

encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

INTERVIEW
Laurent Ballesta
über mystische
Weltmeere

SAGA
Ein Jahrhundert
Sonnenschutz

SIZILIEN
WO DER
GENUSS
WOHNT

Sommer
Starke Bademode
für eine sportliche
Figur am Strand

JUNI 2016

SonntagsZeitung

BOSS

HUGO BOSS

SUCCESS ISN'T BORN. IT'S MADE.



BOSS BOTTLED UNLIMITED
#SUCCESSISMADE

hugoboss.com

MANOR

instore | online | mobile



Laurent Ballesta erforscht die Weltmeere, S. 12.



Schützend: Die Geschichte der Sonnencreme, S. 10.



Ferien auf einem sizilianischen Weingut, S. 20.

Sommer | Juni 2016

THEMEN

6 Mode

Die Erfolgsgeschichte von Melissa Odabash

7 Trend

Schönheit aus der Sprühdose

8 Savoir-faire

Kulinarische Couture à la Chanel in Rom

16 Shooting

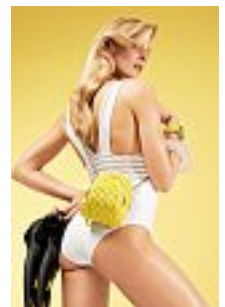
Starke Bademode für Athletinnen

RUBRIKEN

4 Favoriten 22 Die genussvolle Welt des «Grand Hotel Les Trois Rois»-Sternkochs Peter Knogl



Bikini Delicious Comic, Eres. Armband Maya, Aurélie Bidermann. Strandtuch Après le Surf, Hermès. Springseil, Excellerator. Uhr Petite Promesse, Quarz-Uhrwerk, Baume & Mercier.



COVER

Uhr I.N.O.X. Professional Diver, Victorinox. Badeanzug, La Perla. Rucksack, Miu Miu. Armreifen Constellation, Hermès. Flossen, Cressi.

Fotos

Kipling Phillips

Styling

Victoria Steiner @Style Council

Vorfreude auf die schönste Zeit

KEIN BEAUTYPRODUKT verfügt für mich über einen anziehenderen Duft als Sonnencreme. Wohlriechend, sinnlich und schmeichelnd steckt sie voller Erinnerungen, aber auch voller Versprechungen: Die ersten Skiabfahrten, ich dick eingecremt mit einer Schicht Piz Buin. Das Kokosöl ohne jeglichen Sonnenschutz, welches mir als Teenager den Sonnenbrand meines Lebens bescherte – aber köstlich roch. Das kühlende Après-Soleil, das mir mein Vater nach einer langen Wanderung auf die verbrannten Schultern strich, und das verhinderte, dass sich meine Haut am nächsten Tag schälte wie bei einer Schlange. Und nicht zu vergessen das Produkt, das die eigene



Silvia Aeschbach, Chefredaktorin deutschsprachige Ausgabe encore!

Sonnenbräune vertieft, sodass ich nach drei Tagen Ferien schon super erholt aussah. Wenn ich jetzt im Frühsommer zum ersten Mal an der geöffneten Tube meines Lieblingssonnenschutzes rieche, holen mich alle diese Erinnerungen ein, und ich spüre ein leises Kribbeln der Vorfreude. Was wird wohl diesen Sommer alles passieren? Wird meine gebräunte Haut gestreichelt und geküsst werden, in welche fernen Länder wird mich mein Sonnenschutz begleiten, wann werde ich zum ersten Mal die blonden Härchen auf meinen braun gebrannten Armen bewundern? Was sicher ist: Die Zeit der Sonnenbrände ist definitiv vorbei. Was die anderen Fragen betrifft: Sie lassen sich erst in ein paar Wochen beantworten. Bis dahin wünsche ich Ihnen einen wunderschönen Sommeranfang!



