

# encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

UHREN  
Die Modelle  
der Präsidenten

KULINARIK  
JAPAN – MEHR  
ALS NUR SUSHI



BEAUTY  
Rot bis in die  
Wimpernspitzen

# Schmuck

Wie auf Rosen gebettet:  
Preziosen, die verzaubern

NOVEMBER 2016

SonntagsZeitung





Unsere Schmuckstücke sind von der faszinierenden Innenwelt der Edelsteine inspiriert.  
Erfahren Sie mehr über den Saphirring «Glowing Jellyfish» auf [gubelin.com/deepsea](https://www.gubelin.com/deepsea)



Designerin Charlotte Lynggaard kreiert filigrane Preziosen, S. 8.



Subtil und raffiniert: Die japanische Küche will entdeckt werden, S. 12.



Make-up-Trend: Rottöne in neuen Varianten, S. 18.

# Schmuck | November 2016

THEMEN

## 8 Interview

Das Familienunternehmen Ole Lynggaard

## 14 Shooting

Luxuriöse Glanzstücke verschönern den Alltag

## 19 Uhren

Was die Mächtigsten am Handgelenk tragen

## 20 Für sie, für ihn

In Hülle und Fülle: Damen wärmen uns diesen Winter

RUBRIKEN

4 Favoriten 12 Von wegen fad: Die Japanische Küche sorgt für Überraschungen 18 Make-up: Rot gibt den Ton an 21 Fancy Food: Israelische Speisen liegen im Trend 22 Die Welt von Designerin Chantal Thomass



Luxuriöse Glanzstücke, S. 14. Lederrucksack Fendi Faces, Fendi Men. Goldenes Taschen, Nagellacke und Lippenstifte, Chanel. Pantoffeln, Miu Miu. Taschen, Givenchy by Riccardo Tisci. Mokassins, Gucci Men.



COVER  
Ring Sun Blossom aus Weissgold mit Diamanten, Louis Vuitton Joaillerie. Ohrhinge, Weissgold, Diamanten, Haute-Joaillerie-Kollektion, Chopard. Ring aus Platin, Gold und Diamanten, Tiffany. Collier, Weissgold, Diamanten, Collection Extremely, Piaget. Ring, Weissgold, Smaragde, Diamanten, Gübelin.

Fotos Hugo Mapelli  
Styling Mathilde Camps

## Kostbare Erinnerungen

DER ERSTE SCHMUCK, den ich geschenkt bekommen habe, waren Ohrhinge in Form eines hellblauen Vergissmeinnichts. Sie gehörten meiner Grossmutter, und als sie starb, wollte sie, dass ich sie erhalte. Ich hielt sie in Ehren. Leider habe ich, im Laufe der Jahre, einen von ihnen verloren. Dann kam eine Zeit, in der ich mir aus Schmuck nichts machte. Bis ich mich zum ersten Mal verliebte. Wir waren 13, und ich kaufte für Sandro und mich in der ABM silberfarbene Freundschaftsringe mit eingestanzten roten Herzen, für je sieben Franken fünfzig. Als die Freundschaft im Streit endete, schmiss mir Sandro auf offener Strasse den Ring hinterher, mit den Worten: «Dä han i scho immer gruusig



Silvia Aeschbach, Chefredaktorin deutschsprachige Ausgabe encore!

grunde.» Dieses Erlebnis führte dazu, dass ich die nächsten Jahre auf Freundschaftsringe verzichtete. Dann kam die Modeschmuckphase. Mein Vorbild war Madonna, und ich glich mit meinen Dutzenden von Ketten einem geschmückten Christbaum. Wenn es um Preziosen geht, werde ich sentimental. Die Box, in der ich sie aufbewahre, ist voller Erinnerungen. Der Ring mit den Diamanten zeugt von einer geplatzten Verlobung. Das goldene Armband meiner Mutter, zeitlos schön und kostbar, die grossen, goldenen Ohrreifen, die in den 1990ern so trendy waren, warten darauf, dass die Mode zurückkommt. Zum Glück hat es noch ein bisschen Platz in meiner Box. Denn wenn ich die Schmuckstücke ab Seite 14 anschau, wäre da durchaus das eine oder andere Stück dabei, das ebenfalls Geschichte schreiben könnte.



Dieses Magazin ist in der Schweiz auf umwelt-schonend produziertes Papier gedruckt.

encore! ist die monatlich erscheinende Beilage von Le Matin Dimanche und SonntagsZeitung. Adressen: Tamedia Publications romandes, encore!, Avenue de la Gare 39, Case postale 615, 1001 Lausanne, Tamedia AG, encore!, Werderstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich. Herausgeberin: Tamedia Publications romandes SA, 33, av. de la Gare, 1001 Lausanne. Leiter Tamedia Publications romandes: Serge Raymond. Verlagsleitung: Thierry Furet. Chefredaktion: Renata Libal (verantwortlich), Silvia Aeschbach (deutschsprachige Ausgabe). Produktion: Ilaria Longo. Redaktion: Maria Dami, Gloria Karhan. Layout: Géraldine Dura (Art Direction). Bild: Sophie Perraudin. Mitarbeiter dieser Ausgabe: Mathilde Binetruy, Laurent Delaloye, Hanspeter Eggenberger, Sarah Jollin-Fardel, Ranzo Strosio, Tanja Ursoloe. Fotos: Hugo Mapelli. Styling: Mathilde Camps. Illustration: André Gottschalk. Grafisches Konzept: Aniel Cepeda. Produktion französisch: Loyse Pihuz. Übersetzung und Überarbeitung: Ilaria Longo, Nadine Lea Mischler, Ursula Zenger. Sekretariat: Alessandra Ducret. Bildbearbeitung: PhotoMedia. Druck: Swissprinters AG, Zofingen. Marketing: Florence Ruffetta. Werbung Romandie: Tamedia Publications romandes SA, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, Telefon 021 349 50 50, Fax 021 349 50 22, publicite.lausanne@tamedia.ch; Werbung Deutschschweiz: Tamedia Publications romandes SA, Werderstrasse 21, 8021 Zürich, Telefon 044 251 35 75, Fax 044 251 35 38, publicite.zuerich@tamedia.ch, www.tamedia.ch, Beteiligungen von namhaften Beteiligungen (nach Art. 322 S 1 GB), CIL Centre d'Impression Lausanne SA, homégate AG, ImmoStreet.ch SA, LC Lausanne-cité SA, Société de Publications Nouvelles SPN SA. Alle Rechte vorbehalten. Gemäss den geltenden Bestimmungen des Urheberrechts sowie dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb ist ohne die schriftliche Genehmigung des Verfassers jegliche Art von Nachdruck, Reproduktion oder Vervielfältigung der Redaktionsteile oder der Anzeigen sowie jegliche Wiederverwendung derselben auf optischen, elektronischen oder sonstigen Datenträgern strengstens untersagt, sei es zu Teilen oder als Ganzes, in Verbindung mit anderen Werken oder Dienstleistungen oder allein. Unter dieses Verbot fällt ebenfalls die gesamt- oder partielle Nutzung der Anzeigen durch unbefugte Dritte, insbesondere auf Onlinediensten.





Dieses Foto von Model Sasha Pivovarova hat David Sims 2009 geschossen.

KUNST UNTER 1000 FRANKEN

Wandelbare Wartehalle



VON LAURENT DELALOYE

Dass dieses zeitgenössische Foto anlässlich der Hauptversammlung einer Bank entstanden ist, kann man sich nur schwer vorstellen. Doch tatsächlich hat Marie-France Millasson es in einer Turnhalle geschossen, die der Versammlung als Eventlocation diente. Die 48-jährige Freiburgerin arbeitete damals als Marketingverantwortliche für diese Bank und wartete auf die Teilnehmer, als sie dieses Foto machte. Die Architektur der Halle faszinierte sie – die fade Farbe des Gebäudes dagegen weniger. Mit dem Computer hat sie dem Bild kurzerhand ein paar Farbtupfer verpasst: «Die neue Tonalität hat sich von selbst ergeben. Die leicht gefärbten Rollos wurden zu einer Lichtquelle, die den Raum erhellt. Die Lichteinfälle heben die Geometrie des Raumes hervor und lassen ihn mysteriös erscheinen», sagt die Künstlerin, die bei Bildern – egal ob ein Landschaftsbild oder ein Corporate-Porträt – stets auf die richtige Komposition achtet. Eine Passion hat Millasson auch für das Reisen – insbesondere für die Landschaftsfotografie. Menschen sucht man auf diesen Bildern aber vergebens – der Blick der Fotografin ist immer auf kleine Details gerichtet, die für den Betrachter nicht sofort ersichtlich sind. Nur wenn Millasson in ihrem Studio arbeitet, widmet sie sich auch der Porträtfotografie. Bei ihren Bildern geht es aber nicht um die Schönheit des Menschen, auch hier setzt sie den Akzent auf die scheinbar unwichtigen Details. **Preis:** 800 Franken. «Sans titre» aus der Serie «Intérieur-Extérieur», (40 x 60), Foto auf FineArt-Papier, 2014.



