Stube

TOYS FOR BOYS



VON CHARLES-ANDRÉ AYMON

Einen Vorteil hatte die Pandemie: Endlich war Zeit, um die Prioritäten in seinem Leben neu zu sortieren. Wollte man früher ums Verrecken diesen Taycan

4S haben, scheint einem das jetzt nicht mehr so schampar wichtig. Wer braucht schon einen Porsche, um schnell und weit zu fahren, wenn man es langsam angehen und zuhause bleiben soll? Richten wir den Fokus also lieber auf ein anständiges Home Cinema/HiFi-Paket: Nichts versüsst einem den Feierabend nach dem Home Office mehr. Aber wenn wir schon den Boliden aus Zuffenhausen von der Wunschliste gestri-



Bang & Olufsen, *Beovision Harmony* und *Beolab 90*, vergoldete Edition, auf Bestellung, ab 1.320 000 Fr. (Richtpreis).

chen haben, dann muss natürlich etwas her, das ihm in Sachen Design und Performance in nichts nachsteht. Wir machens kurz: Wir sprechen hier vom Duo *Beovision Harmony* / *Beolab 90*. Bang & Olufsen, bis dato Synonym für erhabenes Understatement, hat sich zu seinem 95. eine – Luft holen! – goldfarbene Produktelinie geleistet. Das Set aus Smart-TV und Lautsprechern sah schon in seiner Standardversion aus wie nicht von dieser Welt; jetzt, in Gold und Beige, ist es Atmosphäre pur. Den massiven Boxen – 65 kg das Stück, 1,25 m hoch – war mithilfe von organischem Design ein bitz das Wuchtige genommen worden. Im hellen neuen Gwändli wirken sie fast schon ätherisch – was angesichts von 18 Premium-Lautsprechern bzw. 8200 Watt pro Einheit freilich ein Trugschluss ist. Der Bildschirm? 2,23 m in der Diagonale, 8K-Auflösung. Etwas Besseres gibts zurzeit nicht. Das Christkind wird tief in die Tasche greifen müssen, ja. Aber sehen Sie's so: Sie werden viiiel mehr Zeit davor verbringen als in besagtem Porsche...





# TUDOR

## #BORN TODARE

Was treibt einen Menschen dazu an, Großartiges zu leisten? Es mit dem Unbekannten aufzunehmen, etwas Neues zu wagen und vor nichts zurückzuschrecken? Es ist die Willenskraft, die auch TUDOR hervorbrachte. Eine Kraft, die mit dieser Uhr in jeder Frau und jedem Mann lebendig ist. Ohne diese Menschen gibt es keine Geschichte, keine Legende und keinen Sieg. Es ist die treibende Kraft, die **Lady Gaga** jeden Tag inspiriert. Es ist die Energie, für die jede Armbanduhr von TUDOR steht. Das Leben mancher Menschen wird von Kompromissen bestimmt. Andere sind bereit, ein Leben lang etwas zu wagen.



BLACK BAY 36 S&G





Was mit dem LV-Signet passiert ist? Urs Fischer hat es angeschmolzen.

MODE & KUNST

# Urs macht Vuitton

Urs Fischer macht keine halben Sachen. Und drum ist seine neueste Zusammenarbeit mit Louis Vuitton richtig schön gross ausgefallen. Der 47-jährige Zürcher, der seit Jahren in New York lebt, hatte zwar schon 2019 bei der Künstlerkollektion *Artycapucines* mitgetan. Nun rührt er aber mit der grossen Kelle an und knöpft sich das LV-Universum so ziemlich in jeder Sparte vor: Taschen, Prêt-à-porter, Schuhe, Accessoires – sogar die Schaufenster und den digitalen Auftritt! Da kommt natürlich auch das ikonische Monogramm nicht ungeschoren davon, das der Sohn des Firmengründers, Georges Vuitton,



Immer wieder für eine Überraschung gut: Urs Fischer.

1896 ins Leben gerufen hat. Fischer lässt es gewissermassen anschmelzen und übers Leder laufen – mal in Schwarzweiss, mal in Rot auf Schwarz. Und hat sich ausserdem ein schalkhaftes Trüppchen ausgedacht, das bald in den Läden der Taditionsfirma rund um den Globus Schabernack treiben wird: ein Kätzchen, das es sich in einer Bananenschale gemütlich macht, ein Avocado-Ei-Gespann, einen Vogel mit einem Pfirsich im Gepäck... Immer, wenn man meint, Fischer zu kennen, kommt der mit etwas Neuem daher. *Estelle Lucien*

Die Kollektion Louis Vuitton x Urs Fischer kommt im Januar in die Läden.

TOP 5

Kleine Europareise:  
Die feinsten  
Weihnachtsdesserts



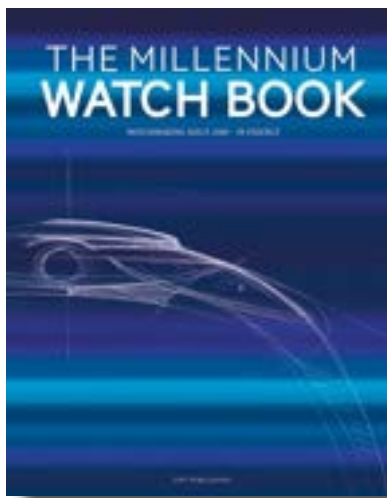
**1** Innen Marzipan, getrocknete und kandierte Früchte, aussen Puderzucker: Der deutsche **Christstollen** soll an das warm eingepackte Jesuskind erinnern.

**2** Trockenfrüchte, Rinderfett, Gewürze und Alkohol: Der englische **Christmas Pudding** wird schon Wochen vor dem Fest gekocht – und hält sich über ein Jahr!

**3** Biscuit und Buttercrème, und zwar innen wie aussen: bei der französischen **Bûche de Noël** können sich Pâtissiers so richtig schön austoben.

**4** In Spanien gibts **Turrón**: weisser Nougat mit ganzen Mandeln. Eingewandert ist er aber aus dem arabischen Raum, mit den Mauren.

**5** Weihnachten heisst auf Tschechisch **Vánoce**. Drum gibts zum Dessert **Vánočka**, ein kunstvolles Flechtgebäck mit getrockneten Früchten.



UHREN

## Zeit zum Lesen

Wer die Uhrenindustrie verstehen möchte, mit all ihren Heldentaten, ihren Verrücktheiten, ihren Irrungen und Wirrungen, der muss dieses Buch lesen (ohne Fachjargon, aber auf Englisch). Erschienen im Genfer GMT-Verlag, legt es den Fokus auf Uhren, die seit 2000 herausgekommen sind – und steckt voller Expertenwissen und Fotos. *R.L.*

MODE

## Einkuscheln, jetzt!



Manche schreiben ein Buch, um von ihren Erlebnissen rund um den Globus zu erzählen. Xenia Ferroni strickt stattdessen Pullis: «Kuschlig und weich, ist ein Pulli der beste Reisebegleiter: Man fühlt sich in ihm sicher und geborgen.» Die junge Schweizerin, die in Mailand Mode, Kunst und Design studiert hat, hat ihr Label Xenia Mixik im Jahr 2018 in Lugano gegründet. Die aktuelle Kollektion umfasst Capes und Pullis aus Kaschmir und Wolle, verziert mit Lederfransen; alles wurde in Italien produziert und ist zum Verlieben. Die erdigen Farbtöne – jedes Stück ist handgefärbt und also ein kleines Unikat – verdanken sich der Reisebegeisterung der Designerin, die auf ihrer Website auch den einen oder anderen Tipp für gute Adressen gibt. Wir schneugen und sammeln schon mal Ideen für hoffentlich bald... *E.L.*

Erhältlich via [www.xeniamixik.com](http://www.xeniamixik.com). Cape aus 100% Kaschmir, 910 Fr.



l'Orange de Noël







Der Laternenweg in Crans-Montana erinnert an die Legende des Sterns von Bella Lù.

## Der Berg ruft – in der Nacht!

**E**IN FERNES LICHT, das wie ein Hoffnungsschimmer das winterliche Nachtblau erhellt... Kein Gedicht, sondern Wirklichkeit: Seit Kurzem kann man an vielen Skiorten – von bekannten Destinationen wie Flims, Davos oder Arosa bis zu kleinen Geheimtipps – an manchen Abenden auf beleuchteten Pisten die Hänge runterflitzen. Die Idee dahinter? Wintersport mal von einer andere Seite zu entdecken – und gleichzeitig die kurzen Tage ein wenig zu strecken. Bei der aktuellen Saison kommt noch ein weiterer Aspekt hinzu: Da es auch in luftigen Höhen gilt, Distanz zu wahren, lassen sich auf diese Weise die vielen Erholungssuchenden besser verteilen. Ob Piste oder Loipe, Schlittelbahn oder Spazierweg: Licht im Dunkel erlaubt es, «die Nutzungszeit zu maximieren», um den Profi-Jargon der Tourismusbranche zu bemühen.

Wobei man vor lauter Pragmatismus nicht das Märchenhafte an diesem Trend übersehen sollte! Die kalte Nacht hat etwas Reinigendes; ausserdem

sorgt die verminderte Orientierung für ein intensiveres Empfinden von Stille und Abgeschlossenheit. Die bekannte Umgebung zeigt sich in einem neuen Kleid, verschneite Baumwipfel führen ein reizvolles Schattenspiel auf... Ob auf Langlaufskiern in Kandersteg oder auf Schneeschuhen im Jura (Saignelégier, Le Noirmont) unterwegs: So ein nächtliches Stelldichein im sanft illuminierten Wald ist auch immer eine kleine Reise zu sich selbst.

Noch steht zwar in den Sternen, ob sich die nächtlichen Sportsfreunde an einem Fondue werden wärmen können. Aber immerhin stehen Skitourenfans jede Menge Destinationen zur Auswahl, etwa im Wallis (z.B. Bettmer- und Riederalp, Veysonnaz) oder in den Freiburger Voralpen (z.B. Charmey, Moléson, La Berra). In Saas-Fee sausen Wagemutige auf Schlitten und mit gemieteter Stirnlampe durch die Dunkelheit. Und für Helden der Lüfte? Sind in Lenk Vollmond-Gleitschirmflüge geplant. Ach, wie tut das gut, mit den Fingern nach den Sternen zu greifen – und einfach mal alles andere zu vergessen... ☺

TEXT RENATA LIBAL



# Hoch hinaus

DER NEUE **LONGINES SPIRIT CHRONOGRAPH** VERNEIGT SICH VOR DEN GROSSEN LUFTFAHRTPIONIEREN DES LETZTEN JAHRHUNDERTS – UM HEUTIGEN HELDEN FLÜGEL ZU VERLEIHEN.

TEXT DIE REDAKTION



## DIE VEREDLUNG

Wenn die geflügelte Sanduhr auf fünf Sterne trifft, dann steht diese hübsche Kombination nicht nur für höchste Qualität und Zuverlässigkeit – sondern erinnert auch mit einem Augenzwinkern an die lange Longines-Tradition, Flugpionieren dort zur Seite zu stehen, wo die Sterne zum Greifen nah sind.

## DIE ZEIGER

Breit, robust und luminisierend, sind die Zeiger auch mit einem kurzen Blick erfassbar. Das konnte früher im Cockpit lebenswichtig sein. Und weil bei neuen Rekorden jeder Augenblick zählt, kommt der Sekunderzeiger zwar superschlank, dafür mit leuchtend roter Spitze daher.

## DAS GEHÄUSE

Wer eine Longines Spirit trägt, hat den Alltag im Griff. Da kommt ein robustes 42mm-Gehäuse aus Edelstahl wie gerufen. Dass die Eleganz dabei nicht auf der Strecke bleibt, liegt am raffinierten Zusammenspiel von satinieren, matten und polierten Elementen.

## DAS ARMBAND

Kein Abenteuerer bricht auf, ohne die bestmöglichen Sicherheitsvorkehrungen getroffen zu haben: Das Lederarmband seiner Uhr ist mit einer Dreifach-Sicherheitsfaltschliesse ausgerüstet.

## DAS UHRWERK

Hier schlägt es, das Herz des Biests. Longines hat seinem Chronographen ein mechanisches Uhrwerk mit Automatikaufzug verpasst, das über eine Gangreserve von 60 Stunden verfügt. Die darin verarbeiteten Siliziumfedern sind nicht nur unempfindlich gegenüber Magnetfeldern, sondern auch leichter und weniger deformierbar als ihre Schwestern aus Edelstahl. Das Non-plusultra? Das Uhrwerk ist von der offiziellen Chronometer-Prüfstelle COSC als Chronometer zertifiziert. Und alle Modelle der Kollektion Longines Spirit haben eine Garantie von fünf Jahren, sprich: Das Abenteuer kann beginnen!

## DIE KRONE

Gross muss sie sein und gut greifbar: Die Krone der Longines Spirit erinnert an die Geburtsstunde der Aviatik, als die Instrumente noch von behandschuhten Fingern eingestellt werden mussten. Auch die zurückversetzte Lünette und die Typographie des Zifferblattes mit den rautenförmigen Stundenindizes sind von dieser Ästhetik inspiriert.

## DIE FUNKTIONEN

Der Mann von heute findet seinen Weg und ist pünktlich – dank dieser Schlüsselfunktionen: Stunde, Minute, kleine Sekunde sowie Datum zwischen vier und fünf Uhr. Die drei Hilfszifferblätter des Chronometers zeigen ihm an, ob seine Zeit auf 10 km immer noch ansehnlich ist.

## DIE FARBE

Vom Lederarmband bis zum Zifferblatt mit Sonnenschliff: Das Modell setzt auf die Farbe Blau. Eine Nuance, die umso stimmiger ist, als die Kollektion von der Pionierluftfahrt inspiriert ist. Sie sind eher den Tiefen des Ozeans zugetan? Dann funktioniert Blau natürlich auch ganz wunderbar. So oder so: Das Blau bietet eine poetische Version der Unendlichkeit.

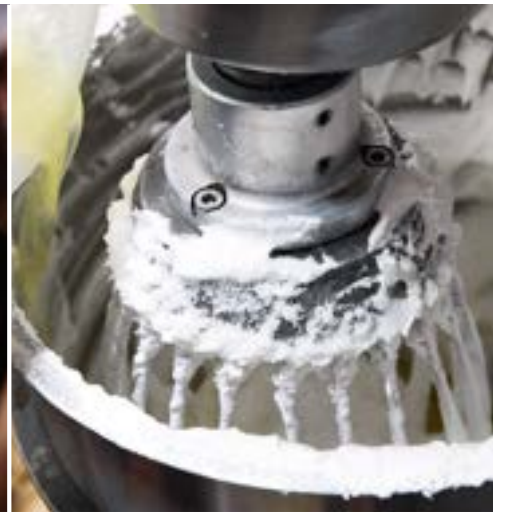
## DIE SPIRIT-KOLLEKTION

The Sky is the Limit: Diese fünf Worte bringen die Spirit-Modelle von Longines am besten zum Ausdruck. Diesen Sommer lanciert, umfasst die Kollektion zwei Drei-Zeiger-Modelle sowie einen Chronometer, die in verschiedenen Farben und wahlweise mit Leder- oder Edelstahlarmband zu haben sind. Jedes Modell ist eine Hommage an die grossen Aviatikpioniere (und -pionierinnen!) und an die Messinstrumente, mit deren Hilfe sie sich über den Wolken orientierten. Im letzten Jahrhundert waren die Abenteuerer der Lüfte oft mit Longines-Instrumenten ausgerüstet, wie historische Fotografien von Amelia Earhart, Elinor Smith und Howard Hughes belegen. Longines Spirit verneigt sich vor diesen unerschrockenen Frauen und Männern, indem sie deren Erbe in eine zeitgenössische Ästhetik übersetzt.

## DIE MARKE

Eleganz und Höchstleistung: Auf diesem Duo gründet der Erfolg von Longines. Und zwar seit 1832, als Auguste Agassiz in Saint-Imier im Berner Jura auf dem Grundstück les Longines («die länglichen Wiesen») seine Fabrik erbauen liess. Die Marke, die heute eine der ältesten noch aktiven der Branche ist, gewann bald schon das Vertrauen der Pioniere der Luftfahrt, der Navigation, des Automobilrennsports und der Forschung, bevor dasjenige der Sportler dazukam. Longines ist offizieller Zeitnehmer an internationalen Reitsportwettkämpfen sowie an Skiweltmeisterschaften. Heute, als Teil der Swatch Group, ist Longines in 150 Ländern vertreten – wo man die hohen Qualitätsstandards der Firma schätzt, deren Modelle jeweils einer der folgenden prestigeträchtigen Produktlinien angehören: Classic, Elegance, Tradition, Heritage oder Sport (zu der auch die Longines Spirit zählt).