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

encore! ist die monatlich erscheinende Beilage von Le Matin Dimanche und Sonntagszeitung. Adressen: Tamedia Publications romandes, encore!, Avenue de la Gare 39, Case postale 615, 1001 Lausanne, Tamedia AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich Herausgeberin: Tamedia Publications romandes SA, 33, av. de la Gare, 1001 Lausanne Leiter Tamedia Publications romandes: Serge Raymond Verlagsleitung: Thierry Furrer Chefredaktion: Renata Libal (verantwortlich), Silvia Aeschbach (deutschsprachige Ausgabe) Produktion: Ilaria Longo Redaktion: Leonie Vollenweider Layout: Géraldine Dura (Art Direction) Bild: Sophie Perraudin Mitarbeiter dieser Ausgabe: Julien Caloz (Sportcenter), Laurent Delaloye, Renzo Stroschio, Pierre Thomas Fotos: Kipling Phillips Styling: Victoria Steiner @Style Council Illustration: André Gottschalk Grafisches Konzept: Ariel Cepeda Produktion französisch: Loyse Pahud Übersetzung und Überarbeitung: Ilaria Longo, Nadine Lea Mischler, Beatrice Schönhaus, 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.zuerich@tamedia.ch; Werbung Deutschschweiz: Tamedia Publications romandes SA, Werdstrasse 21, 8021 Zürich, Telefon 044 251 35 75, Fax 044 251 35 38, publicite.zuerich@tamedia.ch, www.mytamedia.ch, Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen (nach Art. 322 STGB), CIL Centre d'Impression Lausanne SA, homegate AG, ImmoStreet.ch S.A., LC Lausanne-cités SA, Société de Publications Nouvelles SPN SA; Alle Rechte vorbehalten. Gemäss den geltenden Bestimmungen des Urheberrechts sowie dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb ist ohne die schriftliche Genehmigung des Verfassers jegliche Art von Nachdruck, Reproduktion oder Vervielfältigung der Redaktionsteile oder der Anzeigen sowie jegliche Wiederverwendung derselben auf optischen, elektronischen oder sonstigen Datenträgern strengstens untersagt, sei es zu Teilen oder als Ganzes, in Verbindung mit anderen Werken oder Dienstleistungen oder allein. Unter dieses Verbot fällt ebenfalls die gesamthafte oder partielle Nutzung der Anzeigen durch unbefugte Dritte, insbesondere auf Onlinediensten.

FOTOS: LAURENT BALLESTA - BLANCPAIN, WALLACE G. LEVISON/THE LIFE PICTURE COLLECTION/GETTY IMAGES, ALESSANDRO MOGGI, CHRISTIAN DIETRICH



Ein Bild aus der Wolford-Serie, 1995 von Helmut Newton fotografiert.

AUSSTELLUNG

Provokante Schau

Zeitlos – dieses Wort beschreibt das hier gezeigte Schwarzweissbild wohl am besten. Die schwarzen, blickdichten Strümpfe und die gleichfarbigen Pumps sind heute noch aktuell. Genau wie 1995, als diese Aufnahme gemacht wurde. Während die langen Beine der Models von Stärke zeugen, wirken ihre aneinandergeschmiegt Oberkörper zerbrechlich. Dass die Beine im Fokus stehen, ist kein Zufall: Das Bild stammt schliesslich aus einer Fotoserie, die für den Strumpfhersteller Wolford in Monte Carlo aufgenommen wurde. Hinter der Linse stand niemand Geringeres als Starfotograf Helmut Newton, der selber mit seiner Frau June mehrere Jahre im Fürstentum lebte. Nackte Haut und

provokante Posen, die dennoch ästhetisch sind: Die Bilder tragen eindeutig Newtons Handschrift, für die der Sohn eines jüdischen Knopffabrikanten zwar umstritten war, aber auch bewundert wurde. Über 20 Jahre nach dem Shooting kreuzen sich die Wege der österreichischen Marke und des deutschen Fotografen wieder: Bis zum 4. September findet im Amsterdamer Fotografiemuseum Foam eine Retrospektive statt, die dem 2004 verstorbenen Newton huldigt. Hauptsponsor der Schau ist Wolford. Mehr als 200 Fotografien werden in allen Räumlichkeiten des Museums zu sehen sein – darunter befinden sich berühmte Werke, aber auch unbekanntere Bilder. *Ilaria Longo*

KUNST UNTER 1000 FRANKEN

Praktische Werke



VON LAURENT DELALOYE

«Das erste Werk war die Grundlage für die restlichen Arbeiten», sagt Arthur Fouray über das Bettgestell, das heute