BUCH

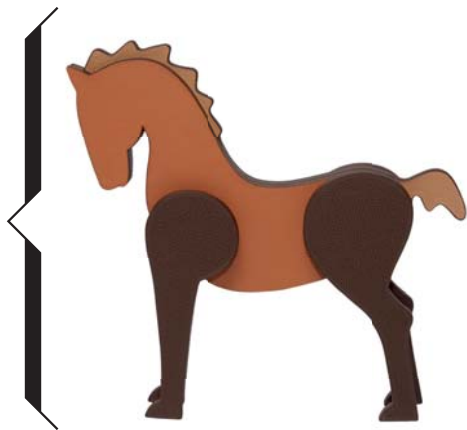
Das Erbe einer Ikone

Die Meldung, dass Grace Coddington, die Kreativ-Direktorin der amerikanischen «Vogue», ihren Posten aufgibt, wirbelte dieses Jahr die Modewelt durcheinander. Zusammen mit der Chefredaktorin Anna Wintour war die 75-jährige während 28 Jahren für das Erscheinungsbild des Magazins zuständig. Insider behaupten, dass vor allem Coddington für den Look der «Vogue» verantwortlich gewesen sei. Sie sei auch die Einzige, die es gewagt habe, ihrer resoluten Chefin die Stirn zu bieten. Die gebürtige Waliserin mit dem flammend roten Haar kreierte mit den berühmtesten Fotografen und Models dieser Welt einige der ikonischsten Mode-



«Grace: The American Vogue Years», auf Englisch, Phaidon Press, 400 Seiten.

Shootings. Nun hat Coddington, sozusagen als Abschiedsgeschenk, einen Bildband über ihre Arbeit veröffentlicht. «Grace: The American Vogue Years» ist quasi die Fortsetzung des Buches «Thirty Years of Fashion at Vogue», das vor zwei Jahren erschienen ist. Auf 400 Seiten zeigen berühmte Fotografen wie Steven Meisel, Annie Leibovitz oder David Sims ihre fulminanten Arbeiten. Der Bildband beginnt mit einem Vorwort der irischen Schauspielerin Saoirse Ronan und einer Einführung von Annie Leibovitz. Coddington wird weiter als freie Stylistin für die «Vogue» arbeiten und mit dem Modelabel Commes des Garçons bald ihr erstes Parfüm lancieren. *Silvia Aeschbach*



DESIGN

Zweites Leben

Die Kelly-Bag oder die Birkin gelten als Ikonen des Hauses. Nicht weniger luxuriös sind auch die Objekte, die das Traditionsunternehmen Hermès unter dem Namen «Petit h» kreiert. Im Atelier, das Pascale Mussard, die Ur-Ur-Enkelin des Firmengründers Thierry Hermès, 2010 initiierte, werden hochwertige Lederreste zu ausgefallenen Designobjekten weiterverarbeitet. So etwa zu einer Pferdefigur, die als Schmuckständer dient (Bild, von Gilles Jonemann). Immer wieder arbeitet Mussard gemeinsam mit dem 15-köpfigen Team des Ateliers mit Designern, die, ausgehend vom verfügbaren Material, ein Objekt entwerfen. So hat etwa jüngst der Schweizer Adriano Rovero ein Zelt für Kinder entworfen, das nun in der Genfer Boutique zu entdecken ist. *Sarah Jollien-Fardel*

Die Linie des Atelier «Petit h» ist erstmals in der Schweiz (bis zum 19. November) in der Hermès-Boutique in Genf zu sehen, Rue du Rhône 59, [www.hermes.com](http://www.hermes.com)

MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE



**TONDA  
METROPOLITAINE  
SELENE**

Edelstahlgehäuse  
gefasst mit Diamanten  
Automatikaufzug  
Mondphase bei 12 h  
Perlmutter-Zifferblatt  
Hermès Kalbslederband

Made in Switzerland

[parmigiani.ch](http://parmigiani.ch)

**PARMIGIANI**  
FLEURIER





Transparente Uhr:  
Die OttantaSei von  
Bovet by Pininfarina.

UHR

# Gläserne Motorhaube

Eine Uhrenmarke und ein Karosseriebauunternehmen, die gemeinsame Sache machen: Auf den ersten Blick mag eine solche Kollaboration etwas ungewöhnlich wirken. Doch die Schweizer Firma Bovet, die in Fleurier Zeitmesser herstellt, und das italienische Designstudio Pininfarina mit Sitz im piemontesischen Cambiano zeigen, dass aus einer solchen Zusammenarbeit durchaus gelungene Produkte entstehen können.

Seit neun Jahren arbeiten die Familienunternehmen nun schon gemeinsam, sechs Uhrenmodelle sind das Ergebnis dieser Liaison. Der letzte Coup ist die *OttantaSei*, die durch ihr transparentes Gehäuse den Blick auf das Innere der Uhr freigibt. Dort arbeitet ein Kaliber mit Handaufzug (Dimier 17BM03MM), das eine 10-Tage-Gangreserve hat. Das Modell ist in Gold (185 000 Fr.) und Titan (165 000 Fr.) erhältlich.

«Zu Beginn sollte eigentlich nur ein Modell entstehen. Doch während unserer Meetings haben wir festgestellt, dass wir die gleichen Werte haben, so den Respekt für Traditionen und Qualität. Als ich das erste Mal in Cambiano war, bin ich auf viel Offenheit gestossen. Dass wir uns gegenseitig zuhören, zeichnet unsere Zusammenarbeit aus», sagt Pascal Raffy, Eigentümer von Bovet. «Bevor die Kooperation mit Bovet entstanden ist, haben wir bereits an Projekten in der Uhrenbranche gearbeitet. Aber die waren weitaus weniger spannend. Wir haben zwei, drei Modelle entworfen, eines wurde ausgewählt, und das wars! Mit Bovet gibt es einen echten Austausch. Wir haben viel von diesem Unternehmen gelernt. Und ich glaube, umgekehrt ist es genauso», sagt Paolo Pininfarina, der Präsident des gleichnamigen Brands. *Thierry Brandt*

INTERIOR

# Kuschelstunde



Für seine Objekte liess sich der Designer Sam Baron schon öfter von Speisen inspirieren. So auch für die Kollektion «So-sage» von transparenten Leuchten, die er jüngst für den französischen Designhersteller Petite Friture entworfen hat: Alle Lampen haben die Form einer Wurst. Dem Italiener ist es wichtig, dass Designstücke für jedermann erschwinglich sind, deshalb arbeitet er schon seit fünf Jahren mit dem französischen Mode- und Versandhaus La Redoute zusammen. Tische und Teppiche hat er bereits entworfen, und auch diese Saison stehen praktische Gegenstände im Mittelpunkt seiner Linie. Dafür verlässt er die Küche und wechselt die Location: Für den Katalog hat er eine ganze Reihe von Accessoires für das Schlafzimmer kreiert. Die Palette reicht von Hängelampen aus Reispapier über Betttücher aus Leinen bis hin zu Kissenbezügen (Bild): Der Spitzenprint zieht sich dabei wie ein roter Faden durch die gesamte Kollektion. R.S.

Kissenbezug aus Baumwolle, Sam Baron für La Redoute, 24,90 Franken.



BEAUTY

# Eyeatcher

Während die Hand- und die Rasiercreme der Pariser Beauty-Marke Buly 1803 die Haut pflegen, erfrischt die Zahnpasta mit Minze, Koriander und Gurke. Mit ihrem hübschen Äusseren sind die Tuben zudem ein Eyeatcher im Badezimmer. G.K.

Handcreme, Rasiercreme, Zahnpasta, [www.buly1803.com](http://www.buly1803.com), ab ca. 25 Fr.

# HELLO CLEAN

IQOS ERHITZT DEN TABAK, STATT IHN ZU VERBRENNEN. DADURCH RIECHEN DEINE HAARE, HÄNDE UND KLEIDUNG NICHT MEHR NACH ZIGARETTENRAUCH.



MEHR ENTDECKEN AUF [WWW.IQOS.CH](http://WWW.IQOS.CH)

DIESE SEITE IST AUSSCHLIESSLICH FÜR ERWACHSENE KONSUMENTEN MIT  
WOHNSTZ IN DER SCHWEIZ BESTIMMT.

## IQOS

THIS CHANGES EVERYTHING

Dieses Tabakerzeugnis kann Ihre Gesundheit schädigen und macht abhängig.  
Ce produit du tabac peut nuire à votre santé et crée une dépendance.  
Questo prodotto del tabacco può nuocere alla tua salute e provoca dipendenza.

# PORTRÄT



Designerin Charlotte  
Lynggaard trägt auch selber  
immer Schmuckstücke.



# Gold Schatz

DAS SCHMUCKLABEL OLE LYNGGAARD IST FAMILIENSACHE: MIT IHREM VATER PRÄGT CHARLOTTE DEN EDLEN STIL DES LABELS.

TEXT **SILVIA AESCHBACH**

**E**INE HALBE STUNDE ausserhalb von Kopenhagen. Eine hübsche Vorstadt am Meer, wo die Leute auf Fahrrädern unterwegs sind und auf der Strasse freundlich grüssen. Hier, in Hellerup, in einer umgebauten alten Fabrik, ist das dänische Schmucklabel Ole Lynggaard zu Hause. Rund 135 Angestellte arbeiten hier, aber es gibt nur zwei Designer, die die Linie des Hauses vorgeben: Gründer Ole Lynggaard und seine Tochter Charlotte Lynggaard (50). «Alles passiert hier», sagt der Hausherr stolz. «Und jeder weiss, was der andere macht.» Ole Lynggaard, der inzwischen 80 Jahre alt ist, hat das Unternehmen Anfang der 1960er-Jahre gegründet und kommt immer noch mehrmals wöchentlich in die Firma, in der er mit seiner Tochter ein helles, lichtdurchflutetes Büro teilt. An der Wand hängen Dutzende Fotos und Zeitausschnitte, auf dem Tisch stapeln sich Magazine. Schnell wird klar: Das hier ist ein klassischer Familienbetrieb; auch Charlottes Mann und ihre älteste Tochter arbeiten in der Firma mit.