SÜSSE  
ALCHEMIE

**LINKS** Eiweiss, Zucker... der Rest ist Know-how. **OBEN** Rührmaschinen schlagen das Eiweiss steif. **RECHTS** Was von Hand mit dem Spritzsack einiges an Übung erfordert, schafft die Spritzmaschine zack, zack. **UNTEN** Im Ofen nehmen die Meringues ihre cremige Farbe an. **UNTEN RECHTS** Eins mögen Meringues gar nicht: Feuchtigkeit. Die Box, unverändert seit eh und je, schützt sie.



# Weiss wie Schnee

AM GREYERZERSEE STELLT EIN KLEINER FAMILIENBETRIEB DIE VIELLEICHT BESTEN MERINGUES DER SCHWEIZ HER. DABEI SETZT ER SEIT 70 JAHREN AUF DASSELBE REZEPT.

TEXT JENNIFER SEGUI FOTOS LEA MEIENBERG

**Z**UNÄCHST MAL muss die Produktionsstätte erwähnt werden. Postkartenschön ist sie und direkt an der kleinen Strasse gelegen, die von Botterens herführt, etwas oberhalb des Greyerzersees und umgeben von Wiesen, auf denen noch ein paar Kühe weiden und mit ihren Glocken für die musikalische Untermauerung sorgen. In dem malerischen Holzhaus mit Baujahr 1747 ist trotz den frühen Morgenstunden schon eine Menge los. Fünf Tage die Woche von vier Uhr bis gegen Mittag sind in den labyrinthischen Räumen im Parterre zahllose Hände damit beschäftigt, Meringues herzustellen, aufzuschichten und zu verpacken.

Diese süssen, schneeweissen Wölkchen sind es, dank denen man die Firma Angelo Rime kennt. Benannt nach dem Mann, der 1964 die Idee hatte, seine Bäckerei in eine Dessertfabrik zu verwandeln und fortan ausschliesslich jene Leckerei herzustellen, ohne welche die traditionelle Fribourger Chilbi, die Bénichon, unvorstellbar wäre. «Während der Expo'64 in Lausanne belieferte Angelo ein Restaurant. Als die Expo zu Ende war, orderte die Beiz aber weiter Meringues, und so beschloss er, ganz darauf zu setzen. Damals wurde das Eiweiss noch von Hand geschlagen und die Meringues einzeln mit dem Spritzsack geformt, was enorm viel Zeit in Anspruch nahm», erzählt Angelos Sohn Charles, 73, der die Firma heute führt. «In den 80ern haben wir uns

eine Spritzmaschine und Elektroöfen zugekauft. Aber das Rezept blieb dasselbe.»

Luftig, knusprig, innen zart schmelzend, nur gerade so viel Zucker, wie es braucht: Die Meringues der Marke Angelo Rime in ihrer rot-weissen, zeitlosen Box sind ein Gedicht. Gibts eine Geheimzutat? Wir fragen nach und degustieren sehr gewissenhaft, aber Charles Rime meint nur: «Eiweiss, Zucker, fertig.» Dann liegt's also an der Zubereitung? «Wir machen es einfach so gut, wie wir können...» Sagts – und gibt uns eine kurze Tour durch die Produktionsräume.

**Spezielle Zuckersorte**

In riesigen Rührmaschinen wird das Eiweiss kräftig geschlagen, so lang, bis es ein leuchtend weisse Farbe angenommen hat. Ein kurzer Kontrollblick durch ein geübtes Auge, und schon gehts weiter: Um die richtige Textur und einen schönen Glanz hinzubekommen, muss nun weniger schnell gerührt werden. Der Zucker wird hinzugefügt und so lang mitgeschlagen, bis er sich aufgelöst und mit dem Eischaum verbunden hat. Dann ist die Spritzmaschine dran, die die weisse Masse in Form von kleinen Wölkchen ausspuckt, die dann sofort in den Ofen kommen.

Charles, der Mathelehrer war, bevor er nach dem Tod seines Vaters im Jahr 2006 die Firma übernahm, kennt dieses Prozedere von Kindsbeinen an. Schliesslich ist er in der Produktionsstätte gross geworden. «Wichtig ist, die besten Zutaten zu verwenden. Die Eier kommen aus der Schweiz, manchmal aus Frankreich, der Zucker aus Aarberg, unweit

von Biel. Er ist etwas grobkörniger als der, den man gewöhnlich im Haushalt verwendet. So schmilzt er langsamer.» Und die Backzeit? «Die hängt von der Grösse der Meringues ab. Acht Zentimeter lange backen zweieinhalb Stunden bei 120 Grad. Grössere (12 cm) rund vier Stunden. Manche Meringues backen wir immer noch im Holzofen, und da braucht es dann die ganze Nacht.»

Der «goût de la tradition», wie es auf der Verpackung heisst, braucht kein Chichi. Keine Lebensmittelfarbe, kein Aromen, nichts dergleichen. Wie kontrolliert man die Qualität? Charles verweist auf ein kleines, aber wichtiges Detail: «Da muss ein feiner Hohlraum zwischen der knusprigen Schale und dem weicheren Inneren sein.»

Bei der Auslieferung hilft mittlerweile die dritte Generation mit. «Normale Transportunternehmen sind ungern mit solch fragilem Cargo unterwegs», sagt Charles. «Deshalb übernimmt das mein Sohn Olivier. Er fährt die Meringues bis zu 500 Kilometer weit, und noch nie ist etwas zerbröselst angekommen.» In Supermärkten, in Sternelokalitäten, in kleinen Bäckereien: Überall dort sind Angelo-Rime-Meringues erhältlich. Werbung brauchts nicht. Charles, der bewusst nicht expandiert, um die Qualität nicht zu mindern, ist stolz auf das, was er seine ureigene Marketingstrategie nennt: «Die Kunden kommen auf uns zu, nicht umgekehrt.» Trotz den unsicheren Zeiten macht er sich keine Sorgen um die Zukunft. «So lang es Crème double gibt, so lang brauchts auch Meringues.» Recht hat er. ☺



**Angelo Rime**

Auch wenn sein Vorname eine Herkunft von jenseits der Alpen vermuten liesse, Angelo Rime stammte aus dem 480-Seelen-Dorf Enney, das grade mal zehn Autominuten von Botterens entfernt liegt, wo er mit zarten 24 Jahren die Épicerie-Boulangerie übernahm. Wenn das Brot gebacken war, nutzte er den abkühlenden Ofen, um Pâtisserie herzustellen: Pain d'Anis aus Eigelb – und natürlich Meringues aus Eiweiss. Ab 1964 setzte Angelo ganz auf die weisse Leckerei – und scherte sich nicht um die Stänkerer, die unkten, «la Bénichon, ça n'est pas toute l'année!» (Die Bénichon ist die Fribourger Chilbi, die im Spätsommer gefeiert wird und an der man traditionell Meringues isst.) Ein Glück!



*“Immer am Puls der Zeit,  
bereit für Herausforderungen,  
immer strahlend.”*

Claudia Maria Ferreira da Costa  
IHR SPORT: FECHTEN

INNOVATION PRO-AGEING<sup>1</sup>  
NUTRITION CLARINS

Die Ausstrahlung nährstoffarmer Haut beleben: Ein kraftvolles Aktivstoff-Duo aus der Rosskastanie stimuliert die Verteilung von Mikronährstoffen in der Haut, für neue Vitalität und Leuchtkraft. Für 80%<sup>2</sup> der Frauen ist die Haut besser genährt, revitalisiert und strahlend schön.

**DAS CLARINS +**

4 Jahre Forschung, 240 getestete Formeln und 3 wissenschaftliche Partnerschaften: Ausdauer, die belohnt wurde.

NEU

## Nutri-Lumière

Nahrung. Vitalität. Leuchtkraft.



Blüte und Frucht der Rosskastanie  
Nährende Aktivstoffe

# CLARINS

CLARINS.CH

1. Zu Gunsten einer reiferen Haut.  
2. Zufriedenheitstest mit 111 Frauen, nach 14-tägiger Anwendung der Tagescreme.





1937

Cary Grant und Constance Bennett gönnen sich ein Gläschen in «Topper – Das blonde Gespenst».

# Ein Cüpli, bitte!

ZUM FESTE NUR DAS BESTE: CHAMPAGNER IST DIESER TAGE IN ALLER MUNDE. WORAUS ER GETRUNKEN WIRD, ENTSCHIEDET ALLERDINGS DER GESCHMACK DER ZEIT. EINE BESCHWIPSTE REISE DURCH DIE JAHRZEHNTE.

TEXT LEONI HOF

**E**IN EINZIGES MAL in meinem Leben hab ich etwas mitgehen lassen. Das war, als mir an einem Event ein Dom Pérignon Rosé Vintage 1998 in einem bauchigen Weinglas serviert wurde. Mein Lieblingsgetränk schmeckte an diesem Abend wie nie zuvor. Eine Offenbarung! Aufs Glas hatte die Schweizer Künstlerin Sylvie Fleury einen roten, unabwischbaren Lippenstiftabdruck gebracht, den man sonst möglichst zu vermeiden sucht, indem man – diskret! – über den Teil des Glases leckt, an dem man beim Trinken die geschminkten Lippen ansetzt. Dieses witzige Detail brachte mich dazu, eins der Prachtstücke in meiner Handtasche verschwinden zu lassen und mit nach Hause zu nehmen. Bis heute trinke ich gern daraus, was nicht nur mit dem Beigeschmack des Verbotenen zu tun hat, sondern auch mit der Form des Glases. Doch dazu später mehr.

Es waren die Briten, die als erste Gefallen am prickelnden Wein fanden. Ein französischer Exil-Brite, der Autor Marquis de Saint-Evremond (1610-1703), soll denn auch die Champagnerschale erfunden haben. In Frankreich wurde bevorzugt stiller Wein getrunken. Was sich schlagartig änderte, als Louis XIV. den Champagner zum Versailler Hausgetränk und damit populär machte. Ein Gemälde aus dem Speisezimmer seines Urenkels Louis XV. (1710-1774) zeigt eine Szene nach der Jagd, bei der die Abgebildeten nicht nur Austern schlürfen, sondern auch Champagner. Und zwar aus Schalen. Plopp!, da fliegt sogar ein Korken durchs Bild. Oft explodierten zu dieser Zeit allerdings die Flaschen, da sie noch nicht stabil genug waren, um dem Druck des gärenden Getränks standzuhalten, was dem Champagner den Beinamen «Wein des Teufels» einbrachte.

Die Zeitgenossen von Madame Pompadour und Louis XV. genossen ihn übrigens wie einen Shot. Champagner war damals eine hefe-trübe Angelegenheit, man trank ihn aus farbigen Kristallgläsern, um ihn optisch aufzuwerten. Nicole-Barbe Ponsardin (1777-1866), die junge Witwe des Champagnerkellerei-Besitzers Francois Clicquot, machte Schluss mit dem traurigen Nachgang, der durchs Getränk suppte. Mit ihrem deutschen Kellermeister entwickelte sie das Rüttelpult und damit eine bis heute gebräuchliche Methode, mit der die Hefesterne aus dem Gärungsprozess entfernt werden. Die Veuve Clicquot brachte ihr Erfolgsprodukt in die ganze Welt. Russland war eine Zeit lang grösster Exportmarkt. Dass die begeisterten Zuschauer am Moskauer Bolschoi-Theater jedoch Champagner aus den Ballettschuhen ihrer Liebblingstänzerin schlürften, ist wohl eine Legende. Wahrscheinlich bevorzugten sie Vodka – was wegen der sich im Schuh tummelnden Bakterien tatsächlich gesünder gewesen wäre. Beim weniger hochprozentigen Champagner greift man indes besser zum Glas.

## **Erotischer Beigeschmack**

Lange Zeit war das die Schale. Es heisst, dass Marie Antoinettes Brüste den frühen Coupes Modell gestanden haben sollen. Auch die von Madame de Pompadour, die von Kaiserin Joséphine und jene der US-amerikanischen Fotografin Lee Miller sollen schon Vorbild für Trinkgefässe gewesen sein. Als Kate Moss 2014 ihren Vierzigsten begoss, prosteten sich die Gäste des Supermodels mit Gläsern zu, die ihrer linken Brust nachempfunden war. Erotisches kann, wer mag, auch im Ritual des Herumspritzens von Champagner an Siegesfeiern entdecken. Tatsächlich waren Champagnerflaschen





1734

## SIE ALLE...

**1734**  
Am Hof von Louis XV. schlürfte man aus Schalen. Entdecken Sie den fliegenden Korken?

**1951**  
US-Schauspielerinnen Tallulah Bankhead funktioniert ihren Schuh zum Trinkgefäß um.

**1962**  
Marilyn zieht da ein gekühltes Glas vor.



1951



1962



1971



1983



2008



2012



2014



2020

## ... LIEB(T)EN CHAMPAGNER

**1971**  
Direkt aus der Flasche? Mick und Bianca Jagger sagten dazu an ihrer Hochzeit in St. Tropez Ja.

**1983**  
Eighties at Their Best: Champagnerkaskade am British Fashion Ball.

**2008**  
Das ist Kunst: Sylvie Fleury's unabwaschbarer Lippenstift.

**2012**  
Mitternachtsblau: Das Modell *Flutissimo* aus der Kollektion *Mille Nuits* des französischen Kristallglasherstellers Baccarat.

**2014**  
Kate Moss' linke Brust war hier formgebend.

**2020**  
Kenner trinken aus Gläsern in Tulpenform. Dieses ist von Baccarat.

in der Vergangenheit mit einem Korken und einer kreuzweisen Verschnürung gesichert: An eleganten Dinern soll es den weiblichen Gästen vorbehalten gewesen sein, die Schnüre am Flaschenhals zu öffnen und den Inhalt zum Spritzen zu bringen. Ein Schelm, wer Böses dabei denkt.

### Experten setzen alle auf dieselbe Glasform

Die Coupes jedenfalls hielten sich hartnäckig, sie wurden teilweise mit einem «Champagnerbesen» gereicht, um den schwankenden Kohlensäuregehalt nachträglich zu verringern. Dabei ist die Form der Schale geradezu dafür prädestiniert, den feinen Bläschen den Garaus zu machen: Ihre grosse Oberfläche bündelt diese nicht, und weil man das Glas direkt in Händen hält, wird der Wein schneller warm und flach. Ausserdem führt die Schale den feinen Geruch des Champagners nicht in Richtung Nase. Trotzdem schlürften die Flapper der Zwanzigerjahre daraus; und auch in Schwarzweissfilmen der 30er- und 40er-Jahre tauchen die schicken Schalen auf. 1955, in «Das verflixte 7. Jahr», tunkt die göttliche Marilyn Monroe ihre Pommes Chips hinein. Ein Sakrileg? Nicht unbedingt: Selbst Wein-Expertin Madelyn Meyer (von [www.edvin-uncorked.com](http://www.edvin-uncorked.com)) sagt heute: «Champagner passt grossartig zu frittiertem Essen wie Chips! Die Säure und die Bubbles bringen eine schöne Leichtigkeit in die Sache.»

Ab den wirtschaftswunderbaren 50ern wurde die Schale durch die elegante Flöte ersetzt. Mit der man zeigt, was man hat: In diesem Fall eine nach oben steigende Perlage. Dazu wurde in einigen Exemplaren unten eine raue Stelle angebracht, um die Blasen gesammelt an die Oberfläche zu befördern. Das Prickeln hält sich

im schmalen Glas deutlich länger, und da man die Flöte am Stiel hält, bleibt der Wein länger kühl. Raum zum Atmen hat er hier aber nicht. Dan Roznov (alias Champagne Spy und Macher der Zürcher Eventreihe Champagne & Friends) bringt es auf den Punkt: «Champagner aus Flütes oder Coupes zu trinken ist wie einen Ferrari mit angezogener Handbremse zu fahren.» Denn heute interessieren auch seine inneren Werte, nicht nur schnödes Sprudeln.

Das Glas der Wahl, da sind sich die Experten einig, hat darum eine leicht bauchige Tulpenform. So können sich die Aromen gut entfalten, ohne sich aber gleich zu verflüchtigen. Im Restaurant ordert man im Zweifelsfall ein Weissweinglas – und ignoriert die fragende Augenbraue des Kellners.

Nach Monaten, vielleicht Jahren in der Flasche sollte man dem Champagner ein wenig Luft zum Atmen gönnen. Und ihn nicht allzu kalt servieren. Dan Roznov rät: Lagern Sie ihn im Keller, geben Sie ihn maximal 40 Minuten ins Gefrierfach und öffnen Sie die Flasche eine Stunde vorm Servieren. Für diese Zeit darf sie in den Kühlschrank, aber nicht schon Wochen vorher, das macht das Getränk bitter.

Der Champagner entwickelte sich so von einem Getränk, das man in neckischen Coupes zu sprudelnden Pyramiden auftrümmte, zum sozialen Schmiermittel in der dezenten Flöte. Heute wird er ernst genommen wie ein Wein. Übrigens muss im perfekten Glas nicht immer nur Champagner prickeln, wie Madame Meyer findet: «Es gibt genug heimische Produzenten, die das gleiche Verfahren nutzen wie die Champagnerhäuser. Ich empfehle Schaumweine aus der Bündner Herrschaft: Adank und Obrecht. Guet Nacht am Sächsi, sind die gut!» ☺





## Farbe à gogo

MOOSGRÜN, KIRSCHROT, SONNENBLUMENGELB: DIESE NEUEN ZIFFERBLÄTTER HEIZEN DEM WINTERLICHEN GRAU ORDENTLICH EIN.