als zeitgenössisches Kunstwerk dient. Der 26-jährige Pariser, der an der Ecal in Lausanne seinen Master in Visueller Kunst absolvierte, braucht die Leinwand nicht als Träger seiner Werke, sondern macht sie gleich selber zum Kunstobjekt. «Die Leinwand zeigt den Gebrauchsgegenstand in seiner reellen Grösse, so stelle ich einen Bezug zum Betrachter her», sagt der Künstler. Obwohl man bei Fourays Werken durchaus einen Einfluss der Minimalisten aus New York oder Los Angeles wahrnimmt, unterscheiden sich die Arbeiten des jungen Künstlers auf eine originelle Weise. «Man kann nicht ausschliesslich von Minimalismus sprechen, da das Objekt immer noch identifizierbar ist», sagt der Franzose. Seine meist in Blau gehaltenen Werke zeigen auch mal eine Steppdecke, ein Kissen oder einen Aschenbecher. Letzteres Objekt verliert auch als Kunstwerk seinen Nutzen nicht: Wird es von der Wand entfernt, erfüllt es seine ursprüngliche Funktion. «Meine Arbeiten tragen alle gewöhnliche Namen, die ich mit der Idee hinter dem Werk verbinde. In diesem Fall bezieht sich «Lauren» auf den amerikanischen Designer Ralph Lauren, in dessen Bettwäsche ich früher schlief», so der Künstler.

Aktuell: «M», Künstlerbuch, Zusammenstellung persönlicher Notizen (Micronaut).

Preis: 1000 Fr.

«Lauren Azur» (204 x 124 x 14 cm), Einzelstück, Acryl, Leinwand, Bettrahmen, 2013/2014.



DESIGN

Wie im Museum

Wer Angst hat, bei der Wahl der neuen Couch eine falsche Entscheidung zu treffen, sollte es der Musterschülerin des guten Geschmacks, der Tate Modern in London, gleichtun. Der neue Gebäudeflügel des Museums für Moderne Kunst, direkt am Ufer der Themse, ist mit Sofas und Sesseln aus der Minikollektion Bankside ausgestattet. Diese wurde vom Designer Jasper Morrison für die Marke B&B Italia entworfen. Der Möbelhersteller feiert gerade sein 50-jähriges Bestehen und hat in all der Zeit bereits viele Kollaborationen mit renommierten Designern realisiert. Die Minikollektion wurde zwar für den öffentlichen Raum konzipiert, ist jedoch so schlicht, dass sie auch gut ins eigene Wohnzimmer passt. *R. L.*

Die Stücke der Capsule Collection Bankside von B&B Italia sind mit Aluminium- oder Eichenfüssen als Leder- oder Stoffvariante erhältlich.





Die spiegelnden Fenster geben die umliegende Gegend wieder.

REISEN

Modernes Landleben

Dass dieses glänzende Gebäude in den 1960er-Jahren mal ein Bauernhaus war, ist heute nur schwer vorstellbar. Das spiegelnde Gebilde, das in Bolzano, am Fusse der Dolomiten, gelegen ist, wurde von einer Familie gekauft und anschliessend restauriert. Die Besitzer haben 2014 den in Mailand ansässigen Architekten Peter Pichler beauftragt, daraus eine Ferienwohnung mit zwei Wohneinheiten zu kreieren. Pichler, der bei niemand Geringerem als der kürzlich verstorbenen Zaha Hadid gelernt hat, mag anscheinend Herausforderungen und kastige Bauten. Klare Linien kennzeichnen die moderne Unterkunft – es ist ein wahrhaftig avantgardistisches Schmuckstück, das der junge Architekt hier im Südtirol realisiert hat. Auf einem Sockel stehend, verfügt die eine Fassade über reflektierende Fenster mit UV-Folien, welche die Schönheit der umliegenden

Landschaft, die zum Unesco-Weltkulturerbe gehört, widerspiegeln. Auf der anderen Seite eröffnet ein Panorama-Glasfenster die Sicht auf eine Apfelbaumplantage. Die beiden Wohnungen sind gegen Osten gerichtet und haben einen separaten Eingang und einen eigenen Garten. Sie sind mit einer Küche, einem Wohnzimmer, einem Badezimmer sowie einem Zimmer, das dank einem Lichtschacht erhellt wird, ausgestattet. Schlicht und luxuriös kommt das Interieur der Ferienunterkunft daher: Der Architekt setzt auf Weiss und dezente Farbe ohne dabei ein zu neutrales Ambiente zu schaffen. Der Pool unterstreicht diese atypische ländliche Atmosphäre. Genau die richtige Bleibe für Ästheten auf der Durchreise. *Renzo Stroschio*

Ab 160 Fr. pro Nacht, für mindesten 2 Nächte. Mirror Houses, Via Agruzzo 75, Bolzano, Südtirol, Italien, www.mirror-houses.com