In den kleinen, altmodisch wirkenden Ateliers sitzen die meist langjährigen Angestellten und stellen in Handarbeit die edlen Schmuckstücke her. Eine äusserst diffizile Arbeit, die ein scharfes Auge und eine ruhige Hand erfordern. Die traditionellen Werkstätten stehen im Kontrast zum eleganten Flagship Store von Ole Lynggaard in der Innenstadt von Kopenhagen. Hier wartet Charlotte Lynggaard, die übrigens in den 1980er-Jahren bei einem Goldschmied im Glarnerland arbeitete, in einem langen schwarzen Seidenjupon und einer blau-weissen Folklorebluse, das Gesicht gänzlich ungeschminkt, die Haare zu einem losen Knoten gebunden.

**Sie vergleichen Ihren Schmuck gerne mit einem Stuhl. Wieso das?**

Mein Schmuck und ein Stuhl haben verschiedene Parallelen. Beide müssen unterschiedlichsten Ansprüchen genügen: bequem sein, ein harmonisches Aussehen haben, einem nicht verleiden, und sie sollten sich optisch in ein Ganzes einfügen. Und beide sollten eine gewisse Einfachheit haben. Dies zu erzielen, ist die grösste Kunst überhaupt.

**Entwerfen Sie den Schmuck in erster Linie für sich selber?**

Mache ich beispielsweise einen Ring, dann muss er zuerst nur an meinem Finger gut aussehen. Dann aber frage ich mich: Wie sieht er an einer jungen Hand aus? Wie an einer älteren? Wie an schmalen Fingern, wie an kräftigeren? Aber das Wichtigste überhaupt: Er sollte beim Tragen nicht spürbar sein.

**Tragen Sie eigentlich immer Schmuck?**

Ohne fühle ich mich nackt. Sobald ich allerdings zu Hause bin, nehme ich allen Schmuck ab – ausser dieser goldenen Armspange (zeigt auf einen Armreif mit einem Schlangemotiv).

**Warum behalten Sie sie an?**

(Schweigt lange und sucht nach Worten.) Ich fühle mich meinem Vater sehr nahe. Er ist immer offen und unterstützend, nie besserwisserisch, sondern immer liebend und umsorgend. Mit diesem Band bin ich mit ihm verbunden. Ich mag einfach den Gedanken, etwas von ihm an mir zu tragen, das immer da ist.

**Sie haben zwar gesagt, dass Sie in einem ersten Schritt vor allem für sich selber designen. Aber haben Sie eine spezielle Kundin im Auge, die Ihre Kreationen tragen sollte?**

Ich lasse mich vor allem von Frauen inspirieren. Früher von meiner Mutter, die einen ganz speziellen, wunderbaren Geschmack hat. Heute wird meine Tochter als Inspiration immer wichtiger. Wenn auch die jüngere Generation meinen Schmuck trägt, finde ich das toll. Wichtig sind auch meine Freundinnen, die alle sehr verschiedene Typen sind: Sie sind stark, natürlich, interessant und leben ihr eigenes Leben. Aber auch die Natur ist eine stetige Inspiration für mich. Ich wohne ja am Meer, dort erlebe ich ständig wechselnde Stimmungen.

**Die dänische Prinzessin Mary hat die Krone aus Ihrer Midnight Collection mehrmals getragen. Sind Sie mit ihr befreundet?**

Diese Tiara war ein rechtes Stück Arbeit, ich habe 400 Stunden dafür benötigt. Ich habe mit Mary keine enge Freundschaft. Ihren Mann, Kronprinz Frederik, kenne ich aber schon, seit ich 18 Jahre alt bin.



## DIE NATUR ALS STETIGE INSPIRATION

**VON OBEN NACH UNTEN**  
**Porträt:** Charlotte Lynggaard mit ihrem Vater Ole Lynggaard, der das gleichnamige Label Anfang der 1960er-Jahre gegründet hat.

**Anhänger** aus der Kollektion Leaves (Roségold) mit der passenden Kette Lotus.

**Ring** The Kiss aus Weissgold mit 195 Diamanten.

Die dänische Kronprinzessin Mary hat das Midnight-Diadem bereits mehrmals getragen.

**Ring** aus der Kollektion Blooming, Roségold, roter Korallstein, Blätter aus Gelbgold mit 44 Diamanten besetzt.



### Wie schwierig war es eigentlich, neben Ihrem Vater, Ihren eigenen künstlerischen Weg zu finden?

Am Anfang hatte ich Angst davor, in der Firma nicht akzeptiert zu werden. Aber ich war ja gelernte Goldschmiedin, das brachte mir Respekt ein. Ich war nervös, weil ich nicht wusste, ob ich meinen eigenen Stil, der so anders als jener meines Vaters war, finden würde. Aber was es einfacher macht: Ich bin eine Frau und habe einen eigenen, weiblicheren Ausdruck. Für meine Tochter wird es wieder schwieriger sein, weil sie mit mir verglichen werden wird. Aber ich bin sicher, sie wird ihren Weg finden.

### Ihr Vater bevorzugt beim Schmuckdesign einen gradlinigen Stil. Sie entwerfen eher verspielter und femininer.

In den 1970er-Jahren kreierte mein Vater einige unglaublich wilde Stücke, unter anderem die Schlangen-Kollektion. Dann kamen die 1980er, als ich in die Firma eintrat, und alles war so «big and shiny». Ich mochte diese Periode nicht. In dieser Zeit begann ich, eher altmodischen, romantischen Schmuck zu kreieren. Am Anfang waren wir also sehr unterschiedlich. Aber mit den Jahren sind wir uns immer ähnlicher geworden.

### In Ihrem Unternehmen arbeiten keine anderen Designer als Sie und Ihr Vater. Warum?

Das stimmt (*lacht*). Es ist wichtig für uns, den familiären Charakter des Unternehmens zu bewahren.

### Sie fühlen sich Ihrer Familie sehr verbunden, leben und arbeiten zusammen. Ist das nicht manchmal zu viel Nähe?

(*lacht*.) Ich kenne nichts anderes. Und das setzt sich jetzt bei meinen Kindern fort. Sie haben ihre Cousins, ihre Tanten und Onkel ständig um sich. Vor allem wir Frauen in der Familie sind uns unglaublich ähnlich. Wir lieben die gleichen Dinge: Kleider, Blumen und Kunst. Ich habe letzthin in einem kleinen Geschäft in der Nähe ein wunderbares Chloé-Kleid gekauft, da sagte die Verkäuferin zu mir: «Gestern war Ihre Mutter da und hat das gleiche gekauft.»

### Immer mehr Frauen kaufen sich Schmuck selber. Sehen Sie diese Tendenz auch?

Viele Frauen verdienen heute ihr eigenes Geld, und wenn sie nicht verheiratet sind oder einen Boyfriend haben, dann kaufen sie sich eben selber Schmuck. Das Gute daran: Man wird nie enttäuscht, weil man nach dem eigenen Geschmack shoppen kann.

## Wir haben nur zwei Designer, um den familiären Charakter der Firma zu bewahren

### Kann Ihnen Ihr Mann überhaupt noch Schmuck schenken?

Das wird schwierig (*lacht*). Aber er hat mir einen Herz-Diamanten zur Hochzeit geschenkt.

### Würden Sie den Spruch «Diamonds are a girl's best friend» immer noch unterschreiben?

Auf alle Fälle. Diamanten werden immer etwas Besonderes bleiben. Ein solch starkes Stück Natur! Ich liebe aber auch farbige Edelsteine.

### Wieso arbeiten Sie so gerne mit farbigen Steinen?

Ich liebe den Bohemia-Stil in meiner Kleidung und in meinem Schmuck. Ich liebe zwar auch Diamanten, und ich mag es auch, sie zu kombinieren, damit sie nicht zu klassisch wirken. Farbige Steine kann man immer anders variieren, das macht einen Look speziell.

### Sie gelten als Stil-Ikone. Wenn man Ihnen auf Instagram folgt, sieht man, dass Sie ganz unterschiedliche Looks tragen. Mal einen engen Jupe mit High Heels, mal einen Overall mit derben Boots.

Ich bin eine Art Chamäleon und wechsele meinen Stil abhängig von Wetter, dem Ort, wo ich mich befinde, und meiner Stimmung.

### Wie hat sich Ihr Stil über die Jahre verändert?

Freunde, die mich schon lange kennen, sagen mir, dass ich schon in meiner Jugend immer anders gekleidet war als alle anderen. Ich habe meine eigenen Pullover gestrickt, ich trug die Samthosen meines Bruders, die Pyjamas meines Vaters. Heute ist das ein Trend, aber ich trug sie vor über 30 Jahren.

### Haben Sie eine Ahnung, warum das so war?

Ich schaute mir schon früh die Modemagazine meiner Mutter an. Von ihren Reisen brachte sie immer «Vogue» und «Harper's Bazaar» mit, und was ich sah, gefiel mir sehr. Da ich mir diese Mode nicht leisten konnte, versuchte ich sie selber zu machen.