TEXT MATHILDE BINETRUY

**F**ARBEN: Es scheint, als wären sie der Gradmesser unserer Zeit. Im November, mit Blick auf die Präsidentschaftswahlen in den USA, stellte sich die Frage nach (republikanisch) roten Wellen und (demokratisch) blauen Wellen. Derweil ist die Karte Europas dank Covid-19 in Verbreitungs- und Gefahrenzonen eingeteilt: hier grau, da grün, dort orange oder gar rot... Da ist man glatt froh um die unpolitische, pandemiefreie Farbattacke, welche die Uhrenindustrie derzeit auf uns startet! Neben dem grade sehr ansagten Smaragdgrün und dem ewigen Wert Marineblau – der sogar auf bestem Weg ist, das neue Schwarz zu werden – entdeckt man derzeit auch manch unkonventionell eingefärbtes Zifferblatt: puderosa, kirschrot, anisgrün, sonnenblumengelb... Kräftige, fröhliche Töne, die nach diesem doch etwas trüben Jahr ausgesprochen gut tun.

Rolex hat Anfang September eine poppige neue Kollektion seiner Oyster Perpetual vorgestellt – eine augenzwinkernde Anspielung auf die Day-Date Stella, deren Emaille-Zifferblätter in den 70ern für Furore sorgten. Marshmallowblau, Babyrosa, Mandarinenorange: Die altehrwürdige Marke hat hier offensichtlich freudvoll in den Malkasten gegriffen. Breitling ist ebenfalls auf den Farbzug aufgesprungen und legt das Damenmodell seiner Chronomat (wahlweise mit 32- und 36-mm-Durchmesser) neu in schicken Pastelltönen vor. Und auch IWC, Montblanc, Vacheron Constantin, Zenith und viele weitere Hersteller haben erkannt: Farbe verführt, macht gute Laune, schenkt eine gewisse Leichtigkeit, gerade jetzt.

Klar ist es reizvoll, wenn man seine Uhr farblich auf sein Tenue abstimmen (oder es keck kontrastieren) kann. Aber die Farbexplosion in der Uhrenindustrie zeugt vor allem auch vom Wunsch, eine Alternative zur klassischen Ästhetik der Branche zu finden. Und dann spielt noch etwas Weiteres mit: «Die Welt um uns

herum wird immer bunter», sagt Christian Selmoni, Style & Heritage Director bei Vacheron Constantin. «Social Media wie Instagram überfluten uns mit farbintensiven Bildern; automatisch verbindet man kräftige Farben mit Erinnerungswürdigen Momenten und freudigen Ereignissen.» So liegt es auf der Hand, dass die Buntheit von den Bildschirmen zunehmend auch ins richtige Leben hinüberschwappt.

### Bei der NASA abgeschaut

Doch wie entstehen eigentlich petrolblaue, orange-farbene, knallrote Zifferblätter? Daran wird in den Labors der Manufakturen unermüdlich getüftelt. Es gibt diverse Möglichkeiten, ein Zifferblatt einzufärben. Etwa die Galvanoplastik, die bei Silbertönen und Metallic-Effekten (z. B. Sonnenschliffoptik) Trumpf ist. Oder die sogenannte Physical Vapour Deposition, kurz PVD-Technik, die man von der NASA abgeschaut hat: Sie kommt zum Zug, wenn richtig intensive Farbtöne gefragt sind. Finale Oberflächenbehandlungen sorgen für wahlweise mattes oder glänzendes Finish. Auch bestimmte manuelle Bearbeitungstechniken können Einfluss auf die Farbe haben, etwa das Guillochieren. Audemars Piguet hat fünf Exemplare seiner Code 11.59 von der renommierten Schweizer Kunsthandwerkerin Anita Porchet gestalten lassen – auch Patek Philippe, Vacheron Constantin und Piaget haben schon mit ihr gearbeitet –, die deren «Grand Feu»-Zifferblätter (aus in Spezialöfen auf 800 Grad erhitzter und so eingefärbter Emaille) von Hand mit Goldfäden verziert hat.

Welche Farben grade dominieren, ist epochenabhängig. In den 1970ern fuhr man auf Orange ab; um 2000 herum waren alle verrückt nach knalligem Rot. Dafür waren die beiden darauffolgenden Jahrzehnte eher gemässigt und setzten auf ein ruhiges Blau. Was kommt 2021 auf uns zu? Fragt man die Farbhersteller, tippen auffallend viele auf Türkisnuancen. Wobei man sich angesichts der aktuellen Situation ja eher eine «vien rose» wünschte... ☺

### FARBENFROHE ERNTE

VON LINKS NACH RECHTS UND VON OBEN NACH UNTEN

**Oyster Perpetual 31, Rolex.**  
31 mm, Edeldahl Oystersteel, in Handarbeit hergestelltes sonnenblumengelbes Zifferblatt mit Indizes aus Gelbgold (1,8 ct), Automatikuhwerk, wasserdicht bis 100 m.

**Overseas Ewiger Kalender Extraflach, Vacheron Constantin.**  
41,5 mm, Gehäuse, Indizes, Zeiger aus Roségold (1,8 ct), stahlblau lackiertes Zifferblatt mit Sonnensatinierung, Bauhöhe nur 8,10 mm, extraflacher Ewiger Kalender, Automatikuhwerk, wasserdicht bis 50 m.

**Code 11.59 Grande Sonnerie Carillon Supersonnerie, Audemars Piguet.**  
41 mm, Weissgold (1,8 ct), mit Goldfäden («Pailloons») verziertes «Grand Feu»-Zifferblatt aus nachtblauer Emaille, handgefertigt durch die Schweizer Kunsthandwerkerin Anita Porchet, Handaufzug, wasserdicht bis 30 m, limitiert auf fünf Exemplare.

**Elite Moonphase – 36 mm Julieta, Zenith.**  
36 mm, Edeldahl, Diamanten, kirschrotes Zifferblatt mit Soleil-Guillochierung, Automatikuhwerk, Mondphase, Kleine Sekunde, wasserdicht bis 50 m, limitiert auf 145 Exemplare.

**Chronograph Carrera Sport, TAG Heuer.**  
44 mm, Edeldahl, moosgrünes gebürstetes Zifferblatt mit Sekundenanzeige und zwei grünen Chronographenzählern, Automatikuhwerk, wasserdicht bis 100 m.

**Portugieser Chronograph, IWC.**  
41 mm, Edeldahl, burgunderrotes Zifferblatt, Kleine Sekunde mit Stoppvorrichtung, Automatikuhwerk, wasserdicht bis 30 m.

**Navitimer Automatic 35, Breitling.**  
35 mm, Edeldahl, lachsfarbenes Zifferblatt, Automatikuhwerk, wasserdicht bis 30 m.

**Heritage Automatic, Montblanc.**  
40 mm, Gelbgold (1,8 ct), bombiertes tannengrünes Zifferblatt mit arabischen Stundenziffern und Indizes aus Gelbgold, Automatikuhwerk, wasserdicht bis 50 m.



# Elite

HANDGEFERTIGTE SCHLAFKULTUR



## *Ihr Wohlbefinden liegt uns seit 125 Jahren am Herzen*

*In Aubonne, am Ufer des Genfersees, fertigen wir aus natürlichen und regionalen Materialien traumhafte Betten. Ob Designmodell oder klassisches Bett: Vom Bettkopfteil über das Bettgestell, bis hin zur Matratze wird alles exakt, und ganz nach Ihren Wünschen handgefertigt. Eine Vielfalt an Materialien, Farben und Formen stehen zu Ihrer Auswahl. Wie einmalig komfortabel unsere Bettensysteme sind, können Sie in jeder Elite Gallery entdecken.*

Schweizer Manufaktur seit 125 Jahren

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

Zürich - Riehen - Luzern - Gstaad - Genf - Aubonne - Lausanne - Sitten - Verbier - Crans-Montana - St-Moritz - Paris - Mailand







Gesehen auf dem Laufsteg von Tory Burch, Herbst/Winter 2020/21.

# So schlicht, so cool

DAS MAKE-UP DER STUNDE IST EIN SPAGAT ZWISCHEN NÜCHTERNHEIT UND GLAMOUR. SO GLITTERN WIR SCHÖN AN DEN FESTTAGEN... ABER NICHT ZU HEFTIG.

TEXT KATRIN ROTH

**S**CHON EINMAL VOM «Lipstick Effect» gehört? Was wie eine neue Netflix-Serie tönt, ist in Tat und Wahrheit der Titel einer wissenschaftlichen Studie aus dem Jahr 2017. Sie untersuchte, warum in Krisenzeiten deutlich mehr Lippenstifte verkauft werden, allen voran solche aus dem Luxussegment. Das Phänomen liess sich namentlich nach den Terroranschlägen vom 11. September 2011 beobachten: So berichtete etwa Leonard Lauder, Erbe der Kosmetikmarke Estée Lauder, dass die Verkaufszahlen von Lippenstiften durch die Decke gegangen seien.

Momentan, mit den omnipräsenten Masken, mögen andere Make-up-Artikel als der Lippenstift im Vordergrund stehen, doch auch jetzt grassiert wieder eine offensichtliche Schminklust. Gewiss spielt eine Rolle, dass Make-up sowohl unser Selbstbewusstsein wie auch unsere Laune pushen kann. Und beides gilt auch für den aktuellen Schminktrend, den Profis Glamorous Nude nennen: Ein Look, bei dem die natürliche Leuchtkraft des Gesichts durch das effektvolle Auftragen verschiedener Nuancen von Nude-, Gold- und Erdtönen subtil betont wird. Um die eigenwillige Mischung aus «Woke up like this» und «Viva la Diva» zu erzielen, braucht es als Basis vor allem eins: Eine makellos aussehende Haut. «Besonders gut gelingt

dies, wenn man die Foundation mit ein paar Tropfen Feuchtigkeitspflege vermischt», sagt National Pro-Make-up Artist Michèle Clausen von Bobbi Brown.

Auch bei National Make-up Artist Michelle Fischer von Dior dreht sich beim Look der Stunde alles um einen gepflegten Teint. «Während des Lockdowns hat sich der Fokus bei vielen Menschen auf die Hautpflege verschoben. Der Glamorous-Nude-Trend kommt also genau zur richtigen Zeit.» Statt die Haut unter einer dicken Schicht Make-up zu verbergen, sollte man nur punktuell allfällige Unebenheiten ausgleichen und anschliessend die Gesichtszüge mithilfe von Rouge, Bronzer oder Highlighter akzentuieren. Michelles Tipp: Vor dem Auftragen der Grundierung eine sehr dünne Schicht losen Puder über die Hautpflege verteilen. «Das schliesst die Feuchtigkeit in der Haut ein und bringt sie zum Strahlen.»

Und was ist mit den Lippen? Da sei ebenfalls Zurückhaltung angesagt, sagt Michèle Clausen von Bobbi Brown. «Am besten funktionieren Nudetöne in Abstimmung auf die eigene Lippenfarbe.» Für einen besonders natürlichen Effekt kann der Lippenstift mit dem Finger auf den Mund getupft werden. Der Vorteil: Mit leicht verwischten Lippen fällt es nicht gross auf, falls der Mundschutz oder die Serviette ein bisschen Farbe abbekommen...

Abgerundet wird der Look durch Smokey Eyes, wobei glänzender Lidschatten für

ein klein bisschen «Waawoom» sorgen – schliesslich geht es hier um die glamouröse Variante des Nude-Looks. Und falls Ihrer inneren Disco-Queen der Sinn nach Saturday Night Fever steht, dürfen Sie auf der Mitte des Lids sogar einen ultra-glitzernden Lidschatten auftragen. «Seien Sie mutig und spielen Sie mit Farben», sagt National Make-up Artist Abdel Zouitina von YSL. «Das wird nicht nur Ihren Look, sondern auch Ihre Laune aufhellen!»



## KLEINE WUNDERWIRKER...

1. Lidschatten *Luxury Palette* im Farbton *Pillow Talk*, **Charlotte Tilbury**, ca. 60 Fr.
2. Puderlidschatten *Ombre Première* im Farbton *Or Antique*, aus der limitierten *Holiday Collection 2020*, **Chanel**, ca. 43 Fr.
3. Lippenstift *Diorific* im Farbton *Dazzling Beige*, aus der limitierten *Golden Nights Edition*, **Dior**, ca. 50 Fr.
4. *Smokey Eye Mascara*, **Bobbi Brown**, ca. 42 Fr.





HIER BEGANN ALLES:  
35, RUE TRONCHET, PARIS



JACQUES  
COURTIN-  
CLARINS

EIN EINZIGARTIGES ANTI-AGING-PRODUKT HAT EINEN ...

1985: DA WAREN ES NOCH  
ZWEI FLÄSCHCHEN

KURKUMA



... EBENSO EINZIGARTIGEN FLAKON VERDIENST.



2020

# Starkes Doppelpack

ES IST DER ANTI-AGING-KLASSIKER SCHLECHTHIN: DAS DOUBLE SERUM VON CLARINS. VOR 35 JAHREN IN ZWEI SEPARATEN FLÄSCHCHEN LANCIERT, KOMMT ES SEIT 1996 IN EINEM EINZIGEN FLAKON MIT MISCHSPENDER DAHER. RÜCKBLICK AUF DIE GESCHICHTE EINES BESTSELLERS.

TEXT DIE REDAKTION

**V**ERMUTLICH erhoffte sich Jacques Courtin-Clarins etwas mehr Begeisterung von seinem wissenschaftlichen Mitarbeiter, als er ihm 1985 in den Laboratoires Clarins im französischen Pontoise seine Vision unterbreitete: «Wie wärs, wenn wir das ultimative Kosmetikprodukt entwickeln würden? Ein einziges Produkt, das alle Aktivstoffe enthält, welche die Jugendlichkeit der Haut positiv beeinflussen?» Der Forscher winkte sofort ab. «Das ist unmöglich. Die einzelnen Komponenten eines solchen Produkts würden sich nicht miteinander vertragen.» Doch so schnell gab Courtin-Clarins nicht auf. Und machte stattdessen einen kühnen Vorschlag: «Nun gut, dann lassen Sie uns die Aktivstoffe in zwei separate Flakons stecken! Das Vermischen findet dann anschliessend statt, beim Auftragen.»

35 Jahre sind seit diesem Gespräch vergangen, mit dem der französische Pionier auf dem Gebiet der pflanzenbasierten Kosmetik den Grundstein legte für die Erfolgsgeschichte des ikonischen Double Serums. Zwei Phasen, eine Formel: Das Double Serum ist ein Meisterstück aus zwei Komponenten, das die besten Anti-Aging-Wirkstoffe in je einer öl- und einer wasserlöslichen Phase kombiniert, um die fünf grundlegenden Vitalfunktionen der Haut zu stimulieren: Regeneration, Sauerstoffversorgung,

Nährstoffversorgung, Feuchtigkeitsversorgung sowie Schutz vor äusseren Einflüssen. «Eine umfassende Anti-Aging-Intensivpflege, die rasch ein unverzichtbarer Bestandteil für die tägliche Pflege geworden ist», heisst es von Seiten Clarins, wo die Rückmeldung der Kundschaft seit jeher einen grossen Einfluss auf die Entwicklung von Produkten hatte. Seit 1954 an der Rue Tronchet 35 in Paris das allererste Clarins-Institut eröffnete, setzt man auf pflanzliche Wirkstoffe sowie auf innovative Anwendungstechniken wie zum Beispiel die Gesichtsmassage. Jacques Courtin-Clarins (1921-2007) erinnerte sich später: «Die Frauen selbst waren es, die mich gelehrt haben, Schönheit ernst zu nehmen. Ich habe ihnen nur zugehört.»

## Revolutionärer Flakon

Im Laufe der Jahre und immer in Abstimmung auf die Wünsche der Anwenderinnen und Anwender, hat das Forschungsteam von Clarins das Double Serum laufend verbessert. Angefangen bei der Verpackung: So wurden die ursprünglichen zwei Fläschchen 1996 durch den revolutionären zweiteiligen Flakon ersetzt, dessen Pumpspender die Zusammenführung der öl- und der wasserlöslichen Pflanzenextrakte in einem optimalen Mischverhältnis – ein Drittel öl-, zwei Drittel wasserlösliches Serum – garantiert.

Nicht minder innovativ ist natürlich der Inhalt des internationalen Pflege-

Bestsellers – alle acht Sekunden wird irgendwo auf der Welt ein Clarins Double Serum verkauft –, der sich aus 20 besonders leistungsstarken pflanzlichen Aktivstoffen zusammensetzt. Zu diesen stösst seit neuestem als 21. Wirkstoff ein spezieller Kurkuma-Extrakt, dessen hohe Konzentration an Turmeron massgeblich zur Optimierung der erwähnten fünf Vitalfunktionen der Haut beiträgt.