AUSFLUG

Kunstvoller Spaziergang



Ein Museumsbesuch oder doch lieber eine Wanderung an der frischen Luft? Das von Swatch gesponserte Projekt «24 Stops am Rehberger-Weg» verbindet gleich beide Freuden. Ab diesem Monat können Kunstfans und Spazierfreudige den 6 Kilometer langen Landweg, welcher von der in der Schweiz gelegenen Fondation Beyeler in Weil am Rhein zum Vitra Campus im deutschen Riehen führt, ablaufen. Sowohl zu Beginn wie auch am Ende der Tour können Wanderer eine Ausstellung besuchen. Und auch unterwegs kommt die Kunst nicht zu kurz: 24 Werke des Künstlers Tobias Rehberger sind auf dem Weg zu sehen. Der Deutsche – seine Arbeiten wurden schon an vielen öffentlichen Orten in Europa ausgestellt – hat Objekte entworfen, die im Einklang mit der Natur stehen und zugleich den Weg markieren. So sind etwa leere Vogelkäfige zu sehen (Bild, Berower Park), ein rosarotes bewohntes Bienenhaus oder eine Kuckucksuhr auf dem Dach des Naturbades – ein Abstecher ins kühle Nass liegt also auch noch drin. *Renata Libal*

Infos: www.24stops.info; www.design-museum.de; www.fondationbeyeler.ch



BEAUTY

Neues Gewand

Dass der Flakon der neuen Essie-Kollektion aussieht wie ein wallendes Couture-Kleid, kommt nicht von ungefähr: Die exklusive Linie wurde von den Farben der Modewelt inspiriert. Überarbeitet wurde auch der Pinsel, was für eine leichtere Farbauftragung sorgt. *L. V.*

Gel-Couture-Kollektion, v.l.n.r.: Couture Curator, Haute to Trot, Dress Call

Auf der Welle des Erfolgs

WENN DIE STARS AM STRAND SONNE TANKEN, TRAGEN SIE DIE KREATIONEN VON MELISSA ODABASH: DIE AMERIKANERIN IST DIE ZURZEIT GEFRAGTESTE BADEMODEDESIGNERIN.

TEXT SILVIA AESCHBACH



Mit Starappeal: Das Modell Hamptons River der aktuellen Kollektion von Melissa Odabash.

DIE FRAU HAT HUMOR. Das wird schnell spürbar, auch wenn wir nur übers Telefon verbunden sind. Da wären mal ihre tiefe, angenehme Stimme und ihre kleinen Lacher, die sie auf Anhieb sympathisch machen. Und natürlich der trockene Humor, mit dem Melissa Odabash ihre Aussagen würzt. Beispiel gefällig? «Wenn eine Society-Lady sich scheiden lässt, dann wird sie Schmuckdesignerin – oder sie entwirft Bademode», scherzt sie selbstironisch über ihre Zunft.

Odabash kann sich ihre scharfe Zunge leisten, ist sie doch die zurzeit erfolgreichste Bademodedesignerin der Welt. Rihanna, Elle Macpherson, Kate Moss, Heidi Klum oder Herzogin Kate tragen ihre Modelle. Doch die 52-Jährige ist keine gelernte Designerin, ihr Know-how stammt aus der Zeit, in der sie als erfolgreiches Model in Italien Bademode präsentierte. «Mit der Zeit wusste ich so viel über die richtigen Schnitte, Materialien und über den perfekten Tragekomfort, dass ich beschloss, selber zu designen.» Das tönt nach einem Kinderspiel, dabei ist das Entwerfen und Herstellen von Bademode eine Königsdisziplin. «Man weiss nie, wie das Material reagiert, wenn es mit Wasser in Berührung kommt und der Sonne ausgesetzt ist», sagt die gebürtige Amerikanerin. Als ehemaliges Swimwear-Model habe sie für Designer wie Valentino und Fendi gearbeitet, «und so habe ich gelernt, was funktioniert oder was eben nicht». In der Branche werde man allerdings oft nicht als Designerin anerkannt, dabei sei das Entwerfen und Nähen von Bademoden etwas vom Schwierigsten: «Es braucht oft fünf Maschinen und sechs Hände zum Fertigstellen eines Modells.»