### Kopenhagen ist nicht riesig, man erkennt Sie auf der Strasse. Wie reagieren die Leute auf Sie?

Sie halten mich an und sprechen mit mir. Ich bekomme viele Komplimente. Das freut mich immer. ☺





## L É M A N   G R A N D   B L E U

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

**CARAN D'ACHE**  
Genève



Die Spezialität des Restaurants Megu: Spargeln in einer Panade aus Reiscrackern.

# Mehr als nur Sushi

DIE JAPANISCHE HAUTE CUISINE HÄLT EINZUG IN DER SCHWEIZ UND SETZT IN SACHEN FRISCHE UND RAFFINESSE NEUE STANDARDS. WILLKOMMEN IN EINEM UNIVERSUM, IN DEM DIE GESCHMACKLICHEN SUBTILITÄTEN FÜR DEN UNGEÜBTEN GAUMEN NUR SCHWER FASSBAR SIND.

TEXT RENATA LIBAL

**S**TOLZ RECKT DIE KNUSPRIGE Spargel auf dem Teller ihren Kopf, eingehüllt in eine leichte Panade aus japanischen Reiscrackern und mit einem Hauch von Chili und Zitrone versehen. «Iss mich, iss mich...», scheint sie einem sagen zu wollen. Da erstaunt es wenig, dass sich diese Vorspeise als unverwechselbare Spezialität des Restaurants Megu durchgesetzt hat. Im spektakulären Hotel The Alpina in Gstaad (Deko im alpinen Chic, schwindelerregende Räumlichkeiten und eine Vielzahl von Auszeichnungen) gelegen, ist das japanische Lokal seit seiner Eröffnung 2013 Teil jeder gastronomischen Rundreise im Saanental. Eine schöne Errungenschaft, zumal die Region weltweit eine derjenigen mit den meisten «Haubenköchen» ist. In den Alpen tauscht man gerne auch mal ein Fondue gegen eine leichte und raffinierte japanische Speise. Das Megu setzt auf diese Küche, die nicht einfach zu entdecken und kaum anpassungsfähig ist.

2004 im New Yorker Stadtteil Tribeca eröffnet, setzten sich die Betreiber des Megu damals das Ziel, die westlichen Feinschmecker im grossen Stil zu bekehren. Mit der hippen Lage des Lokals, hohen Ansprüchen an die Produkte und einer aufwendigen Deko, die zeitgenössisch in Szene gesetzt wurde, sollte dies gelingen. Die Idee war es, den Kunden die angebotenen Menüs zugänglich zu machen, indem japanische Traditionen mit genau so viel bekannten Elementen gemischt wurden, dass diese nicht länger abschrecken. Dieses Konzept hat sich schliesslich weit

durchgesetzt: Delhi, Moskau, Doha – und eben Gstaad. Zwar wurde die Adresse in New York geschlossen, doch diesen Herbst wurde das Megu im Untergeschoss des Dream Downtown Hotels in Chelsea wieder eröffnet.

## Bleibt den Wurzeln treu

Die beiden Chefs des Gstaader Megu wurden im Mutterhaus in New York ausgebildet. Der in Sapporo geborene Takumi Murase ist zuständig für alle gekochten Gerichte, während Tsutomu Kugota aus Kobe seine scharfen Messer dem Sushi widmet. Beide haben sich im Berner Oberland niedergelassen, nachdem sie, einer aus Kalifornien, der andere mit seiner Frau, einer japanischen Konditorin, aus Griechenland, in die Schweiz gekommen sind. «Wir kreuzen unsere Küche teils mit französischer Kochtechnik», sagt Murase, «so verwenden wir beispielsweise den Backofen, was man in der traditionellen Zubereitung normalerweise nicht macht. Das Resultat ist aber zu 100% japanisch.» Mit Gerichten wie Shiso-Pesto oder Akadashi Miso-Cappuccino führt der Küchenchef Neulinge an seine japanische Küche heran. Die frischen Wasabi-Wurzeln werden mit einer Haifischhaut-Reibe auf die Teller gegeben. Murases Lieblingsgericht bleibt jedoch das Sukiyaki, ein Wagyu-Rindfleischintopf mit Gemüse und einem pochierten Ei: eine raffinierte Speise, die sogar Sushi-Liebhaber bekehrt. Auf die Frage, inwieweit die hier angebotene Küche ihren Wurzeln treu bleibe, zögert Murase nicht mit der Antwort: «Zu 80%», sagt er. «Die gegenwärtige Offenheit gegenüber dieser Küche ist in Europa auf demselben Niveau

wie in New York vor dreissig Jahren. Es bleibt noch viel zu tun, um den Leuten diese Welt voll zugänglich zu machen.»

Während sich Sushi-Läden in den Strassen aneinanderreihen, findet man die wirklich kreativen Teller meist nur in Luxushotels. Es braucht zweifelsohne angemessene finanzielle Mittel, wenn man die Magier der Santoku-Messer, die sich in ihrem Heimatland während Jahrzehnten ausbilden lassen, nach Europa bringen will. Die bereits bestehende Infrastruktur in Luxushotels macht eine rasche Umsetzung möglich. So gibt es im Hotel President Wilson in Genf seit drei Jahren das japanisch inspirierte Restaurant Umami, wo Sternekoch Michel Roth mit seinem Team arbeitet. «In einem schönen Ambiente kleine Gerichte, die man sich teilt, zu essen, entspricht dem gegenwärtigen Zeitgeist», sagt er. «Zudem richtet sich der Markt hauptsächlich an eine asiatische Klientel. Wir bieten eine Küche, die ihnen bekannt ist, aber immer für einen kleinen Überraschungseffekt sorgt.» Daher liegt der Schwerpunkt dann auch auf dem Prinzip der Fusion verschiedener Geschmacksnuancen. Was dabei herauskommt, sind Gerichte wie gebratene Maki mit Fois gras (Umami, Genf) oder Camemberts-Unagi (Sushi Zen Palace, Lausanne). Ein atemberaubendes Spa war gestern, heute muss ein Hotel über ein japanisches Restaurant verfügen, um sein Prestige kundzutun. «Dies ist umso mehr der Fall», bestätigt Knut Schwander, Gastronomie-Journalist und Kritiker für den «GaultMillau»-Guide, «als dass diese Küche für eine internationale Kundschaft verbindend geworden ist, ohne zu starken



## ZWEI CHEFS

Dass japanische Restaurants zwei Küchenchefs haben, ist nicht ungewöhnlich. Auch im Megu in Gstaad haben gleich zwei Kreative das Sagen: Takumi Murase (links) ist für die warmen Gerichte zuständig, und Tsutomu Kugota kümmert sich um die rohen Speisen.



Geschmack und ohne dominantes Gewürz. Sogar das Rohe ist heute unverfänglich.» Die lokale Klientel der Luxushotels, die sich meist vom Hörensagen für einen Besuch entscheidet, schätzt den neuen Fitness-Aspekt dieser Küche, der einem Geschäftsessen wie auch einem romantischen Dinner eine gewisse Leichtigkeit verleiht: wenig Fett, keine Gluten, nur frische Zutaten – das alles auf einem geschmackvoll angerichteten Teller.

#### Schokolade zum Dessert

So eröffnet im Hotel Guarda Golf in Crans Montana diese Saison das neue Lokal Mizuki unter der Leitung des Restaurants Kakinuma und in Partnerschaft mit dem Ehepaar Shinya und Sho Kakinuma, das in Genf bereits bekannte Adressen betreibt. Aber keine Angst: Nach knusprigen Tempuras und Shabu-Shabu-Rindsbouillon gibt es zum Dessert durch und durch schweizerische Schokolade. Das Chedi in Andermatt wurde kürzlich vom «GaultMillau»-Guide zum «Hotel des Jahres» gekürt. Seine vorzügliche japanische Menükarte und dessen Sommelier Arman Jafri, welcher der erste offizielle Schweizer Experte für Sake ist, dürften ihren Beitrag dazu geleistet haben. Wen kümmert es da, wenn die Schweizer dennoch lieber ein Glas Chasselas zum hervorragenden Wakame-Hühnchen an Ponzu-Sauce haben möchten.