Da bei Clarins die Verbundenheit zur Natur grundsätzlich eine wichtige Rolle spielt, stammen bei der neusten Version des Double Serums möglichst viele Inhaltsstoffe aus biologischem Anbau, einige davon mit Fair-Trade-Zertifikat. Nachhaltig sind auch der Flakon im Öko-Design, der Recycling-Kunststoff enthält, sowie die bewusste Reduktion des Verpackungsmaterials um 50 Prozent.

Unverändert geblieben ist indes das All-in-One-Konzept des legendären Serums, das je nach Bedürfnis auch als Kur benutzt werden kann und bei zahlreichen Promis im Bad steht. Doch statt auf die vielen berühmten Fans, Auszeichnungen oder Fünf-Sterne-Bewertungen hinzuweisen, betont man bei Clarins lieber die Tatsache, dass es sich beim Double Serum um ein Universalprodukt handelt, das «explizit für Frauen auf der ganzen Welt, in jedem Alter, jeder ethnischen Herkunft und für alle Hauttypen» gemacht worden ist. Ganz im Sinne von Jacques Courtin-Clarins eben, der einst sagte: «Meine Inspirationsquelle sind die Frauen. Alle Frauen...»

## SANFT EIN-MASSIEREN

Das Double Serum wird vorzugsweise mittels der speziellen Gesichtsmassagetechnik aufgetragen (online finden sich Videotutorials dazu), die von Jacques Courtin-Clarins persönlich entwickelt wurde. «Sie basiert auf Beobachtung und auf Erfahrungswerten», schreibt er in «*Une Réussite en Beauté ou la Fabuleuse Aventure de Clarins*», (Jean-Claude-Lattès-Verlag, 2006). «Etwas Vergleichbares habe ich noch in keinem Massagebuch gefunden. Ich bezeichne sie als Berührungskommunikation.»





Eugenia Bruni wird an Weihnachten Linsen und Panettone essen. Und danach, wenns nach ihr geht, bald nach Peru verreisen.



# FREI GEIST

JEDER TAG IST EIN FEIERTAG, FINDET HAUTE-JOAILLERIE-DESIGNERIN EUGENIA BRUNI. UND JEDE FRAU EINE GÖTTIN. SCHMUCK HELFE, DAS ZU ERKENNEN – UND MANCHMAL AUCH YOGA.

TEXT RENATA LIBAL

**I**M MAI LUD Eugenia Bruni den internationalen Jetset via Instagram zu einer Gruppenmeditation ein. «Breathing Love» nannte sie diese kollektive Bewusstseinsweiterung, dank der sich die versammelten (Hollywood-)Stars für einen seligen Augenblick aus den Fängen der mühseligen aktuellen Realität lösen sollten. Abgehoben? Nicht doch. Für die Mailänder Schmuckdesignerin ist dergleichen das Natürlichste auf der Welt. Der Spagat zwischen Spiritualität und Business ist für sie kein Kunststück, sondern ganz einfach Alltag. Der sich bei ihr freilich um ultraexklusive Bijoux dreht: Das Unternehmen Pasquale Bruni, 1976 von ihrem Vater gegründet, gehört heute zu den besten – und extravagantesten! – Italiens. Seit 2001 ist Eugenia Kreativchefin. Und ja, auch ein bisschen Muse, etwa, wenn sie für glamouröse Fotos mit diamantbehangenen Filmstars posiert. Dabei hat die Mailänderin zu den Schmuckstücken, die das Atelier in Valenza verlassen, eine ganz besondere Beziehung: Für sie ist jeder Edelstein eine Einladung zu einer Reise zu sich selbst, jedes Pavé der Beweis dafür, dass die Schönheit schlussendlich immer siegen wird.

Gern hätten wir uns mit Eugenia Bruni vor Ort über Schmuckauslagen gebeugt, aber eben: Corona. Stattdessen trafen wir uns zu einem langem Gespräch via Laptops. Ein erfrischendes Zusammentreffen mit einem Freigeist, der unermüdlich arbeitet – nicht zuletzt, um die Welt Tag für Tag ein wenig zu verzaubern.

#### Wie erleben Sie diese schwierigen Zeiten?

Wir bei Pasquale Bruni halten uns wacker. Wann, wenn nicht jetzt, soll man alle positiven Energien bündeln? Die Krise meistern wir am besten, wenn jeder bei sich selbst beginnt und beispielsweise negative Gedanken gar nicht erst zulässt. Schwierigkeiten gehören halt zum Leben dazu! Was die Firma angeht, so haben wir uns für 2021 viel vorgenommen. Wir werden einige Neuheiten lancieren. Bis dahin konzentrieren wir uns darauf, die guten Beziehungen zu unseren Partnern zu pflegen. Unsere Kunden schätzen es, dass wir sie jetzt noch ausführlicher beraten können als sonst. Und für ist es schön, dass wir uns richtig viel Zeit nehmen können, um unsere Produkte zu zeigen, zu erklären, die Geschichten dahinter zu erzählen. Selbst, wenn es nur virtuell möglich ist. Das Zwischenmenschliche war noch nie so wichtig wie jetzt.

#### Sicher konnten Sie heuer weniger als sonst produzieren...

Ja, der Lockdown hat einiges ins Stocken gebracht. Zum Glück ist unser Produktionsteam derart motiviert, dass wir vielerorts bereits wieder aufholen konnten. Die Energie innerhalb der Firma war und ist fantastisch. Wissen Sie, die Krise hat auch etwas Gutes an sich.

#### Was denn?

Die Schmuckwelt hatte sich in Moden und Marketing verrannt. Jetzt beobachte ich mit Freude, dass die Leute wieder vermehrt eine Beziehung zu ihren Schmuckstücken haben wollen. In unseren Boutiquen ist deutlich spürbar, dass jedes Stück wieder als wirklich einzigartig, exklusiv, als ein bisschen magisch angesehen wird. Dazu kommt mir eine Szene in den Sinn, die ich in den Nachrichten gesehen habe und die mich zu Tränen gerührt hat: Ein Mann erzählte, dass er Familienerbstücke habe verkaufen müssen, weil ihm das Geld ausgegangen sei. Während er das sagte, hatte er Tränen in den Augen. Das ist es doch, was ein Schmuckstück sein sollte: ein geliebtes Objekt, das einen ein Leben lang begleitet. Und einen manchmal sogar rettet.

#### Ein Stück nicht nur von materiellem, sondern auch von sentimentalem Wert, von dem man sich nicht gern trennt...

Genau. Ich glaube, wir lernen gerade wieder, Schmuck auf diese Weise zu sehen. Ein Schmuckstück ist eine Art Tagebuch, voller Emotionen und Erinnerungen. Junge Kunden informieren sich länger, bevor sie kaufen. Sie wollen wissen, wie etwas gemacht wurde und warum gerade so, woher die verwendeten Diamanten stammen und so weiter. Das war lange Zeit nicht so. Dabei hat jedes Schmuckstück verdient, dass man sich diese Fragen stellt.

#### Wenn Sie ein Schmuckstück entwerfen müssten, welches das Jahr 2020 repräsentiert, wie würde es aussehen?

Ich würde mich wohl für Roségold entscheiden. Ich arbeite gern damit, weil Frauen immer etwas rosa Karma vertragen können. Und von der Form her müsste es eine Blume sein: Jede Blume ist ein kleines Wunder, ein Symbol der Hoffnung und der Schönheit. Und sie erinnert uns daran, wie wichtig die Natur für uns ist. Wie viel Kraft sie uns schenkt. Gerade in einem Jahr wie diesem, in dem wir alle viel zu viel in unseren eigenen vier Wänden festsassen.

#### Woher kommt Ihre Liebe zur Natur?

Die Natur hat mir immer wieder das Leben gerettet. In schwierigen Momenten, wenn ich zur Ruhe kommen, wieder zu mir selber finden musste... Und natürlich, wenn das Weibliche in mir aus dem Gleichgewicht geraten war. Die Welt da draussen verlangt uns Frauen so viel ab. Wir müssen uns immer von unserer starken Seite zeigen, so vieles auf einmal sein! Deshalb gründet meine Inspiration im unauflösbaren Band zwischen dem Weiblichen und der Natur.

#### Sind Sie deshalb Meisterin im Acharya-Yoga geworden?

Ich bin eigentlich als Yogi geboren. Als Kind verschwand ich immer mal wieder. Irgendwann begriff meine Familie, dass man mich jeweils in den obersten Ästen irgendeines Baumes suchen musste. Ich liebte Bäume damals schon, und ich liebe sie auch heute noch. Sie stecken so voller Leben! Und je höher man sie erklimmt, desto mehr sieht man von der Welt... Das war nichts anderes als eine frühe Form der Meditation. Eine Suche nach Frieden in der Stille und in der Schönheit.

#### Und wie sind Sie zum Yoga gekommen?

Als Teenager bekam ich Haltungsprobleme, weil ich wie eine Besessene im Schmuckatelier meines Vaters zeichnete. Ich verbrachte Tage über meine Skizzen gebeugt. Also begann ich, Sport zu machen: Ich tanzte, ich machte Taekwondo, dann auch Yoga. Es fiel mir nicht schwer, das Körperliche mit dem Spirituellen zu verbinden, ich war einen Stück des Weges ja schon allein gegangen.

#### Wann sind Sie beruflich zur Firma gestossen?

Mein Vater ist ein Selfmade-Man. Er hat die Firma 1968 gegründet, seit 1976 trägt sie seinen Namen, Pasquale Bruni. Das erste Atelier habe ich nie gesehen, aber ich erinnere mich gut an die Manufaktur, die meine Familie vor der jetzigen besass. Sie stand ganz am Ende unserer Strasse, und meine beiden Brüder und ich sind darin gross geworden. Ich wollte schon damals immer nur zeichnen, Seite an Seite mit unseren Handwerkern. Aber mein Vater bestand darauf – und ich bin ihm dankbar dafür –, dass ich mich mit allen Facetten des Berufs auseinandersetze, vor allem auch mit den technischen Aspekten. Also ging ich für drei Jahre nach Kalifornien und nach New York, um mich zur Designerin ausbilden zu lassen.



#### DA BLÜHT UNS WAS...

«Jede Blume, die man sieht, sollte einen mit Dankbarkeit erfüllen», findet Eugenia Bruni. Der Fingerring mit Pavé aus rosa Saphiren aus der Kollektion *Petit Garden*, zaubert uns ausserdem ein Lächeln ins Gesicht.





## HOCH-KARÄTIG

### LINKS

Diamanten, Roségold und weisser Achat: Die Kollektion *Tan Joli* ist ein Klassiker von Pasquale Bruni. Nun wird die Linie um Stücke mit grünem Achat erweitert.

### OBEN RECHTS

Jennifer Lopez verhilft Pasquale Bruni in «Marry Me» zum ganz grossen Auftritt. Der Kinostart ist für Februar vorgesehen.

### UNTERN RECHTS

Entwurfszeichnung des Colliers aus der Kollektion *Goddess Garden*: Weissgold, Diamanten – und in der Hauptrolle: ein tropfenförmiger Morganit.

### MITTE

Die Stücke der neuen Kollektion *Aleluia* sollen diamantgefasste Umarmungen sein. Wie dieses Wunderwerk von Ring aus Roségold und weissen sowie champagnerfarbenen Diamanten.

2001 kehrte ich nach Italien zurück und wurde Kreativchefin. Ich musste schnell erwachsen werden. Schliesslich trägt unsere Familie die Verantwortung für unsere rund hundert Mitarbeiter.

### Ihr jüngerer Bruder Daniele lebt in New York. Er ist Gemmologe und verantwortlich für den Geschäftsstrang in den USA.

So ist es. Auch mein älterer Bruder war sehr engagiert für die Firma, leider weilt er nicht mehr unter uns. Unglück gehört zum Leben dazu, und so inspiriert auch er mich heute noch.

### Wie darf man sich Ihre Kreativabteilung vorstellen?

Wir sind ein Team von rund zehn Personen, darunter auch Grafiker und Handwerker, die Prototypen herstellen. Manche sind seit 30 Jahren bei uns, auch jener Mitarbeiter, der mir einst das Zeichnen beigebracht hat. Da hat man natürlich eine ganz besondere Verbindung.

### Inwiefern haben Sie die Marke geprägt?

Ich habe ihr definitiv eine femininere Note gegeben. Papa hat mich das Handwerk von der Pike auf gelehrt. Ich aber habe das Glück, darüber hinaus eine Frau zu sein, und Schmuck ist mein Leben. Seit ich denken kann, trage ich Schmuck. Er ist mir sogar wichtiger als die Kleidung, weil man damit nicht nur seinen Körper schmückt, sondern ihn mit Energie auflädt. Das will ich auch meinen Kundinnen vermitteln. Ich möchte, dass meine Designs das Göttliche in jeder Frau zum Vorschein bringen. Deshalb bin ich stets auf der Suche nach Formen, die die fließenden Bewegungen des weiblichen Körpers unterstreichen. Von meinem Team höre ich zwar immer wieder: «Eugenia, das und das ist nicht machbar.» Am Schluss geht es doch immer.

### Aber die Gelegenheiten, solche Stücke zu tragen, sind rar.

Im Gegenteil! Jeder Tag bietet doch Gelegenheit. Wenn man eine Göttin ist, ist man das doch rund um die Uhr! So gehe ich auch ans Leben heran: Jeder Augenblick ist einzigartig. Und kostbar.

### Sie erwähnten vorhin, das Schmuck Ihnen wichtiger ist als Kleidung. Trotzdem: Was tragen Sie gern?

Ehrlich gesagt interessiert mich an Kleidung nur, ob und wie sie ein Schmuckstück in Szene setzt. Ich gebe zu, dass das eine etwas royale Art ist, an die Sache heranzugehen: Erst das Collier, dann das passende Tenue... Aber ich mag nun mal keine Kleidung, die einem eine bestimmte Form oder Farbe aufzwingt. Ich finde, nichts ist eleganter als eine schwarze Seidenrobe zu Diamanten. Und Sie werden lachen, aber ich mag Max Mara. Nicht superluxuriös, aber schlicht und gut verarbeitet. Und die Mäntel sind grossartig! Mit einer Brosche: perfekt.

### Woran arbeiten Sie momentan?

An der neuen Kollektion *Aleluia*. Ich versuche, eine Art allumfassende Schönheit zu erschaffen, mit einer Verbindung zur Musik. Die Kollektion basiert auf Leonard Cohens «Hallelujah», einem meiner Lieblingslieder. Es ist ein Liebeslied, es baut einen auf. Und Musiknoten haben ja die Form von Flügeln und gleichzeitig etwas Vegetables: Aus ihrem Zusammenspiel erwächst eine Melodie. Mir schwebt vor, dass sich die Schmuckstücke auf der Haut wie eine Umarmung anfühlen. Die kann ja intimer sein als ein Kuss.

Schmuck ist **wichtiger als Kleidung:**  
Er lädt seine Trägerin mit positiver Energie auf

### Viele Stars tragen Ihre Kreationen. Wem fühlen Sie sich besonders verbunden?

Ganz klar: Jennifer Lopez. Sie trägt unsere Stücke zwar schon lang, aber nun freue ich mich ganz besonders auf den Kinostart von «Marry Me», einem Film, in dem sie richtig schön zur Geltung kommen. Jennifer liebt Schmuck. Ohne fühlt sie sich nackt. Als ich sie das erste Mal traf, 2010, stellte ich erfreut fest, dass wir dieselbe Sprache sprechen. Ich nannte sie Elizabeth Taylor des Rock, das fand sie sehr lustig. Ich erinnere mich auch, dass ihr ein Ring so gut gefiel, dass sie ihn nicht mehr ablegen wollte, nicht einmal, um die Grösse anzupassen. Jennifer spricht mit ihren Bijoux – und die Bijoux antworten ihr.

### Das kann nicht jeder...

Es zeugt von einer besonderen Beziehung. Wenn Sie ein Schmuckstück tragen, können Sie seine Energie für sich nutzen. Wenn Sie es ablegen und es anschauen, lädt es zur Meditation ein, indem es ein Universum der Schönheit für Sie erschliesst. Und es bringt Sie zum Lächeln. Mein Ziel ist es, dass eine Frau, die Schmuck trägt, sich mit seiner Hilfe jeden Tag von Neuem ins Leben verliebt.

### Weihnachten steht vor der Tür. Wie feiern Sie?

Wir kommen alle im Haus meiner Eltern zusammen, ich bringe sogar meine drei Hunde mit. Es ist eine der wenigen Gelegenheiten, wo wir wirklich Zeit füreinander haben. Und jeder hat seine Aufgabe: Meine Eltern kochen, ich schmücke den Baum. Und natürlich essen wir Linsen: Das bringt Glück und Erfolg. Und Panettone, wie alle Italiener!