Durchbruch dank Social Media

Was vor fast 20 Jahren in Boutiquen in Mailand seinen Anfang nahm, wurde zu einem internationalen Erfolg und brachte die quirliche Blondine auf die Titelseiten der Modemagazine wie «Harper's Bazaar», «Vogue», «Elle» oder «InStyle». Und ihre Modelle bekamen den Spitznamen «die Ferrari der Bikini-Welt». Odabashes Designs sind oft exotisch und sinnlich, die Materialien, erstklassig. Ihre Bademode kommt ohne Chichi wie Bügel, Pads oder Futter aus und ist für jede Figur geeignet. Heute verkauft die Multimillionärin, die vorwiegend in London und Florida lebt, ihre Modelle in 55 Ländern. Und dies in den edelsten Warenhäusern und in eigenen Flagship-Stores. Um ihren erfolgreichen Brand zu stärken, tut sich die Umtriebige auch immer wieder mit anderen Kreativen zusammen. Mit dem Modemacher und Freund («er ist mein besserer Ehemann») Julien MacDonald hat sie schon diverse Kollektionen auf den Markt gebracht, mit dem Sänger und Fotografen Bryan Adams machte sie ein Coffeetable-Buch zum 75. Geburtstag der Marke Speedo. Sie arbeitete mit Gwyneth Paltrow für deren Lifestyle-Website Goop zusammen und entwarf für den Film «Diana» über das Leben der verstorbenen Prinzessin Badekleider, die von der Hauptdarstellerin Naomi Watts getragen wurden. Aber Odabash engagiert sich auch für nicht kommerzielle Projekte. So hat sie schon mehrmals erfolgreich Modelle für an

Brustkrebs erkrankte Frauen entworfen. Eine Krankheit, die sie aus ihrem eigenen Umfeld kennt. Ihre Schwester erkrankte vor mehreren Jahren. Inzwischen gilt sie als geheilt, doch wenn sie bei Fotoshootings mit betroffenen Frauen zusammenarbeite und deren Schicksal hautnah erlebe, müsse sie «oft mit den Tränen kämpfen», sagt die Designerin und schluckt hörbar.

Odabash steht der Entwicklung in ihrer Branche durchaus auch kritisch gegenüber. «Heute bringt jeder Designer eine Badelinie heraus, dieses Überangebot verwirrt nicht nur die Kundin, es führt auch dazu, dass die Individualität verloren geht.» Welches sind ihre persönlichen Lieblings-Beach-Essentials? «Ich liebe meinen weissen Bikini, meinen Panamahut und eine coole Sonnenbrille, die jeden Basic-Look sofort aufwertet. Meine erste Sonnenbrillenkollektion lanciere ich übrigens diesen Herbst.»

Geschäftstüchtig ist das ehemalige Model. Doch Odabash weiss, dass nicht jede Frau mit 90-60-90-Massen gesegnet ist und dass es für viele furchteinflössend ist, einen Bikini anzuziehen. Mit ihrer Bademode wolle sie «die Frauen selbstbewusster» machen, und darum findet man nicht nur knappe Zweiteiler in ihrer Kollektion, sondern auch Figurschmeichler wie einfarbige, geraffte Einteiler, die eine Sanduhrfigur zaubern. Ihr Geheimtipp für eine «Bella Figura»? «Selbstbräuner, denn er verschlankt die Silhouette augenblicklich und sorgt für ein frisches Aussehen.» Für diesen Sommer setzt sie auf sportliche Modelle aus Hightechmaterialien, die jedoch eine gute Figur voraussetzen würden. «Sie verzeihen nichts.» Aber eben: Die Range an Modellen ist breit, Odabashes Alltime-Favorit ist sowieso der klassische, schwarze Einteiler: «Er veredelt jeden Körper.»