Was bleibt, ist ein gewisses Unverständnis unserer ungeübten Gaumen für die alles andere als bescheidenen Preise. In der Schweiz scheint man einen Thunfischbauch, der von einem Fischer nach allen Regeln der Kunst getötet und zerlegt wurde, nicht wirklich zu würdigen. Murase weist darauf hin, dass es in Japan üblich sei, drei Sorten Aal, Krabben oder Fischeier in einem Gericht zu servieren, damit der Feinschmecker die Nuancen

in Geschmack und Textur vergleichen kann. Wer die japanische Küche nicht gewohnt ist, dürfte damit seine Mühe haben. Während in der westlichen Küche viele Gewürze verwendet werden, ist in Japan das Gegenteil der Fall: Ein Produkt wird für seine Exzellenz und seine Seltenheit ausgewählt und danach so schonend und pur wie möglich zubereitet. Die ultimative Kunst liegt in der Kaiseki-Küche, die mit ihren zahlreichen kleinen Gerichten, die alle gleichzeitig serviert werden, eine kulinarische und fast spirituelle Erfahrung bietet. «Dafür haben die Leute hier aber keinen genügend ausgeprägten Geschmackssinn», bedauert Murase. Wer dies bezweifelt, kann den kurzen (und brillanten), auf Französisch verfassten Essay mit dem Titel «Fadé» (erschienen bei Argol) lesen, der letzten Sommer publiziert wurde. Die japanische Autorin Ryoko Sekiguchi, Tochter eines Küchenchefs, wertet darin den Begriff der Fadheit auf, der in der französischen Kultur oftmals mit weissem Reis oder Tofu in Verbindung gesetzt wird. Sie postuliert in ihrem Essay, dass es den reinen, puren Geschmack zu erforschen gilt, um so Sensibilität zurückzugewinnen und ein Reinheitsideal zu entwickeln. «Indem sie das «fadé» ablehnt», schreibt sie, «und daraus ein Synonym für Langeweile macht, zwingt die französische Gastronomie dazu, ein Universum an Reichtum und Dichte zu bewohnen. Unser Leben ist jedoch lang und in viele Momente nuanciert. Brauchen wir da nicht auch eine Gastronomie, die diskret unsere Melancholie begleitet, die sanft unsere Trauer zu lindern vermag? Die japanische Küche zwingt sich nicht mit einem Geschmacksspektakel auf, vielmehr gibt sie sich feinfühlig dem versteckten Geschmack einer jeden Zutat hin. Sie zwingt sich, dem Flüstern zu lauschen.» ☉

## Besuchenswerte Lokale



Im Umami in Genf wird diese Yuzu-Tarte mit Baiser serviert.

**Das Megu-Erlebnis:** spektakuläre Teller und aufwendige, stilvolle Deko (16 «GaultMillau»-Punkte). Megu, The Alpina, Alpinastrasse 23, Gstaad, [www.thealpinagstaad.ch](http://www.thealpinagstaad.ch)

**Nikkei-Küche,** die ihren Ursprung bei den japanischen Einwanderern in Lateinamerika hat. Izumi, Hôtel des Bergues, Quai des Bergues 33, Genf, [www.fourseasons.com](http://www.fourseasons.com)

**Französisch inspirierte japanische Küche** vom Sternekoch Michel Roth. Umami, Hotel President Wilson, Quai Wilson 47, Genf, [www.hotelpresidentwilson.com](http://www.hotelpresidentwilson.com)

**Eine Reise ins Herzen Japans** in einem traditionellen Restaurant und Hotel. Ryokan Hasenberg-Usagiya, Hasenbergstrasse 74, Widen, [www.hotel-hasenberg.ch](http://www.hotel-hasenberg.ch)

**16 «GaultMillau»-Punkte** und der einzige Schweizer Sake-Sommelier. Chedi, Andermatt, Gotthardstrasse 4, Andermatt, [www.ghmhotels.com](http://www.ghmhotels.com)

**Sushi und Salate** am Mittag, alles frisch zubereitet. Miyako, Beau Rivage Palace, Chemin de Beau-Rivage 21, Lausanne, [www.brp.ch](http://www.brp.ch)

**Eröffnet diesen Dezember:** Hochwertige japanische Küche. Mizuki, Guarda Golf Hotel et Résidences, Route des Zirès 14, Crans Montana, [www.hotelguardagolf.com](http://www.hotelguardagolf.com)

**Gerichte vom berühmten Küchenchef Nobu Matsuhisa,** nur im Winter geöffnet. La Coupole-Matsuhisa, Badrutt Palace, Via Serlas 27, St. Moritz, [www.badruttspalace.com](http://www.badruttspalace.com)

ANZEIGE

CREDIT SUISSE 



«Mit meinem beruflichen Erfolg wächst das Vermögen.»

Credit Suisse Finanzplanung  
Für alles, was kommt.

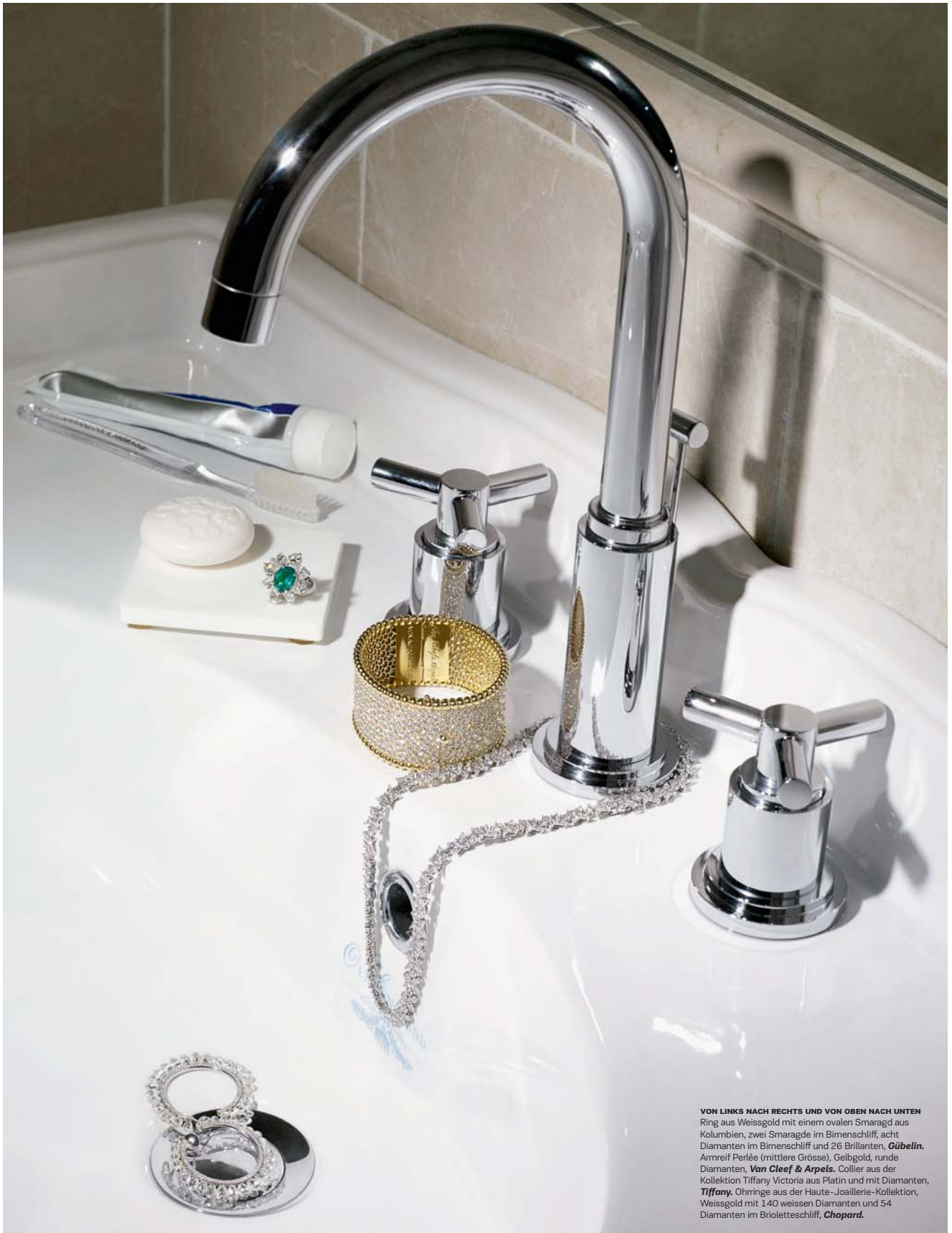
[credit-suisse.com/finanzplanung](http://credit-suisse.com/finanzplanung)



VON LINKS NACH RECHTS UND VON OBEN NACH UNTEN  
Slippers Sloane mit weissen und schwarzen Federn, **Jimmy Choo Men**. Baguette-Bag aus Python, **Fendi**.  
Sonnenbrille mit Kette, **Stella McCartney**. Tasche  
Double T aus weissem Pelz (Fuchs und Nerz) mit  
Pompoms, **Tod's**, Pumps aus Leder mit Zebromuster,  
**Gucci**. Lampe aus Plexiglas, Privat.

# OBJEKTE DER BEGIERDE





VON LINKS NACH RECHTS UND VON OBEN NACH UNTEN  
 Ring aus Weissgold mit einem ovalen Smaragd aus Kolumbien, zwei Smaragde im Birnenschliff, acht Diamanten im Birnenschliff und 26 Brillanten, **Gübelin**. Armreif Perlée (mittlere Grösse), Gelbgold, runde Diamanten, **Van Cleef & Arpels**. Collier aus der Kollektion Tiffany Victoria aus Platin und mit Diamanten, **Tiffany**. Ohrhinge aus der Haute-Joallerie-Kollektion, Weissgold mit 140 weissen Diamanten und 54 Diamanten im Briolleteschliff, **Chopard**.

MANCHMAL BRAUCHT ES NUR EIN PAAR  
 GLAMOURÖSE ACCESSOIRES, UND  
 PLÖTZLICH ERSTRAHLT DER ALLTAG IN  
 EINEM GANZ BESONDEREN GLANZ.