### Sie reisen viel und gern...

Am liebsten allein, ins Unbekannte. Oft steht ein Yoga-Seminar am Beginn der Reise, danach entdecke ich das jeweilige Land auf eigene Faust. Ich mag die vielen Begegnungen, die man dabei macht, vor allem mit Frauen. Ich träume davon, alle Frauen dieser Erde miteinander zu verbinden. Ich bin immer wieder fasziniert davon, wie viele unterschiedliche Gesichter die Schönheit hat. Andererseits haben wir auf emotionaler Ebene so viel gemeinsam!

### Wohin werden Sie reisen, sobald man wieder darf?

Nach Peru! Ich will schon lang die Farben dieses Landes sehen und die Stille der Anden erleben. In der Stille hört man den Klang des Lebens, der Natur. Ich sehne mich danach, diesem Konzert zu lauschen. ☺



# Kulinarische Höhenflüge inmitten der Gstaader Winterromantik

*Schneebedeckte Berge und verträumte Wälder gepaart mit kulinarischen Leckereien, das gibt es im charmanten Gstaad zu entdecken. Hoch hinaus geht es mit der neusten Bergbahn der Region auf den Genussberg Eggli, wo lokal-inspirierte Köstlichkeiten des Sternekochs Marcus C. Lindner im neuen Bergrestaurant geradezu zelebriert werden. Dazu eine elegante Weinbegleitung geniessen und sich von der Bergsonne verwöhnen lassen. Für alle Wintersportbegeisterte folgt eine rasante Abfahrt auf den Ski oder mit dem Schlitten zurück ins Tal – alles für ein unvergessliches Wintergenusserlebnis.*

Diesen Winter wird das Eggli zum absoluten Genuss-Hotspot: Mit der im Jahr 2019 eröffneten Bahn im modernen Porsche-Design, der einzigartigen Sonnenterrasse mit Blick auf das einmalige Bergpanorama und der genussvollen Sterneküche von Marcus G. Lindner. Der Spitzengastronom eröffnet das neue Bergrestaurant auf dem Eggli nach der Philosophie «Genuss für alle». Neben der klassischen Gourmetküche bietet Lindner auch bodenständige, regionale Gerichte an. So zelebriert er auf dem Eggli die exklusive Kulinarik, die ihm bereits im «The Alpina Gstaad» einen Michelin-Stern eingebracht hat, gleichermassen wie die lokale, regionale Küche. Jeder Gast soll sich gleichermassen willkommen fühlen: Skifahrer, die sich mit frisch zubereiteten, währschaften

Gerichten stärken möchten, ebenso wie Familien, oder jene, die sich nach einem Winterspaziergang etwas Besonderes im gemütlichen Berghaus gönnen wollen. So gehen Gourmet-Menüs und regionale Gerichte bei Lindners Küche harmonisch Hand in Hand.

## GENUSSMOMENTE AUF SPITZENNIVEAU

Seine Gäste nimmt der Starkoch auf eine eigene kulinarische Reise aus frischen, lokalen und gesunden Kreationen mit. Unter anderem hat Lindner bereits das Zürcher «Mesa» zur Nummer

1 der Stadt gemacht und die Gstaader Restaurants in den Hotels «The Alpina Gstaad», «Park Hotel» sowie das «Chesery» geführt.

Ein Mann, der sich also nicht nur mit Kulinarik bestens auskennt, sondern auch mit der Region absolut vertraut ist. So weiss Lindner: «In Gstaad wird Genuss zum Erlebnis. Unsere Küche bietet bodenständige, einfache Gerichte und spricht ebenso den Kulinarik-Liebhaber an».

## AKTIVES WINTERVERGNÜGEN IN ERHOLSAMER ATMOSPHÄRE

In Gstaad laden schneebedeckte Wälder und Berge zum gemütlichen Winterwandern und Skifahren ein. Auf zahlreichen Routen und Pisten in geradezu idyllischen Landschaften mit herrlichem Blick auf die Berge und verschneite Berggipfel lässt sich die Region neu entdecken. Für den perfekten Ausklang sorgen die zahlreichen Gourmet-Restaurants im Tal, die mit regionalen Produkten kulinarische Glücksmomente beschenken.







# HÜBSCH AB- HÄNGEN

FRANSEN – UND SCHON HAT  
DAS FESTTAGSTENUE ETWAS  
FRÖHLICHES. VERSPIELTER  
KURS AUFS NEUE JAHR!

*FOTOS BENOÎT PEVERELLI STYLING SIMON PYLYSER*





**LINKE SEITE** Ärmelloses Spitzenkleid mit Maxischal, Fransen und Stickereien, **Fendi**. Pumps *Foulard Pump Strass* aus strassbesetztem Wildleder und Lacklederferse mit Satinschnürung, **Christian Louboutin**. Armreif *Panthère*, Weissgold, Onyx, Smaragde, Diamanten; Ohrringe *[Sur]naturel*, Weissgold, Smaragde, Onyx, Diamanten, **Cartier**.

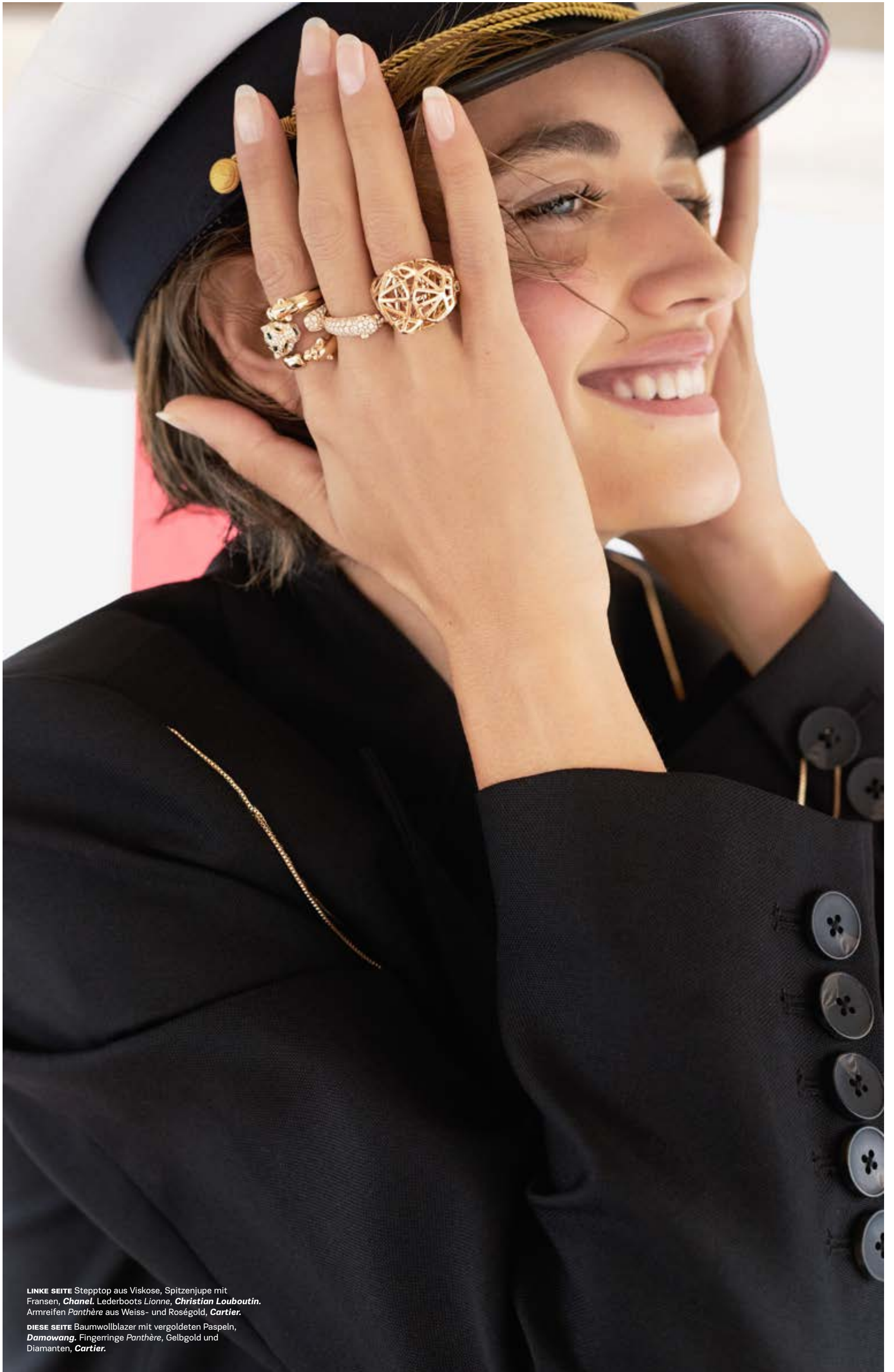
**DIESE SEITE** Paillettenkleid mit Fransen, **Ingie Paris**. Slingback-Pumps *j'Adior* aus Funktionsmaterial, **Christian Dior**.



**MODE**







LINKE SEITE Steptop aus Viskose, Spitzenjuppe mit Fransen, **Chanel**. Lederboots *Lionne*, **Christian Louboutin**. Armreifen *Panthère* aus Weiss- und Roségold, **Cartier**.  
DIESE SEITE Baumwollblazer mit vergoldeten Paspeln, **Damawang**. Fingerringe *Panthère*, Gelbgold und Diamanten, **Cartier**.





Samtmantel, plissiertes Baumwolltop, **Giorgio Armani**.  
Clutch *Peekaboo* mit Lederfransen, **Fendi**.  
Uhr *Maillon*, kleines Modell, Quarzwerk, aus  
Roségold und Diamanten, **Cartier**.

**ART DIRECTOR** Géraldine Dura **PRODUKTION** Endrit Nurcaj  
**FOTOASSISTENT** Valentin Woëffray **HAARE, MAKE-UP**  
Michèle Anderhub **MODEL** Bea Brusco

**DIESES FOTOSHOOTING ENTSTAND IN ZUSAMMENARBEIT MIT CARTIER.**





Die «Elma» im Wasser vor dem Grundstück Pierre Cartiers in Pregny bei Genf, fotografiert in den 1950ern.

# Auf Schweizer Wellen

DIE JACHT ELMA WECKT ERINNERUNGEN AN DIE 50ER-JAHRE, ALS PIERRE CARTIER SEINE HOCHKARÄTIGEN GÄSTE FÜR EINE SPRITZTOUR AUF DEM GENFERSEE MITNAHM.

TEXT DIE REDAKTION

**D**ONNERSTAG, 21. JULI 1955. Der Kalte Krieg ist in vollem Gange. Während die wichtigen Herren der Weltpolitik über Sicherheitsfragen diskutieren, verbringen ihre Gattinnen einen vernünftigeren Nachmittag: Am Rande der Genfer Gipfelkonferenz schippern Mamie Eisenhower, Lucie Faure und Clarissa Eden über den Genfersee – auf einer Jacht, die ihnen der Juwelier Pierre Cartier zur Verfügung gestellt hat. Eskortiert werden die First Ladies der USA, Frankreichs und Grossbritanniens von einer Heerschar Pressefotografen in Motorbooten; «Paris Match» publiziert später eine Reportage über die heitere Seepartie: «Les dames du lac sont devenues des amies», lautet der Titel.

Die Damen sind auf dem See also zu Freundinnen geworden. Voilà, da ist er mal wieder, der magische Verbrüderungsbeziehungswise Verschwestereffekt Helvetiens... zweifelsohne verstärkt durch den Glanz der Mahagoni-Täferung der Jacht «Elma» und, mehr noch, durch die diamant- wie legendenbeladene Aura Pierre Cartiers! Knapp zwei Jahre zuvor hatte Marilyn Monroe massenweise Herzen (und Portemonnaies) geöffnet, als sie die erotisierende Wirkung der Cartier'schen Diamanten im Film «Blondinen bevorzugt» besang, was dem Nachmittag der Politikergattinnen noch zusätzlich Glamour einhauchte.

Die «Elma» fährt noch immer unter Schweizer Flagge – und verbindet Genf damit auf elegante Weise mit der Crème de la Crème der französischen Juwelierskunst. Pierre Cartier, 1878 geboren, war einer der drei Enkel von Firmengründer Louis-François

Cartier (1819-1904). Ihm kam im ambitionierten Trio die Aufgabe zu, die europäischen Königshäuser und die US-Hautevolee als potenzielle Kunden ins Visier zu nehmen. Anfangs des 20. Jahrhunderts hatte man Pierre nach Sankt Petersburg geschickt, von wo er herrliche Emaillen mit nachhause gebracht hatte, die den geradlinigen, modernen Stil vorwegnahmen, der Cartier bis heute prägt. Die Bestellungen der Königsfamilien liessen nicht lang auf sich warten, und bald ging in New York die erste Cartier-Filiale ausserhalb Europas auf. Dass sie an der berühmten Fifth Avenue zu stehen kam, war ebenso Pierres Idee wie jene, 1916 ein märchenhaftes Collier aus 128 feinsten, abgestuften Perlen gegen ein Ladenlokal an besagter Adresse zu tauschen. Und wem war zu verdanken, dass die Firma gute Beziehungen zu den meistfotografierten Stars jener Zeit – Barbara Hutton, Liz Taylor, Jacqueline Bisset, Julie Andrews – pflegte? Natürlich ebenfalls Pierre!

## Herzensstadt Genf

Nach dem Tod seiner Brüder kehrt Pierre Cartier nach Paris zurück und leitet die Familienfirma bis zu seiner Pensionierung 1947. Anschliessend lässt er sich in Genf nieder, seiner Herzensstadt, wo er sich in Pregny eine Villa am See leistet. Die Jacht, die er nach seiner Ehefrau Elma benennt, bestellt er 1953 in der Bootswerft von Meilen am Zürichsee; 1958 lässt er sie um zwei Meter verlängern – mehr Komfort schadet nie.

Celebrities reisen von überall her an, um sich von Pierre persönlich die neuesten Herrlichkeiten aus den Cartier'schen Schmuck- und Uhrenateliers zeigen zu lassen; die Highlights der 1950er sind Pantherbroschen, Schlangencolliers und diverse Modelle der Uhr Tank, die unter

anderem an den Handgelenken von Fred Astaire und Truman Capote auftauchen. Die 20-Meter-Jacht trägt durchaus auch ihren Anteil dazu bei, dass diese Stücke Kult werden: Auf hochkarätige Passagiere ausgerichtet, verfügt sie nicht nur über eine Bar und Bordservice, sondern selbstverständlich auch über einen Tresor. Das Gästebuch wimmelt von royalen Autogrammen. Ausserdem isst man gut an Bord: An jenem eingangs erwähnten 21. Juli gibts Lachsforelle aus dem See, Grillpoulet mit grünen Bohnen, Käse, Sorbet, Früchte...

Die Eröffnung der ersten Cartier-Filiale in Genf sollte Pierre Cartier nicht mehr erleben. Als er 1964 starb, befand sich das mondäne Gebäude an der Rue du Rhône 35 noch im Bau. Pierre Braillard, der Architekt, verpasste ihm seine wabenförmig durchfensterte Fassade, dank der es noch heute eine unaufdringliche Grandezza am Seebecken versprüht. 1970 eröffnet, beherbergt es nicht nur eine Cartier-Boutique, sondern auch ein Restaurationsatelier. Derzeit werden die Räume vom Architekten und Designer Bruno Moinard renoviert, der das Konzept sämtlicher Cartier-Boutiquen rund um den Globus verantwortet; die Baugerüste sollen 2021 entfernt werden. Was dahinter zum Vorschein kommt? Überraschung! Aber ziemlich sicher wird sich das fürstlich rote Cartier-Universum – das ist die Erkennungsfarbe der Firma – einmal mehr zwischen Tradition und Avantgarde neu erfunden haben.

Und «Elma»? Erhielt einen neuen Besitzer. Heute gehört sie dem Bootsverleih Swissboat, man kann sie also mieten für Ausfahrten oder Cocktail-Empfänge. Aber Obacht: Auf den Liegestühlen an Deck schlummern bisweilen Erinnerungen an diamantene Schlangen und goldene Raubtiere... ☉



**PIERRE CARTIER**

Dieses Foto aus dem Jahr 1926 ist eins der wenigen, auf denen man Pierre Cartiers Gesicht sieht. Mit seinen beiden Brüdern, dem älteren Louis Joseph und dem jüngeren Jacques-Théodule, bildete Pierre die dritte Cartier-Generation. Sie war es, die den Namen in der ganzen Welt berühmt gemacht hat.



**GESCHENKE**



# **DELIKATE GABEN**

GOLD, DÜFTE, PORZELLAN, LEDER: SINNLICHE PRÄSENTE,  
DIE IMMER WIEDER AUFS NEUE FREUDE MACHEN.