FOTOS HUGO MAPELLI STYLING MATHILDE CAMPS



VON LINKS NACH RECHTS UND VON OBEN NACH UNTEN  
 Uhr La Mini D de Dior, Quarzwerk, Weissgold, Lünette,  
 Zifferblatt, Krone und Dornschiessle mit Diamanten, **Dior**  
**Horlogerie**. Uhr Big Bang Black Fluo Yellow, Auto-  
 matikwerk, Stahlgehäuse und Zifferblatt mit schwarzen  
 Diamanten, Lünette mit gelben Saphiren besetzt, **Hublot**.  
 Uhr Symphonette, Quarzwerk, Stahl, Zifferblatt mit  
 Diamanten besetzt, **Longines**. Uhr Millenary, Handaufzug,  
 Graugold, mit Brillanten, Krone mit einem Onyx-Cabochon,  
 Zifferblatt mit einem Zebramotiv mit Onyxen und Brillanten,  
 Armband aus Alligatorenleder, **Audemars Piguet**. Uhr  
 Master Ultra Thin Date, Roségold, Automatikwerk,  
**Jaeger-LeCoultre für Bucherer Blue Editions**.





VON LINKS NACH RECHTS UND VON OBEN NACH UNTEN  
 Bomberjacke, Privat. Lederstiefeletten mit  
 Reisverschluss und metallischem Absatz, **Versace**.  
 Herrentasche Messenger Bag XL aus Kalbsleder, **Kenzo**  
**Men**. Derby Norvège aus Kalbsleder mit schwarzem Nerz,  
**Hermès**. Tasche 14#01 Half Moon, kobaltblaues  
 Veloursleder, **Paco Rabanne**. Handschuhe aus Python,  
**Givenchy Homme by Ricardo Tisci**.

VIELEN DANK AN: DAS HOTEL UND SPA LA BELLE JULIETTE IN PARIS FÜR  
 DIE NETTE ZUSAMMENARBEIT. WWW.HOTEL-BELLE-JULIETTE-PARIS.COM  
 FOTO-ASSISTENZ CORINNE MULTRELLE ART DIRECTOR GÉRALDINE DURA  
 BILDPRODUKTION SOPHIE PERRAUDIN VIELEN DANK AN PHILIPPE BIANCOTTO.



Rottöne sorgen diesen Winter für einen glamourösen Look.

# Alles auf Rot

DIE FEURIGE FARBE TRÄGT MAN NICHT WIE ÜBLICH AUF NÄGELN UND LIPPEN, SONDERN AUF AUGENLIDERN UND WIMPERN – DENN DIESEN HERBST IST ALLES MÖGLICH.

TEXT SILVIA AESCHBACH

**T**RADITIONELLERWEISE SETZT die Beauty-Branche bei ihren Herbst-Winter-Kollektionen auf die verschiedensten Rottöne. Die diversen Schattierungen sollen der Trägerin Glamour und eine erotische Ausstrahlung verleihen, dies besonders an den Festtagen. Auch in dieser Saison hält die feurigste aller Farben fulminant Einzug. Allerdings nicht nur wie gewohnt auf Lippen, Wangen und Nägeln aufgetragen – Rot wird man nun auch auf Augenlidern und Wimpern sehen. So hat Chanel mit Les 4 Ombres Candeur et Expérience eine Lidschatten-Palette entwickelt, die dank sanften, erdigen Rot- und Orangetönen auch am Tag getragen werden kann, ohne dass die Augen verweint aussehen. «Im Augennern ein helles Beige auftragen, direkt über der Pupille roten Lidschatten und mit einem dunkleren Braun den äusseren Winkel betonen und gut verblenden», rät die Visagistin Jennifer Röhrig. Mac, bei Make-up-Farben schon immer Vorreiter, will mit dem roten Eyeliner Chromagraphic Pencil Basic Red vor allem grünen und blauen Augen mehr Ausdruck verleihen. Der rote Lidstrich steht dann auch am besten für sich alleine. Zusammen mit einem dezenten Make-up und tiefschwarzen Wimpern wird so ein Kontrast gesetzt. Avantgardistisch sieht Giorgio Armani die Winterfrau. Sie soll ihre Wimpernspitzen rot tuschen: Die Mascara Eccentrico Rouge Iron wird als letzter Schritt verwendet.

Die Farbe Rot ist das älteste und am vielfältigsten benutzte Make-up-Item. Schon vor Tausenden von Jahren schmückten die Frauen so ihre Lippen, Wangen und Nägel.

Warum aber ist diese Farbe so populär? Und was hat Generationen rund um den Globus dazu verführt, sich mit Rot zu verschönern? Sicher ist, dass rosa Wangen eine sexuelle Ausstrahlung haben und Jugend, Gesundheit und Fruchtbarkeit implizieren. «Rot ist die Farbe des Lebens und des Blutes. Ich liebe Rot», sagte schon Coco Chanel. Und Sophia Loren schwärmte: «Was Rot für deinen Geist tun kann, kann es auch fürs Gesicht.» Mit anderen Worten: Rot steht für Wachheit, Lebensfreude und Ausstrahlung. In ihrem Buch «Face Paint – The Story of Make-up», das kürzlich auch auf Deutsch erschienen ist, erzählt die britische Visagistin Lisa Eldridge, welche Bedeutung die Farbe Rot in der Schönheitgeschichte hat: «Auch wenn Rot in den unterschiedlichsten Kulturen eine andere Aussage hat, steht sie überall für Leidenschaft, Liebe, Jugend, und Gesundheit.» In den östlichen Kulturen ist Rot so auch Symbol von Glück. Darum tragen die Bräute in China, Indien und Vietnam traditionell Rot für ihre Hochzeit. Eine theatralische Komponente hat die Farbe in der chinesischen Oper und im japanischen Kabuki. Offensichtlich hat es hier eine ganz andere Bedeutung: Es steht für Blut, Gefahr und Revolution. Das erste Rouge war laut Eldridge eine Mischung aus roten Ockerpigmenten, die mit Eisen, Tierfett und/oder Öl gemischt und dann auf die Wangen und den Mund getupft wurde.

Wer heute Rot trägt, sollte übrigens ein makelloses Hautbild haben. Unreinheiten, Äderchen, Rötungen und Augenschatten sollten mit Concealer und Foundation komplett abgedeckt werden, sonst wirkt man leicht krank. Und das will bekanntlich keine Frau. ☹



Mascara Eccentrico «Rouge Iron», **Giorgio Armani**. Art Stick «Sunset Orange» (für Wangen und Lippen), **Bobbi Brown**. Lidschatten «Ruddy», **Mac**. Lidschatten-Palette Les 4 Ombres «Candeur et Expérience», **Chanel**. Lidschatten «Fusion», **Diorshow**.



# Die Mechanik der Macht

VOR DEN PRÄSIDENTSCHAFTSWAHLEN SIND ALLE BLICKE AUF DIE KANDIDATEN GERICHTET. BEWERTET WERDEN NICHT NUR IHRE AUSSAGEN, SONDERN AUCH IHR OUTFIT SAMT UHR.

TEXT MATHILDE BINETRY

**A**NGEBLICH LIESS SICH Bill Clinton während seiner Zeit als Präsident den Hemdärmel auf der Seite, wo er seine Uhr trug, jeweils kürzen, damit man den Zeitmesser gut sehen konnte. Hillary Clinton hat das nicht nötig: Die Zeitmesser der Präsidentschaftskandidatin sind unter ihren Armani-Jacken mühelos zu sehen. An ihrem Handgelenk waren schon eine *Panthere* von Cartier, eine *Rolex Datejust* und kürzlich eine *J12* von Chanel zu sehen. Eine Wahl, die ihren klassischen Look, bestehend aus Hosenanzug, Haarreifen und Perlenkette, aufpeppt und zeigt, dass es der Kandidatin nicht an modischem Flair fehlt. In den USA, aber auch in anderen Ländern wird der Stil der jeweiligen Präsidentschaftskandidaten ganz genau begutachtet: die Kleidung, das Aussehen – und der Schmuck. Der Republikaner Donald Trump trägt mehrheitlich lange Ärmel, was es schwierig macht, zu sehen, was er für eine Uhr anhat. Man munkelt, dass er ein Modell von Rolex oder eine Patek Philippe Ellipse trägt. Sicher ist nur: Der Kandidat ist vielmehr für seine provokativen Auftritte und Aussagen bekannt als für seinen guten Geschmack, was Uhren angeht. 2005 lancierte Trump zusammen mit dem Kaufhaus Macy's die *Trump Signature* – eine nicht ganz gelungene Mischung aus einer Rolex und einer Uhr von Cartier. Das Modell hat weder bei den Kunden noch in der Uhrenbranche einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen.

### Modelle der Zeitgeschichte

Hinter einer Uhr steckt auch immer eine Geschichte: Vor seinem Präsidentenamt trug Barack Obama eine TAG Heuer *Series 1500 Two-Tone Driver*, die er zu seinem Juradiplom erhalten hatte. Zu seinem 46. Geburtstag haben ihm seine Bodyguards eine Jorg Gray mit der Inschrift «Secret Service» geschenkt – ein in China produziertes Modell, das ein japanisches Uhrwerk hat. Eine gute Werbung für den Brand, der bis anhin der breiten Masse weniger bekannt war.

Der ehemalige französische Präsident Jacques Chirac bevorzugte beispielsweise markante Modelle wie die *Pasha* von Cartier. Fidel Castro stellte seine Rolexmodelle immer schön zur Schau, so trug er oft gleich zwei Exemplare am Handgelenk – zum Beispiel eine *Submariner* und eine *GMT Master 6542*. Man sagt, der einstige Machthaber Kubas wollte immer wissen, wie spät es im Kreml war, und seine *Rolex Espresso GMT Master 1665* habe er von Che Guevara geschenkt bekommen. John F. Kennedy trug stets eine Omega am Handgelenk, sie war ein Geschenk seines Freundes Grant Stockdale, der noch vor Kennedys Wahl die Inschrift «Für den Präsidenten der Vereinigten Staaten John F. Kennedy von seinem Freund Grant» eingravieren liess.

Seit Harry S. Truman 1945 zum Präsidenten gewählt wurde, erhält jeder gewählte Staatsmann in den USA ein Modell mit einer Weckerfunktion der Marke Vulcain. So existieren denn auch viele Anekdoten bezüglich dieser Uhr. Lyndon B. Johnson war ein grosses Fan der Marke. In seiner politischen Karriere hat er mehr als 200 Stück des *Cricket*-Modells verschenkt. Als er anlässlich eines UNO-Gipfels in Genf weilte, gab der Amerikaner gar den Auftrag, alle in der Stadt verfügbaren Vulcain-Uhren zu kaufen. Ein Dankesbrief an das Uhrenunternehmen zeugt von dieser Leidenschaft für das Modell. Dwight D. Eisenhower besass dieselbe Uhr bereits vor seiner Amtszeit. Während einer wichtigen Sitzung wurde Eisenhower vom Wecker seiner Uhr unterbrochen, was unter den anwesenden Journalisten für Gelächter sorgte. Nur der Secret Service, der beim Alarm des Weckers glaubte, den Mechanismus einer Bombe zu hören, war ob des Zeitmessers weniger erfreut. ☉



HILLARY CLINTON: CHANEL



BARACK OBAMA: TAG HEUER



BILL CLINTON: VULCAIN



RICHARD NIXON: VULCAIN



FOTOS: ALEX WONG/GETTY IMAGES, CHANEL, ROBERT WALLET/RALEDIENNEWS & OBSERVER/ACCT VIA GETTY IMAGES, PO LA TIMES

ENCORE | SCHMUCK 2016



FÜR SIE, FÜR IHN

# Federleicht

DAUNEN SORGEN FÜR EINEN HEISSEN LOOK – FARBEN UND FORMEN SIND DABEI KEINE GRENZEN GESETZT.

AUSWAHL GLORIA KARTHAN



ENCORE! | SCHMUCK 2016

20



1. Pullover aus Merinowolle, **Markus Lupfer**, ca. 300 Fr.  
 2. Daunenweste aus Gänsefedern, **Moncler**, ca. 800 Fr. 3. Goldring mit Diamanten, **Ina Beissner**, ca. 820 Fr.  
 4. Plisseejupe, **By Malene Birger**, 560 Fr.  
 5. Ohrhinge aus vergoldetem Silber, **Aurate New York**, ca. 250 Fr. 6. Ledertasche, **Saint Laurent**, ca. 1.600 Fr. 7. Eau de Parfum «Tangier Vanille», **Aerin**, 100 ml, 200 Fr. 8. Slip-Ons aus Rindsleder, **Swear London**, 220 Fr.

1. Jacke mit Daunen und Federn, **Hilfiger Denim**, 270 Fr.  
 2. T-Shirt aus Baumwolle, **Lanvin**, 330 Fr. 3. Eau de Toilette «Strictly Night», **Jil Sander**, 60 ml, ca. 70 Fr.  
 4. Wollmütze, **Marni**, ca. 135 Fr.  
 5. Jogginghose aus Baumwolle, **Maison Margiela**, 380 Fr.  
 6. Uhr «Eliros Moonphase», **Maurice Lacroix**, 750 Fr. 7. Schuhe aus Veloursleder, **Kiomi**, 90 Fr.

FOTOS: PD, BERNHARD DECKERT, STEEN EVALD, RON GOLDSTEIN, JO ZARTH



# Grosse Küche aus einem kleinen Land

**FANCY FOOD**


VON **HANSPETER  
EGGENBERGER**

In Szenelokalen liegt seit Neuestem die moderne israelische beziehungsweise jüdische Küche im Trend. Im Mogg & Melzer in Berlin, im Else in Paris ebenso wie im Maxie Eisen in Frankfurt und im Gartenhof in Zürich. Dabei geht es nicht um die koschere Küche orthodoxer Juden – gute Küche ist weder religiös noch ideologisch.

Was hat denn das relativ junge und kleine Land Israel – mit etwa gleich vielen Einwohnern wie die Schweiz auf kleinerer Fläche – für eine Küche? Eine äusserst vielfältige. Einerseits durch die geografische Lage – am Mittelmeer, im arabischen Raum –, andererseits durch die Herkunft seiner Bewohner, die aus den verschiedensten Ländern Europas und der übrigen Welt hingezogen sind. «Nach dem Zweiten Weltkrieg hat jede Mutter ihre Kultur nach Israel gebracht. Deutsche, Wiener, rumänische, türkische, marokkanische Juden. Alle haben ihr Essen mitgebracht», erklärt Haya Molcho in einem Interview im Magazin «Stern», deren Eltern aus Rumänien nach Israel gezogen sind. «Heute kombinieren wir diese Weltküche.»

Molcho hat mit ihrem Mann, dem weltbekannten Pantomimen Samy Molcho, nicht nur in Israel, sondern auch in Deutschland,



Indien, China und Marokko gelebt: «Samy war auf den Bühnen und ich in den Küchen.» Heute führt die studierte Psychologin zusammen mit ihren vier Söhnen ein kleines Gastroimperium, zu dem die Neni-Restaurants in Wien, Berlin, Hamburg und Zürich gehören. Die Karten ihrer Restaurants und ihre Kochbücher präsentieren Israels Weltküche – von Maschuscha (israelischer Kichererbsensalat) über per-

sischen Reis mit Safranhuhn und karamellisierte Auberginen bis zu Peanutbutter-Fudge-Brownies. «Die jüdische Küche ist eine wundervolle Fusion-Küche», sagt die New Yorker Köchin Leah Koenig, die kürzlich das Buch «Die moderne jüdische Küche» veröffentlichte, in der «Frankfurter Allgemeinen»: «Die wirklich spannenden und modernen Entwicklungen finden in einem nicht koscheren Kontext statt.»

Im Else in Paris wird Ceviche mit Sellerie, Fenchel, Tomaten, griechischen Oliven, Sumach und Joghurt serviert.

## ADRESSEN

**AERIN**

www.aerin.com

**AUDEMARS PIGUET**

www.audemarspiguat.com

**AURATE NEW YORK**

www.auratenyork.com

**BALENCIAGA**

www.balenciaga.com

**BY MALENE BIRGER**

www.bymalenebirger.com

**CHANEL**

www.chanel.com

**CHOPARD**

www.chopard.com

**DIOR**

www.dior.com

**FENDI**

www.fendi.com

**GIVENCHY**

www.givenchy.com

**GÜBELIN**

www.gubelin.com

**HERMÈS**

www.hermes.com

**HILFIGER DENIM & KIOMI**

Bei www.zalando.ch

**HUBLLOT**

www.hublot.com

**INA BEISSNER**

www.inabeissner.com

**JAEGER-LECOULTRE  
FÜR BUCHERER BLUE  
EDITIONS**

www.bucherer.com

www.jaeger-lecoultre.com

**JIMMY CHOO**

www.jimmychoo.com

**KENZO**

www.kenzo.com

**LANVIN & MAISON MARGIELA**

Bei www.mrporter.com

**LONGINES**

www.longines.ch

**LOUIS VUITTON**

www.louisvuitton.com

**MARKUS LUPFER**

www.markuslupfer.com

**MARNI**

www.marni.com

**MAURICE LACROIX**

www.mauricelacroix.com

**MIU MIU**

www.miumiu.com

**MONCLER & SWEAR LONDON**

Bei www.farfetch.com

**PACO RABANNE**

www.pacorabanne.com

**PIAGET**

www.piaget.ch

**SAINT LAURENT**

www.ysl.com

**STELLA MCCARTNEY**

www.stellamccartney.com

**TIFFANY**

www.tiffany.com

**TOD'S**

www.tods.com

**VAN CLEEF & ARPELS**

www.vancleefarpels.com

**VERSACE**

www.versace.com

## VIELEN DANK



Dunkle Holzböden und hochwertige Design- und Vintagemöbel: Ein Flügel des Pariser Hotels La Belle Juliette erstrahlt in neuem Glanz. Designerin Anne Gelbard liess sich dafür von der Kunstmäzenin des 18. und 19. Jahrhunderts, Julie Récamier, inspirieren – und verlieh dem Interieur dennoch einen modernen Touch. Im Pariser Hotel sind die Bilder unserer Modestrecke entstanden, wir danken dem Hotel für die nette Zusammenarbeit.

Rue du Cherche Midi 92, Paris, www.hotel-belle-juliette-paris.com



# Chantal Thomass

SINNLICH UND ELEGANT – DAS IST DIE WELT DER FRANZÖSISCHEN LINGERIEDESIGNERIN. UND GLAMOUR HAUCHT SIE NICHT NUR IHREN EIGENEN KREATIONEN EIN.