*FOTOS ANOUSH ABRAR AUSWAHL ENDRIT NURCAJ*





**GOLD, VON LINKS NACH RECHTS** Halskette *Happy Hearts Wings*, Roségold (18 ct), bewegliche Diamanten (0.05 ct), roter Schmuckstein, **Chopard**. Anhänger *Possession*, Roségold (18 ct), 55 Diamanten mit Brillantschliff (ca. 0.68 ct), **Piaget**. Halskette *Peekaboo*, Roségold (18 ct), Morganit (1.8 ct), 10 Diamanten mit Brillantschliff (0.04 ct), **Bucherer**. Anhänger *City HardWear*, Gelbgold (18 ct), **Tiffany & Co.** Halskette *Fil de Camélia*, Gelbgold (18 ct), **Chanel**. Halskette *Kelly Clochette*, Roségold, **Hermès**. Halskette *Sabbia*, Roségold (18 ct), 70 weiße, braune und schwarze Diamanten (ca. 0.95 ct), **Pomellato**. Halskette *Aurora Lily Dew*, rosa Saphir mit Cabochonschliff (1.32 ct), 28 Diamanten mit Brillantschliff (0.31 ct), **Gübelin**.

**PARFUM, VON LINKS NACH RECHTS** *J'adore Infinissime*, Eau de parfum, ein blumiger Duft mit Holznoten (Rosa centifolia, arabischer Jasmin, Ylang-Ylang, Tuberose aus Grasse), **Dior**. *La Panthère*, Eau de toilette, ein wildblumiger Duft (Gardenia, Moschus), **Cartier**. *Othoniel Rosa*, Eau de toilette, ein floraler Duft (Rose, Vetiver), limitierte Edition, **Dyptique**. *Météore*, Parfum, ein fruchtiger Duft (Mandarine aus Sizilien, Pfeffer, Vetiver aus Java), **Louis Vuitton**. *Coco Mademoiselle l'Eau Privée*, das erste Parfum, das man auch im Bett trägt, ein exotisch-femininer Duft (Jasmin, Rose, Moschus), **Chanel**. *L'Interdit*, Eau de parfum, ein blumiger Duft mit Holznoten (Bergamotte, Bimbe, Orangenblüten, Jasmin, Tuberose, Patchouli, Vetiver, Vanille, Ambrox), **Givenchy**. *Musc Ravageur*, Parfum, ein orientalischer Amber-Duft (Bergamotte, Mandarine, Lavendel, Amber, Vanille, Moschus, Sandelholz), Maurice Roucel für **Éditions de Parfums Frédéric Malle**. *Fils de Joie*, Eau de parfum, ein blumig-süßer Duft (Jasmin, Ylang-Ylang, Moschus), **Serge Lutens**.



# GESCHENKE



**PORZELLAN, VON LINKS NACH RECHTS** Eierbecher mit Entenfuss, Porzellan, Design von Roos Van de Velde, **Serax** (bei Chic Cham, Lausanne). Teller *TY Palace*, Design von Teruhiro Yanagihara, **Arita 1616** (bei Chic Cham, Lausanne). Teller *Anouk Golden Star* mit Sternmotiv, **Klevering** (bei Bongénie Grieder). Teller *Dé*, Design von Ann Demeulemeester, **Serax** (bei Chic Cham, Lausanne). Vase *Panthère*, **Cartier**. Tasse mit Untertasse *Toy's Delight Royal Classic*, **Villeroy & Boch** (bei Globus). Teller *Perfect Imperfection*, Design von Roos Van de Velde, **Serax** (bei Chic Cham, Lausanne).

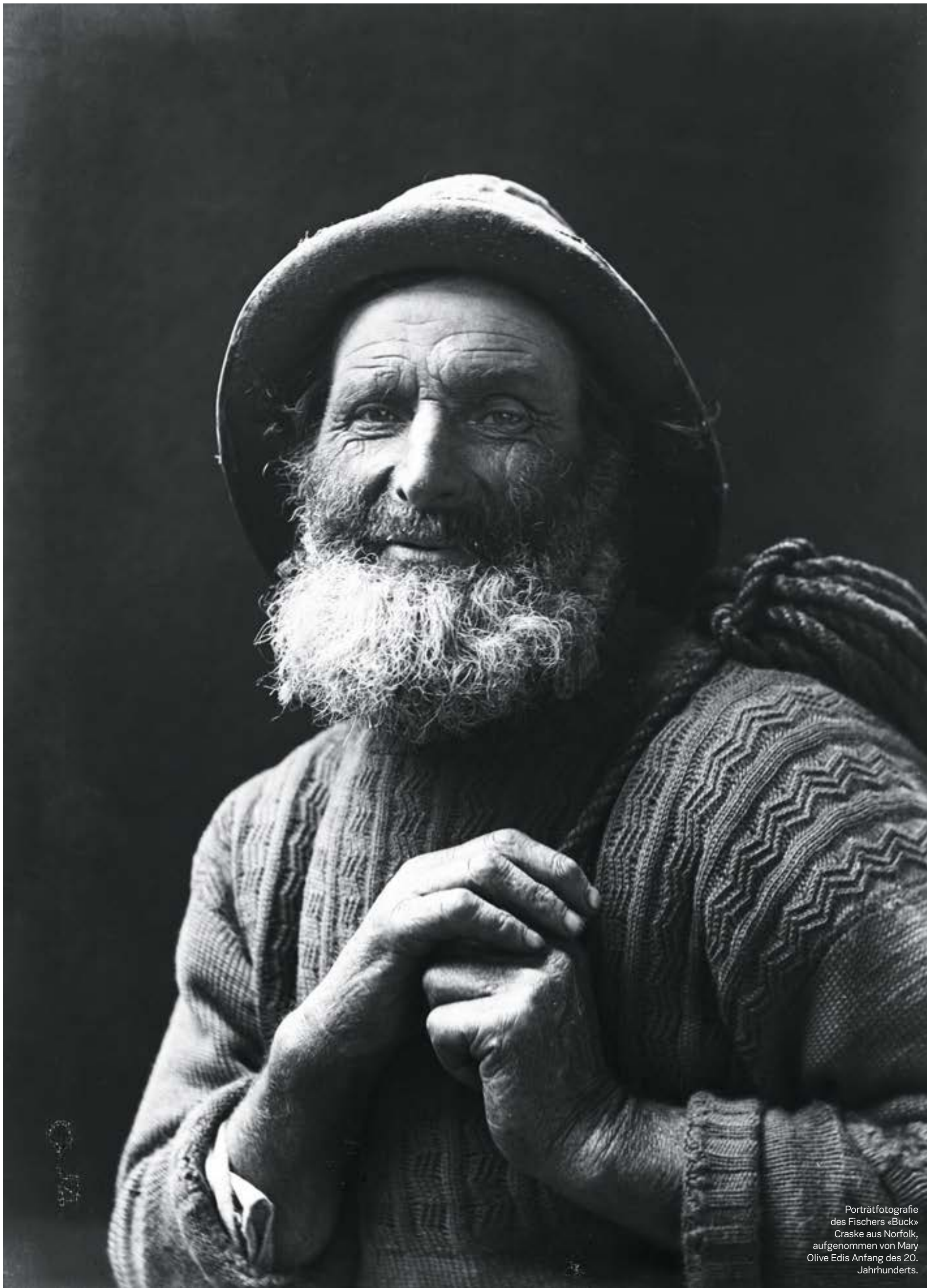




**LEDER, VON LINKS NACH RECHTS** Umhängetasche *Onda*, Leder, **Kenzo**. Handtasche *Daryl (medium)*, genarbt Leder, **Chloé** (bei Bongénie Grieder). Damenloafers mit Monkstrap, Kalbsleder, **Hermès**. Schnürboots *Martis 20* mit robuster Gummisohle, Leder, **Gianvito Rossi** (bei Bongénie Grieder). Stiefeletten *Denice* mit seitlichen Schnallendetails, bordeauxfarbenes Leder, **Bally**. Stiefeletten *Kate* mit grosser Frontschnalle und Fransendetails, Leder in Kroko-Optik, **Tod's** (bei Bongénie Grieder). Umhängetasche *Simone*, Togo- und Swift-Kalbsleder, **Hermès**.

**ART DIRECTION** Géraldine Dura **PRODUKTION** Endrit Nurcaj





Porträtfotografie  
des Fischers «Buck»  
Craske aus Norfolk,  
aufgenommen von Mary  
Olive Edis Anfang des 20.  
Jahrhunderts.

# Warm verpackt

DER GUTE, ALTE WOLLPULLI! EINST RUSTIKALER WIND- UND WETTERSCHUTZ, FLIRTET ER HEUTE GEKONNT MIT DER MODE. UND: ZEITGEISTIG IST ER OBENDRAUF.

TEXT RENATA LIBAL



**L**ANG HIESS ES: ER KRATZT. Und tatsächlich tut er das bisweilen, der gute alte Strickpulli, selbst, wenn er heute nicht mehr aus entfetteter Wolle gemacht sein muss. Aber was ist so ein bisschen Kratzen schon angesichts seiner Seelentrösterqualitäten?

Eben! Und so sieht man sie derzeit überall, die naturfarbene Wolle in Zopfstrickmuster: auf den Laufstegen der Herbst/Winter-Saison, in den Schaufenstern der Modegeschäfte, unter offen getragenen Mänteln hervorblitzen... Kein Wunder, schliesslich ist ein solcher Pulli sowas wie ein gestrickter Schutzschild – gegen unnötigen Schnickschnack ebenso wie gegen Kälte und sonstige Ungemütlichkeiten. Und ist es nicht genau das, was wir alle jetzt dringend brauchen?

Dabei kommt das Kleidungsstück der Stunde in ganz unterschiedlichen Looks daher. Mal traditionell, mal ausgefallen; vom Grobstrick-Kleid bei COS (der avantgardistischeren Tochtermarke des schwedischen Milliardenkonzerns H&M) bis zum Pulli mit Stehkragen und spitzen Schultern bei Balenciaga. US-Designerin Rosie Assoulin – bei der auch Beyoncé shoppt – hat ein Modell namens Thousand-in-One-Ways im Angebot, das an ein Bustier mit dran-gestricktem Bolero-Jäckchen erinnert; in die Ärmel kann man entweder schlüpfen oder sie nach Lust um Laune um die Schultern oder die Taille binden. Voilà: die It-Version eines alten Bekannten, der als Aran-Jumper (benannt nach der Inselgruppe vor der Westküste Irlands) in den 50ern in Hollywood Karriere machte.

#### **Muster wie anno dazumal, gefunden im Museum**

Den Startschuss dazu gab die Irish-Folk-Band «The Clancy Brothers and Tommy Makem», deren (tatsächlich aus Irland eingewanderte) Mitglieder gern mal in beigen Strickern auftraten. Bald tanzte auch Elvis in Zopfstrick durch den Musikfilm «Jailhouse Rock» (1957), kuschelte sich Marilyn Monroe in Wolle und sonst gar nichts, sah ein bestrickpullovertver Steve McQueen irrsinnig schnittig am Steuer seines Buggys aus und schmachtete Oliver alias Ryan O'Neal in «Love Story» (1970) ebenfalls im Stricker seine Jenny an. Unvergessen natürlich auch die göttliche Grace Kelly im Schnee, wie immer gnadenlos elegant in Wollpulli und Steghose... Bis heute eine unschlagbare Kombi, die bei klassischen Marken wie Ralph Lauren oder Brioni zuverlässig Winter für Winter wiederkommt.

Und 2020? Schubsen die Designer den guten alten Stricker einerseits etwas aus seiner Komfortzone heraus (freilich ohne ihm seine Kuschelqualitäten abzusprechen, siehe Rosie Assoulin). Andererseits – und hier wirds interessant – wollen sie «back to the roots» in ihrer Suche nach Authentizität, die Hand in Hand mit Nachhaltigkeit geht.

Nehmen wir Frankie Davies. Die 45-Jährige Britin zeichnete für die luxuriöse Strickkollektion von Burberry verantwortlich, bevor sie letztes Jahr ihre eigene Marke ins Leben rief: Charl Knitwear (siehe rechte Seite, Mitte). Sie umfasst zehn Modelle, alle in Italien oder England aus lokaler Wolle gestrickt. Motive und Strickmuster sind Fischerpullis abgesehen, wie sie in den letzten vier Jahrhunderten in der britischen Grafschaft Norfolk getragen wurden. Dafür recherchierte Davies im historischen Museum der Küstenstadt Cromer: Es besitzt grossartige Porträtausnahmen lokaler Fischer, welche die Reportagefotografin Mary Olive Edis (1876-1955; übrigens war sie auch eine der ersten Kriegsfotografinnen der Geschichte) zu Beginn des letzten Jahrhunderts gemacht hat: Wettergegerbte Gesichter über dichtmaschigen Pullovern, die dem kalten Wind keine Chance liessen. Jede Familie hatte damals ihr eigenes Strickmuster, das von Generation zu Generation weitergegeben wurde. Was übrigens nicht nur ästhetische, sondern auch praktische Gründe hatte: Kam ein Fischer nicht zurück, half das Muster auch mal, seine sterblichen Überreste zu identifizieren. So viel zum Thema, Kleidung sei nichts Existenzielles... ☺

## Die drei Gesichter des Strickpullovers



### Avantgardistisch

**Freestyle!** Er ist es... und auch wieder nicht: Der Wollpulli ist ein modischer Verwandlungskünstler. Doch selbst für Modelle, die nie mit Gischt in Kontakt kommen werden, gilt: Sie halten nicht nur Körper, sondern auch Herzen wohligh warm... Zum Beispiel die Würfe von Simone Rocha: Die in London lebende Modedesignerin (und Tochter des Hongkonger Designers John Rocha) gehört seit zehn Jahren zu den Freigeistigsten der Branche – indem sie sich gem von der Folklore unterschiedlicher Kulturen inspirieren lässt. Die aktuelle Kollektion basiert auf einem Theaterstück von John M. Synge aus dem Jahr 1904: «Riders to the Sea» handelt vom Schmerz einer Seefahrersgattin auf der Insel Aran. Und so schmiegte sich der 3D-Strick um den Körper wie ein Tau und lässt die Erinnerung an eine ferne, gemeinsame Vergangenheit aufleben... Poesie pur.

### Authentisch

**Wiederbelebung der Tradition:** Mit ihrem blutigen Label Charl Knitwear will Frankie Davies dem Strickhandwerk, wie es jahrhundertlang an den Küsten Norfolks gepflegt wurde, neuen Wind in die Segel geben. Und so ist jeder Pulli nach einem Fischer benannt, den es um 1900 tatsächlich gegeben hat. Das übergrosse Modell links im Bild beispielsweise heisst Cutty – und erinnert an einen gewissen Christopher «Cutty» Cooper. Das Strickmuster ist so gehalten, dass es aussieht, als habe das gute Stück an manchen Stellen aufgetrennt und neu gestrickt werden müssen. He, ja: Schliesslich kümmerten sich die Fischersfrauen einst liebevoll darum, dass ja kein Wind durch irgendein Loch blies und ihre Liebsten auf hoher See frieren liess...



### Klassisch

**Ein Pulli für die Ewigkeit...** Seit den 60ern findet sich in jedem gut sortierten Kleiderschrank ein heller Strickpulli mit Zopfmuster. Was einst nur an Fischern gesichtet wurde, bietet heute jeder Herrenausstatter, der was auf sich hält, als Teil seiner Winterkollektion an. Das rechts abgebildete Kaschmirmodell des italienischen Modehauses Brioni steht zudem für die neue Lust an Nachhaltigkeit: Die Wolle stammt aus streng kontrollierter Produktion und ist nicht gefärbt. Eine Slow-Fashion-Mentalität, die gut zu einem Kleidungsstück passt, das es immerhin schon seit dem 16. Jahrhundert gibt... Und die Chancen stehen gut, dass das Teil noch ein paar Jahrhunderte erleben wird.





Kim En Joongs Fenster in der St. Mel's Cathedral wurden an Weihnachten 2014 eingeweiht.

# 10

## FENSTER FÜR DIE EWIGKEIT

WENN KÜNSTLER FÜR  
KIRCHEN BUNTGLASFENSTER  
ENTWERFEN, IST DAS MAGIE  
PUR: LICHT UND FARBE SATT.

TEXT PAULINA SZCZESNIAK





## 1 Kim En Joong St. Mel's Cathedral, Longford

**Die Fenster** Schwer zu sagen, was unkonventioneller ist, das Œuvre des Künstlers oder sein Lebenslauf. Kim En Joong, 1940 in Korea geboren, fand erst zur Kunst (als dem 6-Jährigen herrlich bunte, von japanischen Besatzern nach dem Krieg zurückgelassene Drucke in die Finger kamen), dann zu Gott (als er mit 25 Jahren Zeichenlehrer in der katholischen Schule in Seoul wurde) und schliesslich nach Paris (wo er seit 1975 im Dominikanerkloster lebt). Eigentlich Kalligraph und Maler, kommt Kim 1973 eher zufällig zu seinem ersten Buntglas-auftrag – für das Dominikanerkloster in Fribourg, übrigens. In den 80ern kommt noch einer dazu, in den 90ern weitere drei, und dann, nach der Jahrtausendwende, gibts kein Halten mehr. Bald 50 Gottes-häuser hat Kim seither mit seinen unverwechselbaren Motiven befenstert, die mal an Farbschlieren in Wasser erinnern, mal an riesige bunte Eisblumen. Berauschend, hypnotisch... Kein Wunder, wollen alle sie haben!