TEXT TANJA URSOLEO



**D**ER SCHWARZE Pony ist seit Jahren Chantal Thomass' Markenzeichen. Genauso wie ihre verführerischen Entwürfe für ihre gleichnamige Lingeriekollektion. Ihre Karriere startete Thomass in den 1960er-Jahren, schnell hat sie sich in der Modebranche durch ihren kreativen und innovativen Ansatz einen Namen gemacht. Heute arbeitet sie mit diversen Marken zusammen, zurzeit ist sie zudem als Art Director für das neue Stück «Dessous Dessus», das bis Ende Dezember im legendären Pariser Kabarett Crazy Horse läuft, tätig.

**Sie sind in der Jury des Grand Prix de l'Horlogerie de Genève. Hat Sie eine Uhr besonders beeindruckt?**  
Die Big Bang Impact Bang von Hublot. Ich bin zwar keine Uhrenexpertin, aber fasziniert von der komplexen Technik, die dahintersteckt. Mein Mann ist ein Uhrenliebhaber, er hat mir viel darüber beigebracht. Ich selber achte vor allem auf das Aussehen der Modelle. Meine **J12 (2)** von Chanel lege ich nie ab.

**Sie haben auch mit dem Funktionswäsche-Hersteller Damart gearbeitet. Eine überraschende Kollaboration.**  
Ja, Funktionskleidung ist nicht unbedingt schön oder sexy. Die Herausforderung war es, **Kollektionsstücke (8)** zu entwerfen, die sinnlich sind und zugleich warm halten.

**Welches Designobjekt haben Sie sich zuletzt gekauft?**  
Einen riesigen Sessel von Gaetano Pesce für B&B Italia, den **La Mama Chair (3)**. Ich habe eine Schwäche für Sessel, leider habe ich zu wenig Platz für alle, die ich kaufe. Ich mag funktionelle Designstücke, mit Deko kann ich nichts anfangen.

**Und mit Blumen?**  
Ich liebe Gartensträuße, die je nach Saison anders sind. Vor allem Garten- und **Pfingstrosen (1)** mag ich.

**Wohin reisen Sie gerne?**  
Am liebsten bereise ich asiatische Metropolen wie **Singapur (4)**. Asien ist

dynamisch. Es herrscht eine inspirierende Atmosphäre, die ich so in Europa oder den USA heute nicht mehr erlebe.

**Gibt es auch eine Person, die Sie inspiriert?**  
Frauen wie die Schauspielerinnen **Sarah Bernhardt (6)** und Marlene Dietrich oder Designerin Coco Chanel prägen mich. Für meinen Haarschnitt, den ich seit 1975 trage und der wie ein Accessoire für mich ist, hat mich die Schauspielerin Louise Brooks inspiriert.

**Was tragen Sie stets bei sich?**  
Meinen Lippenstift **Russian Red (5)** von Mac. Sonst ungeschminkt aus dem Haus zu gehen, macht mir nichts aus. Ich trage auch wenig Schmuck, aber Lippenstift darf nie fehlen.

**Sie leben in Paris. Wo essen Sie gerne?**  
Im Café des **Hôtel Costes (7)**. Man kann auf der Terrasse essen und rauchen, sogar im Winter! ☺



# Hotelcard – das Halbtax für Hotels

## Entdecken Sie die schönsten Hotels der Schweiz mit 50% Rabatt!



**Zehntausende Schweizer Wanderer und Outdoor-Sportler, aber auch Geniesser und Erholungssuchende, buchen ihre Hotels nur noch mit der Hotelcard. Denn mit dem Halbtax für Hotels übernachten sie in hunderten Top-Hotels in den schönsten Regionen zum ½ Preis. Das Sparpotenzial ist enorm, denn mit der Hotelcard kann man beliebig oft mit 50% Rabatt im Hotel übernachten.**

Wandern Sie im Sonnenschein von Kandersteg über das 2'778 Meter hohe Hohtürli auf die Griesalp und geniessen Sie unterwegs das Gletschereis und den spektakulären Oeschinensee. Besteigen Sie in der Albigna Region im Bergell die bizarre und legendäre Fiamma. Oder blicken Sie auf 1'800 Metern über Meer in der Ferienrepublik Saas-Fee

hinauf auf das atemberaubende Panorama des Allalin-Gletschers. Die Schweiz hat in jeder Hinsicht viel zu bieten – dank Hotelcard finden Sie überall die passenden Hotels zum ½ Preis!

### Hunderte Hotels buchbar

Machen Sie Ihren Aufenthalt unvergesslich und verlängern Sie Ihr Erlebnis mit einem Hotelbesuch in einem von unseren über 600 Top-Hotels. Mit der Hotelcard residieren Sie in allen Hotels auf [www.hotelcard.ch](http://www.hotelcard.ch) zum ½ Preis und zwar wann, wo und so oft Sie möchten. Den Kaufpreis der Karte haben Sie oft schon nach der ersten Übernachtung amortisiert.

### Das Konzept funktioniert

Die Idee zur Hotelcard basiert auf dem Halbtax-Abo der SBB. Die Hotelcard AG hat diese vor sieben Jahren mit grossem Erfolg

auf die Hotellerie übertragen. Das Konzept überzeugt durch seine einfache Handhabung: Auf [www.hotelcard.ch](http://www.hotelcard.ch) das passende Hotel finden, die Buchungsanfrage absenden und beim Check-In im Hotel die Hotelcard vorweisen – drei Schritte zum Ferienglück mit 50% Rabatt.

### Gast und Hotel profitieren

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

### Hohe Verfügbarkeit

Die Hotels garantieren höchst mögliche Disponibilität. Die durchschnittliche Verfügbarkeit von Zimmern zum ½ Preis liegt bei beeindruckenden 75% und

wird täglich überprüft. Ein Tipp: Je früher Sie buchen, desto grösser sind Auswahl und Verfügbarkeit der Hotels. Reservierungen sind bis zu 365 Tage im Voraus möglich. Die Hotelcard kann während ihrer Gültigkeit beliebig oft eingesetzt werden.

### Reicht für zwei Personen

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

### Wundervolle Geschenkieide

Umgehen Sie dieses Jahr das stressige, vorweihnachtliche Besorgen von Last-Minute Geschenken und bestellen Sie für Ihre Freunde, Verwandten

und Bekannten schon heute die Hotelcard: einfach, bequem und schnell! Denn das Halbtax für Hotels ist nicht nur im persönlichen Gebrauch, sondern auch als Geschenk äusserst beliebt. Mit der Hotelcard übernachten die beschenkte Person ein ganzes Jahr lang in hunderten Top-Hotels zum ½ Preis – und zwar wann, wo und so oft sie möchte. Die Hotelcard ist ein ganz besonderes Geschenk, ideal für ganz besondere Menschen.

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

Wenn Sie Ihre persönliche Hotelcard bis zum 22. Dezember 2016 bestellen, profitieren Sie nicht nur von attraktiven Rabatten, sondern erhalten kostenlos gleich noch eine zweite Hotelcard zum Weiterschicken dazu.

## Das sind nur vier von über 600 Hotels zum ½ Preis:

★★★★

### Romantik Hotel Schweizerhof

Grindelwald | Berner Oberland



Doppelzimmer nord inkl. Frühstück ab

CHF **290.-** statt CHF 580.- (pro Zimmer)

★★★★

### Schloss-Hotel

Merlischachen | Zentralschweiz



Deluxe-Zimmer inkl. Frühstück ab

CHF **156.-** statt CHF 312.- (pro Zimmer)

★★★★

### Sorell Hotel Tamina

Bad Ragaz | Ostschweiz



Doppelzimmer Superior inkl. Frühstück ab

CHF **150.-** statt CHF 300.- (pro Zimmer)

★★★

### Hotel Marmotte

Saas-Fee | Wallis



Doppelzimmer inkl. Frühstück ab

CHF **80.-** statt CHF 160.- (pro Zimmer)

### Die Vorteile der Hotelcard:

- 50% Rabatt in hunderten Top-Hotels in der Schweiz und im angrenzenden Ausland.
- Die Hotels sind im Schnitt an 75% der Tage zum ½ Preis verfügbar.
- Die Hotelcard amortisiert sich bei der ersten oder zweiten Übernachtung.
- Bestpreis-Garantie in sämtlichen Hotels.
- Um ein Doppelzimmer zu buchen, genügt eine Hotelcard.
- Beliebiger oft einsetzbar.

CHF **79.-**  
statt CHF 95.-

+ 1 Hotelcard zum Weiterschicken gratis

🌐 [www.hotelcard.ch/encore](http://www.hotelcard.ch/encore)  
☎ 0800 083 083 (Rabattcode *encore07* angeben)

# BLACK BAY

EDELSTAHLGEHÄUSE  
DURCHMESSER 41 MM  
WASSERDICHT BIS 200 METER  
MANUFAKTURWERK

Ästhetisches Erbe neu interpretiert. Die markanten Gestaltungsmerkmale, die einst zum Ruf der historischen Taucheruhren von TUDOR beitrugen, fließen in eine wahrhaft zeitgemäße Armbanduhr mit Vintage-Charakter ein.



Manufakturwerk TUDOR MT5602. Das Uhrwerk verfügt über eine Gangreserve von circa 70 Stunden, wird von einem Oszillator mit variabler Trägheit mit einer Siliziumfeder reguliert und wurde vom Schweizer Prüfinstitut *Contrôle Officiel Suisse des Chronomètres* (COSC) offiziell zertifiziert.

#TUDORWATCH  
TUDORWATCH.COM



# TUDOR