**Wer hätte gedacht, dass...** die St. Mel's Cathedral im irischen Longford (siehe auch grosses Bild links) nur zu Kim-En-Joong-Fenstern kam, weil sie im Jahr 2009 am Weihnachtsmorgen – ausgerechnet! – komplett ausbrannte? Die Wiedereröffnung erfolgte auf den Tag genau fünf Jahre später.



## 2 Marc Chagall Fraumünster, Zürich

**Die Fenster** Die Kathedrale von Reims war, rein prestigemässig, sicher das Highlight in Marc Chagalls Kirchenfensterkarriere. Vor Reims kam freilich – Zürich. Was sich dem Pfarrer des Fraumünsters verdankt, der, als man sich in den 60ern auf keinen Maler für die geplanten neuen Fenster einigen konnte, nicht lang fackelte und – via «Kronenhalle»-Besitzer und Supernetzwerker Gustav Zumsteg – Chagall anfragte, dessen Retrospektive im Zürcher Kunsthaus (1968) gerade in Planung war. Der Maestro holte den Segen eines Rabbiners ein, mietete sich im Hotel Baur au Lac ein – und verhalf der Limmatstadt zu einem ihrer grossen Touristenmagnete... für 150000 Fr. Honorar. Zudem, so die Legende, versteckte er darin ein kleines Selbstporträt: im grünen Kreuzigungsfenster, zu Christi Füssen, rechts im Profil.

**Wer hätte gedacht, dass...** der «Maler-Poet», der bei der Einweihung seiner ersten Fenster (in der Synagoge des Hadassah-Spitals in Jerusalem) schon 75 war, so fasziniert davon wäre, was das Sonnenlicht mit seiner Kunst macht, dass er in einen richtigen Kirchenfenster-Rausch gerät? Nach Zürich (1970) folgen eben Reims (1974), dann Sarrebourg und Chichester (beide 1976), schliesslich Mainz und Kent (beide 1985).



## 3

## Marianne Peretti Kathedrale von Brasília

**Die Fenster** Mehr Glas war selten. 2000m<sup>2</sup> messen die Segmente zwischen den 16 hyperbolischen Betonrippen der kreisrunden Cathedral Metropolitana Nossa Senhora Aparecida, die Oscar Niemeyer am Scheitelpunkt des bumerangförmigen Grundrisses von Brasília platzierte. Eine himmlische Kulisse für die drei Engelsskulpturen, die in der Raummitte von der Kuppel herabschweben... 2010 wurden die Fenster vom brasilianischen Glaskünstler Luidi Nunes restauriert. Endlich! Smog und Tropenklima hatten seit der Weihe 1970 arg gewütet. Zudem war das Glas seinerzeit wegen Importbeschränkungen auf experimenteller Basis im Inland entstanden. Eine restauratorische Knacknuss.

**Wer hätte gedacht, dass...** der Erscheinungstag dieser «Encore!»-Ausgabe just auf den 93. Geburtstag der Künstlerin fällt? Am 13. 12. 1927 wurde Marie Anne Antoinette Hélène Peretti in Paris geboren; ihre Mutter war Model, ihr Vater Historiker aus Brasilien. Als Mitt-zwanzigerin zieht es die Kunststudentin in die Heimat ihres Papas, wo es ihr so gut gefällt, dass sie bleibt – für immer. Und wo sie im Lauf der Jahre in Rio, São Paulo, Recife und Brasília Werk-am-Bau-Projekte realisiert. Happy Birthday!



## Gerhard Richter Kölner Dom

**Das Fenster** Setzt sich ein Maler an den Computer... Kein Witz, sondern die Entstehungsgeschichte des jüngsten Fensters im Kölner Dom (Einweihung 2007). Radikal abstrakt, besteht es aus 11'263 Quadraten in 72 Farben, jedes 9.6x9.6 cm gross und per Zufallsgenerator angeordnet. Das heisst, fast: Manche Repetitionen waren vorgegeben; die Bahnen 1 und 3, 2 und 5 sowie 4 und 6 spiegeln sich; bisweilen griff Superstar Richter korrigierend ein. Letzterer kam mit diesem ersten Einsatz für eine Kirche offenbar auf den Geschmack: 2018 installierte er in der Dominikanerkirche in Münster ein foucaultsches Pendel, und diesen September präsentierte er, inzwischen 88-jährig, drei (grandiose!) Fenster in der saarländischen Abteikirche Tholey.

**Wer hätte gedacht, dass...** der damalige Kardinal von Köln sogar den Bischofsstuhl im Dom umplatzen wollte, um das Pixelfenster nicht sehen zu müssen? Das Ding passe eher in eine Moschee, wettete er (wofür es Schelte in den Medien gab). Und Richter? blieb stoisch, wie immer. Und meinte, er habe null Bezug zum Islam und fühle sich als «Spross des Christentums, der ohne den Glauben an eine höhere Macht oder etwas Unbegreifliches nicht leben kann».



## 5 Sigmar Polke Grossmünster, Zürich

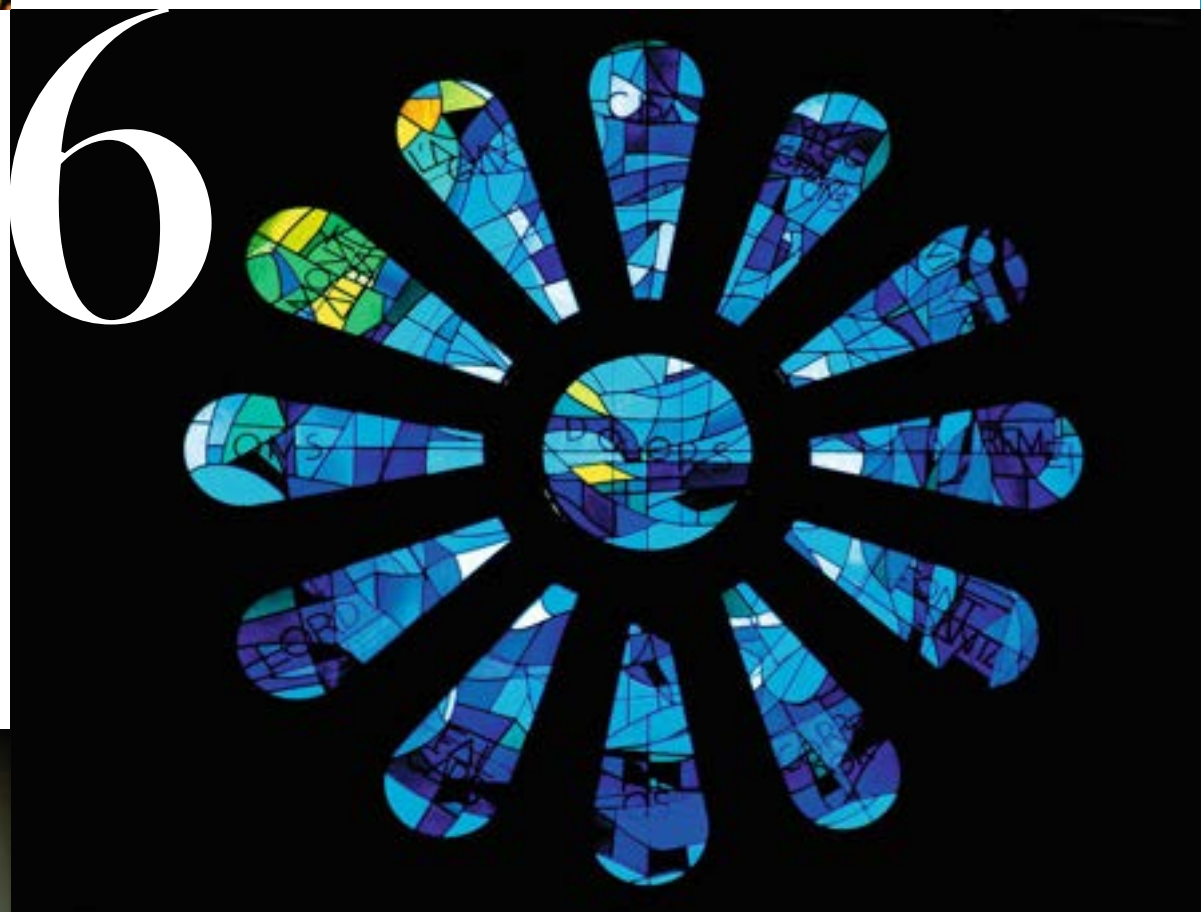
**Die Fenster** Polkes (1941-2010) Gemälde sind wie ein Stromschlag fürs Hirn: nervöse Neo-Pop-Art, die er selbst «kapitalistischen Realismus» nannte. So war man schon etwas erstaunt, als er 2006 im Wettbewerb um die Erneuerung von zwölf ebenerdigen Fenstern im Grossmünster u. a. den Meister der Kontemplation Ólafur Eliásson austach. Aber passt schon. Als Bruder eines Theologen und gelernter Glasmaler wusste Polke sehr genau, was er tat. Sieben Fenster sind als Patchwork aus gescheibelten Achaten gestaltet (Halbedelsteinen aus der frühen Schöpfung, sozusagen), die restlichen zitieren alttestamentarische Episoden und führen erzählerisch sanft zum zentralen Chorfenster mit Christi Geburt (von Augusto Giacometti) hin.

**Wer hätte gedacht, dass...** die Anfertigung der Fenster so knifflig werden würde? Um Polkes Entwürfen gerecht zu werden, mussten die ausführenden Glasmaler sogar neue Werkzeuge erfinden! Der Meister selbst war mit so viel Elan bei der Sache, dass er die Position jedes einzelnen Achats selbst bestimmte. Zwei Jahre länger als geplant dauerte das Ganze. Aber was ist das schon, verglichen mit der Ewigkeit...

## Joan Vila i Grau Sagrada Família, Barcelona

**Das Fenster** Nicht, dass die Sagrada Família, diese ewige Baustelle, von aussen unspektakulär wäre. Aber was für ein Spektakel bietet sich erst innen drin! Da wird Antoni Gaudís neogotisch-modernistische Architektur mal eben zur Nebensache. Oder besser: zur Leinwand, auf die das einfallende Sonnenlicht eine fantastische vibrierende Show projiziert. Seit 2010 erst sind die Fenster verglast, mit regenbogenfarbenen Entwürfen des Barceloner Malers Joan Vila i Grau (\*1932), der diesen ehrenvollen Auftrag kurz vor der Jahrtausendwende fasste. Und es ist nicht übertrieben zu sagen, dass man erst dank ihm wirklich begreift, warum Gaudí die das Gewölbe tragenden Säulen an ihren oberen Enden mit ast-ähnlichen Verzweigungen versah: Blickt man jetzt hoch, in diese Symphonie aus grün-gelb-rot-blauem Licht, wähnt man sich in einem Märchenwald. Überwältigend bis kurz vor dem Kitsch ist das. Genau so hätte Gaudí das gewollt.

**Wer hätte gedacht, dass...** die Fenster illegalerweise eingebaut wurden? 137 Jahre lang war die Sagrada Família nämlich ein Schwarzbau gewesen – was man allerdings erst 2016 merkte. Am 9. Juni 2019 wurde die Baubewilligung erteilt.



## 7 Henri Matisse Rosenkranzkapelle, Vence

**Die Fenster** Wenn ein Künstler vom Kaliber eines Matisse eins seiner Werke für «die Erfüllung meines ganzen, der Arbeit gewidmeten Lebens» hält, dann will das schon was heissen. Der französische Jahrhundertmaler sagte dies über die grade mal 15 Meter lange, von aussen unscheinbare Kapelle, die er mit fast 80 Jahren als Gesamtkunstwerk konzipierte: Wandzeichnungen, Fenster, sogar die Messgewänder stammen von Matisse, wobei die Architektur sich sehr zurückhält. Der grosse Auftritt steht, nun ja, Gott zu, der Sonnenlicht durch die blau-grün-gelben Scheiben fallen lässt und ein lebensfrohes Muster an die Wände malt. Das Fenster hinter dem Altar zeigt, angelehnt an die Johannes-Offenbarung, den Baum des Lebens; den Entwurf dazu fertigte der erblindende Künstler als Scherenschnitt an.

**Wer hätte gedacht, dass...** Monique Bourgeois, die Matisse 1941 als Pflegerin und Modell anstellte, später ins Dominikanerkloster in Vence eintreten würde? Die enge Freundschaft zwischen den beiden blieb bestehen, auch, als Monique schon Schwester Jacques-Marie hiess. Sie war es, die Matisse zum Bauherrn der Klosterkapelle machte; 1992 schrieb sie ein Buch darüber.



## Christian Robert-Tissot Sainte-Trinité, Genf

**Die Fenster** Ein einzigartiger Bau braucht einzigartige Fenster, keine Frage. Und wenn sich eine Kirche hierzulande so richtig von all ihren Schwestern unterscheidet, dann die Sainte-Trinité in Genf: Kugelrund, mit blassrosa Granit ummantelt und von einem neckischen Türmchen gekrönt, macht der liebenswert postmoderne Wurf des tessin-stämmigen Architekten Ugo Brunoni seit 1994 mitten in der Stadt gute Laune. Innen drin ist die Kugel zweischichtig gegliedert: in einen oberen, grösseren Kirchenraum und die darunter liegende, niedrige Kapelle Notre-Dame-du-Perpétuel-Secours. Deren ringsum eingelassene Schlitzfenster kamen im Jahr 2000 via Wettbewerb zu wortwörtlich astronomisch schönen Scheiben: Der Genfer Christian Robert-Tissot (\*1960) bedruckte sie mit Teleskopaufnahmen aus dem All. Was erstens stimmig ist, weil es auf die Schöpfung der Welt anspielt, und zweitens eine Pionierleistung: Keine andere Schweizer Kirche hat Fenster, die mit der gleichen Technik bearbeitet worden sind.

**Wer hätte gedacht, dass...** Aufnahmen des Paranal-Observatoriums in der chilenischen Atacama-Wüste mal in einem katholischen Gotteshaus in Genf landen?



## 9 James Rizzi Kreuzeskirche, Essen

**Die Fenster** Wie holt man Leute in die Messe, in Zeiten, da viele lieber Netflix schauen? Das hat sich auch der Pfarrer der Kreuzeskirche in Essen gefragt – und beschlossen, es mit der universalverständlichen Pop-Art-Bildsprache des New Yorker Tausendsassas James Rizzi zu versuchen. Der war schliesslich auch schon «Hofkünstler» der Olympischen Spiele in Atlanta, des Jazzfestivals in Montreux und der Fussball-WM in Frankreich gewesen; es gibt Rizzi-Poster, Rizzi-Puzzles, Rizzi-Schirme und sogar eine Rizzi-Boeing 757 – warum also nicht auch Rizzi-Kirchenfenster? Gesagt, getan. Enthüllt wurden sie im Sommer 2016, lang nach dem überraschenden Herztod des 61-jährigen Künstlers am 26. Dezember 2011. Und natürlich herrscht darauf, typisch Rizzi: Dichtestress. Aber erstens, so sagte der Pfarrer bei der Einweihungspredigt, könne man sich nur so von der Freude des Glaubens anstecken lassen, und zweitens sei Gottes Liebe nun mal für alle da.

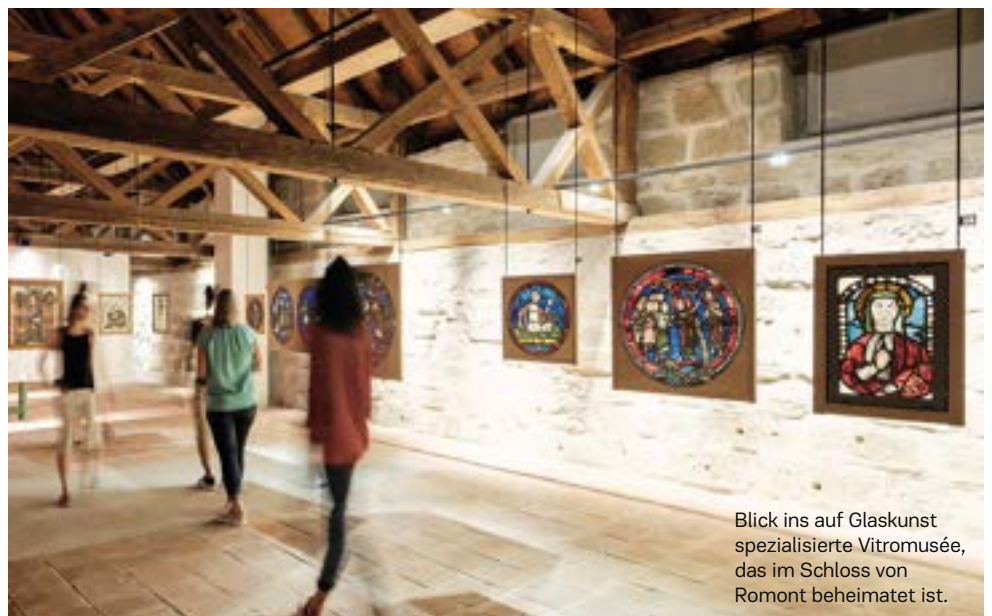
**Wer hätte gedacht, dass...** Rizzis Neopop etwas mit Gerhard Richters Pixelmania (siehe Nr. 4) gemein hat? Beide Entwürfe wurden nämlich durch die Derix Glasstudios im hessischen Taunusstein ausgeführt.



## 10 David Hockney Westminster Abbey, London

**Das Fenster** Diese Brits habens schon drauf, wens darum geht, Haltung zu bewahren, selbst in Gummistiefeln. Wo sonst, ausser auf der Insel, ist es möglich, dass ein Maler von Weltformat (!) damit beauftragt wird, zu Ehren der langen Regentschaft der Queen (!) ein Kirchenfenster für die altherwürdige Westminster Abbey (!) zu entwerfen, dieser liefert ein Grüppchen bunt blühender Weissdornsträucher samt der Erklärung, sie symbolisierten «die Königin als Bäuerin sowie ihre tief empfundene Freude am und Sehnsucht nach dem Land» – und alle sind amused?

**Wer hätte gedacht, dass...** sich David Hockney (\*1937) so über den Auftrag freuen würde, dass er sich sofort nach der Anfrage durch den Westminster-Dekan sein iPad (sein liebstes Arbeitsinstrument seit Jahren) schnappen und bereits am Folgetag einen ersten Entwurf vorlegen würde? Im Herbst 2018 lief es ohnehin gut für Hockney. Nur wenige Wochen nach der Einweihung des «Queen's Window» kam sein ikonischer «Pool with Two Figures» bei Christie's für 90.3 Millionen Dollar unter den Hammer – damals das teuerste je auf einer Auktion verkaufte Bild eines lebenden Künstlers.



Blick ins auf Glaskunst spezialisierte Vitromusée, das im Schloss von Romont beheimatet ist.

## Licht und Farbe berühren uns emotional



**FRANCINE GIESE**  
Direktorin  
Vitromusée Romont

### Kirchenfenster versetzen uns augenblicklich in besinnliche Stimmung. Woran liegt das?

Das bunte Glas färbt den Raum atmosphärisch ein. Das berührt uns auf einer emotionalen Ebene, selbst, wenn uns die religiösen Inhalte nichts sagen. Schon im Mittelalter wurde dieser Effekt bewusst eingesetzt, etwa in der weltberühmten Sainte-Chapelle in Paris: Der Innenraum wird von Licht und Farbe durchflutet, die Architektur scheint sich aufzulösen. Trotzdem kam man später vom Farbglas weg, denn die Helligkeit, das weisse Licht standen im Fokus. Erst im 19. Jahrhundert, als man begann, mittelalterliche Kirchen zu restaurieren, fand man zur Farbe zurück. Unsere aktuelle Ausstellung setzt genau hier an («Die Wiederentdeckung der Farbe», bis 28. 2. 2021).

### Wie kam die zeitgenössische Kunst in die Kirche?

Seit Beginn des 20. Jahrhunderts bemüht man sich, der Sakralkunst wieder mehr Strahlkraft zu geben. So begann man, gezielt bekannte Künstler anzufragen. Diese mögen in ihrer Karriere zwar alles erreicht haben, finden die Aufgabe aber attraktiv, weil sich ihnen dadurch neue künstlerische Ausdrucksmöglichkeiten und eine dauerhafte öffentliche Präsenz bieten.

### Dabei fällt auf, dass das Figurative zugunsten des Abstrakten zurückgeht...

Was mit der generellen Tendenz in der Kunst des 20. Jahrhunderts übereinstimmt. Daneben experimentieren Künstler gern mit neuen Techniken: Gerhard Richters Kölner Fenster ist computergeneriert, und auch der Fotodruck von Christian Robert-Tissot wäre früher nicht machbar gewesen.







Mittels Extraktion und Destillation werden aus natürlichen Inhaltsstoffen exklusive Düfte gewonnen.

## Du riechst so einzigartig...

IMMER MEHR HERSTELLER VON LUXUSPARFUMS SETZEN AUF EXKLUSIV FÜR SIE GEWONNENE NATÜRLICHE INGREDIENZEN. SO ENTSTEHEN BISHER UNBEKANNTE, SCHWER NACHAHMBARE DÜFTE.

**K**ÖNNEN ROSEN NACH etwas anderem riechen als nach Rose? Komische Frage, werden die meisten wohl sagen, natürlich nicht! Für Parfumeure und Parfumeurinnen sieht die Sache freilich komplexer aus. Denn ihr Wissen und ihre Kreativität machen es möglich, dass natürliche Ingredienzen Düfte hervorbringen, von denen man davor nicht einmal ahnte, dass es sie gibt.

Nehmen wir zum Beispiel Patchouli, einen Klassiker der olfaktorischen Palette. Mit dem Eau de parfum *Splendida Patchouli Tentation* legt Bulgari eine exklusive, innovative Variante davon vor. Sophie Labbé, die bei der Entwicklung mitgewirkt hat, sagt: «Patchouli ist eine Ikone des Parfumeurwesens, deren geheimnisvol-



ler, würziger, erdig-kampferiger Duft enorm sinnlich wirkt.» Für die italienische Edelmarke hat Labbé die Tropenpflanze, die hauptsächlich in Indonesien und auf den Philippinen wächst und von der nur die Blätter für Kosmetik und Parfums Verwendung finden, einem speziellen Verfahren unterzogen: Mithilfe von Molekulardestillation war es möglich, ihren Duftstoff in absoluter Reinheit zu gewinnen. «Ich nenne das Destillat, das gewissermaßen das Herz des Parfums darstellt, «L'Or de Patchouli», Patchouli-Gold», sagt Labbé. «Es wurde exklusiv für Bulgari kreiert.»

#### Animalischere Aromen

Zwar ist die Entwicklung exklusiver Naturdüfte kein völlig neues Phänomen. Aber: «Es ist etwas, in das immer mehr Marken investieren», erklärt Oriol Segui, Commercial Director Fine Fragrance Europe bei Givaudan. «Vor allem das Luxussegment interessiert sich brennend für solche massgeschneiderten Duftstoffe, weil sie ein Parfum-Storytelling auf ganz neuem Niveau ermöglichen.»

Da die meisten der besagten Firmen über keinen Hausparfumeur verfügen, vertrauen sie stattdessen auf renommierte Nasen, die für Givaudan, Firmenich, L'Oréal oder andere Duftstoffhersteller arbeiten. «Dabei geht der Trend einerseits hin zu natürlichen Ingredienzen, andererseits hin zur Differenzierung, mittels der man sich in einem stark gesättigten Markt von der Konkurrenz abheben will», weiss Karine Lebet, Kreativchefin im Bereich Duftentwicklung bei L'Oréal Luxe. Bereits 2001 hat sie eine Abteilung ins Leben gerufen, in der sich alles ausschliesslich um dieses Thema dreht. «2016 haben wir zudem ein Programm auf die Beine gestellt, das uns möglichst nah an die Rohstoffe heranbringt. Die maximal nachhaltig gewonnenen Ingredienzen werden anschliessend mit einem innovativen Extraktionsverfahren veredelt – zu Extrakten, die L'Oréal exklusiv zur Verfügung stehen.»

Dieses Crafting, wie es von Profis genannt wird, verleiht dem Endprodukt eine Intensität, die unsere Sinneszellen auf eine stimulierende Entdeckungsreise schickt. «Es ist enorm interessant, klassische Inhaltsstoffe auf diese Weise neu zu entdecken», sagt Sophie Labbé. «Eine Ingredienz, die man in- und auswendig zu kennen glaubte, wird plötzlich aufregend und frisch.»

## Anders als synthetische Moleküle kann man natürliche nicht patentieren

Exklusive Naturstoffe gründen auf verschiedenen Parametern: erstens auf der Extraktionsmethode, zweitens auf der Ernteart, drittens auf der Herkunft der Ingredienzen, dem sogenannten Terroir. Für einen früheren Bulgari-Duft, *Splendida Tubéreuse Mystique*, hatte Labbé etwa bewusst auf abends geerntete Tuberosen gesetzt. Für gewöhnlich findet die Ernte morgens statt. «Am Ende des Tages entwickelt die Pflanze aber sinnlichere, animalischere Aromen», so die Parfumeurin. Auch L'Oréal Luxe hat schon mit Tuberosen experimentiert, namentlich für *My Way* von Giorgio Armani. «Indem wir die grünen Bestandteile eliminierten und die Bühne den cremig-sonnigen Anteilen der Blüte überliessen, haben wir einen Duftklassiker modernisiert», erklärt Karine Lebet.

Die Arbeit eines Parfumentwicklers kann man mit jener eines Juweliers vergleichen, der einen Edelstein so in Form schleift, dass er die gewünschten Reflexe erzielt. Oder mit jener eines Modedesigners: «Wir gehen vor wie einst Madeleine Vionnet, die mit ihrem Schrägschnitt den Stoff elastisch machte», meint Oriol Segui schmunzelnd.

Einen exklusiven Naturduftstoff zu entwickeln kann Jahre dauern. Und beginnt beim Rohmaterial, das man sich zunehmend nachhaltig und fair produziert wünscht. «Ausserdem soll es in puncto Qualitätsstandards möglichst die Konkurrenz überflügeln», sagt Segui. Und wie sieht es mit dem Copyright aus? «Anders als synthetische Moleküle kann man natürliche nicht patentieren lassen», so Segui. Die Entwickler hüten sich allerdings davor, exklusiv entwickelte Essenzen zu kommerzialisieren oder anderen Marken anzubieten. Denn nur ein rarer Duftstoff macht ein edles Parfum... ☺



#### EXKLUSIVES FÜR DIE NASE...

1. *Explorer*, Eau de parfum, mit exklusivem Patchouli, **Montblanc**. 2. *Idôle*, Eau de parfum, verschiedene Rosensorten, Extraktionsverfahren und Terroirs interpretieren die Königin der Blumen neu, **Lancôme**. 3. *Libre*, Eau de parfum, mit exklusiver Madagaskar-Vanille aus nachhaltigem Anbau, **YSL**. 4. *My Way*, mit exklusiv reinterpremierter Orangenblüte und innovativ geernteter Tuberose, **Giorgio Armani**. 5. *Splendida Patchouli Tentation*, Eau de parfum, mit exklusiver Patchouli-Herznote, **Bulgari**.



VICTORINOX

## SWISS MODERN SCHENKEN MACHT FREUDE

Der Allrounder für zuhause kombiniert makellose Präzision mit strapazierfähigen Materialien. Die Stärke verdankt das Messer seiner rostfreien Stahlklinge und dem feinen Nussbaumholzgriff, während der Kullenschliff verhindert, dass Lebensmittel an der Klinge kleben bleiben.



FROM THE MAKERS OF THE  
ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE™  
ESTABLISHED 1884



# Mehr Drama

BLUSEN UND HEMDEN MÜSSEN JETZT RÜSCHEN HABEN. ODER SCHLEIFEN. SCHÖN VORFREUDIG-FESTLICH!

AUSWAHL ENDRIT NURCAJ



1. Halskette mit Fischenhänger, Gelbgold (18 ct), **Alexandra Abramczyk**, ca. 15 000 Fr.
2. Blazer *Prune* mit Hahnentrittmuster, **A.P.C.**, 375 Fr.
3. Schluppenbluse, Krepp, **Chloé**, 765 Fr.
4. Runde Oversizebrille, **Gucci**, 260 Fr.
5. Shorts mit Hahnentrittmuster, **Miu Miu**, 720 Fr.
6. Ledergürtel *Zak*, **Isabel Marant**, 250 Fr.
7. Uhr *Tudor Royal*, 28 mm, Stahl, Gold, Perlmutter und Diamanten, **Tudor**, 3750 Fr.
8. Handtasche *Susanna* aus plissiertem Leder, **Mark Cross**, 2145 Fr.
9. Sandalen *Jinn 125*, Leder mit Pythonmuster, **Jimmy Choo**, 595 Fr.

1. Schal *Canada* aus Schurwolle, **Acne Studios**, 155 Fr.
2. Rüschenhemd, Chiffon und Seide, **73 London**, 390 Fr.
3. Mantel aus Wollgemisch, **Haider Ackermann**, 2065 Fr.
4. Bundfaltenhose aus Wolle, **Gucci**, 935 Fr.
5. *Face Ultra*, revitalisierende Intensivgesichtspflege für Herren, 50 ml, **Cellmen**, 316 Fr.
6. Socken mit Hahnentrittmuster, Kaschmirmischung, **Ralph Lauren Purple Label**, 30 Fr.
7. Umhängetasche aus geflochtenem Leder, **Bottega Veneta**, 1975 Fr.
8. Lederloafers *Pembrey* mit derber Gummisohle, **Church's**, 485 Fr.





# Tanja Grandits

WER HÄTTE GEDACHT, DASS DIE GAULT-MILLAU KÖCHIN DES JAHRES 2020 AUCH MAL FÜR PFERDE BACKT? UNS HAT SIE ZUDEM VERRATEN, WONACH ES BEI IHR ZUHAUSE RIECHT.

TEXT PAULINA SZCZESNIAK

**E**IN JUBELJAHR hätte das werden sollen für das Basler Restaurant Stucki (2 Michelin-Sterne, 19 Gault-Millau-Punkte). Chefin Tanja Grandits, 50, war vom Gault-Millau zum Koch des Jahres gekürt worden (das zweite Mal schon, nach 2014!), das Stucki war für zig Monate im Voraus ausgebucht. Dann kam Corona. Schockstarre? Nicht doch, schliesslich ist Grandits eine geborene Macherin. Und eine Frohnatur oben drauf. Eine Woche nur blieb das Stucki zu, dann gings wieder los: als Take-away. Etwas, womit Grandits sowieso lang geliebäugelt hatte. Das Restaurant ist mittlerweile wieder offen, das Take-away ist geblieben. Und dazugekommen ist Grandits siebtes Kochbuch («Tanja vegetarisch», AT-Verlag, 336 Seiten, ca. 42 Fr.), das sie im Sommer geschrieben hat und das eben erschienen ist – als vorgezogenes Weihnachtsgeschenk sozusagen.

**Der Advent ist die intensivste Phase im Jahr für Restaurants. Dieses Jahr ist alles etwas anders...**

Definitiv. Ruhiger, intimer, wir haben ja nur Vierertische. Dafür wurde extra schön dekoriert, fast ein bisschen elfenmässig; die Leute sollen für ein paar Stunden alle Mühsal draussen lassen dürfen. Zweige in den Fenstern, Tischdecken aus grauem Leinen, dazu mintfarbene Brotteller und **Kerzen (5)**... Mint ist momentan meine absolute Lieblingsfarbe.

**Aha, das erklärt den Umschlag Ihres neuen Kochbuchs! Darin setzen Sie ganz auf fleischlose Küche. Warum?**

Weil ich auch privat am liebsten vegetarisch koche, für mich und meine Tochter. Emma liebte Gemüse schon als ganz kleines Kind, ihr ist **«Tanja vegetarisch» (1)** übrigens gewidmet. Ich selbst war als Teenager Vegi. Die fleischlose Küche ist unglaublich kreativ, und ich halte sie für den Spiegel unserer Zeit.

**Das Buch vereint fast 150 Rezepte. Welches ist Ihr liebstes?**

Vielleicht das einfachste: **Gerösteter Blumenkohl (3)** mit Sesamjoghurt. Sesam ist auch so eine Phase von mir zurzeit (lacht).



**Werden Sie über Weihnachten auch mal etwas ausspannen können?**

Ich nehm mir ein paar Tage frei, um meinen Bücherberg abzarbeiten! Zuletzt habe ich Delia Owens' «Gesang der Flusskrebse» gelesen, unglaublich schön! Ferner werde ich viel Yoga machen, mit meiner französischen Bulldogge Norma spazieren, Pferdeguetsli für das Pferd meiner Tochter backen, eine Decke für das Baby meiner Nichte **häkeln (4)**...

**... und dazu Musik hören?**

Wenn nicht grade Emma auflegt, mag ichs gern ruhig. Frauenstimmen. Das neue Album von **Carla Bruni (7)** läuft oft.

**Ein Duft, der Sie glücklich macht?**

Geranium! Das ätherische Öl der Marke **DoTerra (6)** nutze ich als Raumduft, als Parfum, für die Haarspitzen... Ich bin süchtig danach!

**Zum Schluss die Silvesterfrage: Rotwein oder Champagner?**

Champagner, ganz klar! Am liebsten **Jacques Selosse (2)**, den es bei uns im Stucki gibt. ☺





*J'adore*  
INFINITELY WOMAN

DAS NEUE EAU DE PARFUM  
INFINISSIME



**DIOR**