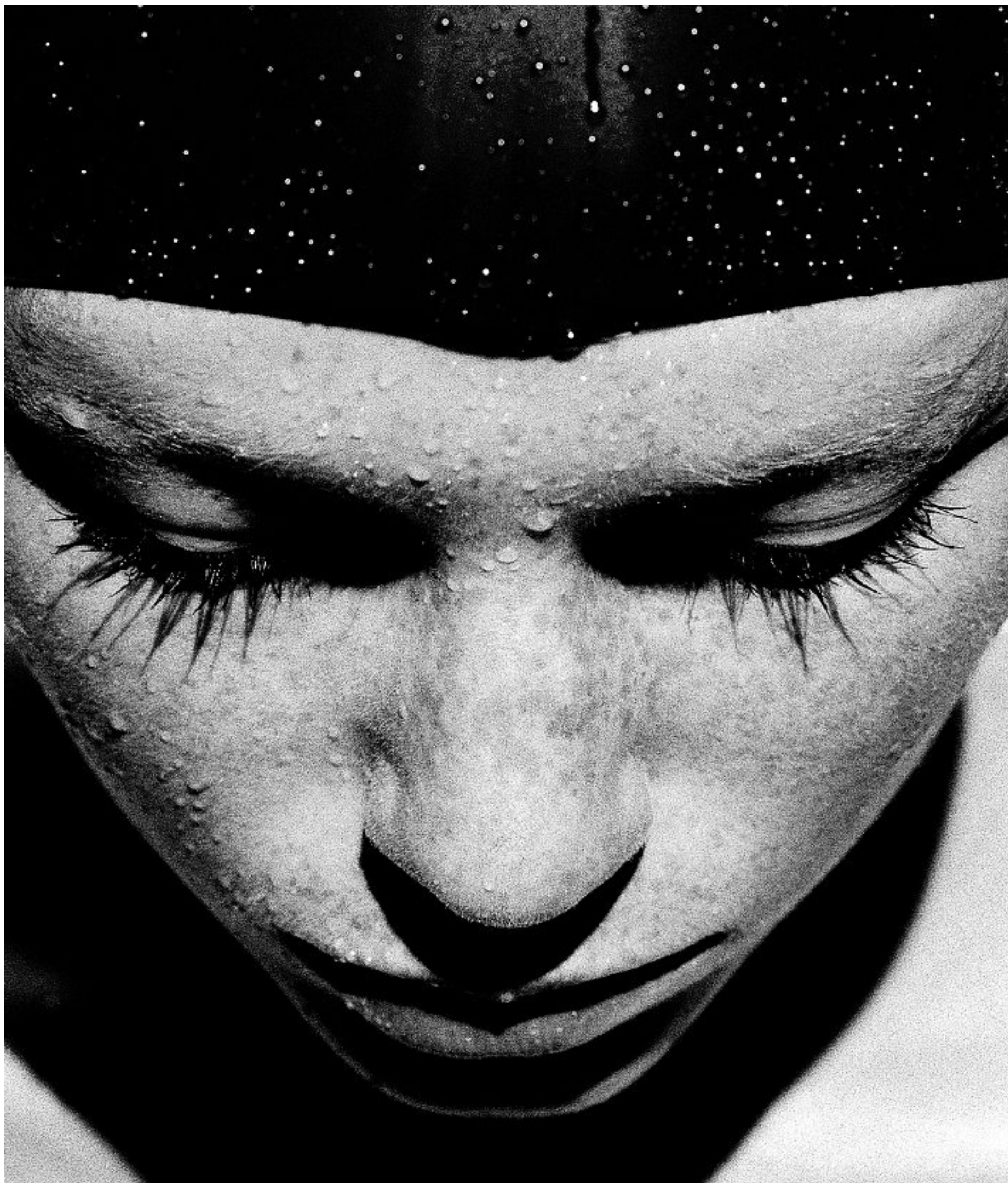
Im Sternzeichen Zwilling geboren, liebt Odabash das Reisen. «Ich bin oft unterwegs und sammle überall Eindrücke. Mein Designprozess ist schwierig, ich ändere ständig meine Meinung über meine Entwürfe.» Öfter probiere sie auch die eigenen Modelle an, «und wenn ich nicht mindestens zehn Komplimente bekomme, fliegt das Teil aus der Kollektion». So engagiert Melissa beruflich ist, so wichtig ist ihr die Familie. Stolz sei sie, dass sie in all den Jahren noch praktisch keine Schulaufführung ihrer Töchter versäumt habe. Sobald sie am Freitag aus dem Büro gehe, checke sie weder E-Mails noch beantworte sie berufliche Telefonate. «Einzig bei Instagram mache ich eine Ausnahme, weil mich das auch privat begeistert.» Instagram ist es auch zu verdanken, dass der Brand, vor allem in den letzten Jahren, immer erfolgreicher wurde. «Machte ich früher eine Magazin-Story, dauerte es oft Wochen, bis diese erschien. Heute sind die Stars, die meine Modelle tragen und die auf Instagram gepostet werden, meine beste und aktuellste Werbung.»

Wo aber verbringt Odabash ihre Sommerferien am liebsten? «Ich schwärme für die Amalfiküste, die Landschaft, das Essen, die Menschen, einfach toll». Wie behält sie ihre Strandfigur? «Ich mache nie Diät, aber ich esse ausgewogen und basisch, und ich jogge dreimal pro Woche.» Und was sind ihre No-gos am Strand? Zu viel Schmuck und High Heels. Wenn Frauen mit ihren Schuhen im Sand versinken, ist das doch immer sehr amüsant! Wie schon gesagt: Die Frau hat Humor. ☺



DIE FIRMA IN ZAHLEN

Melissa Odabash brachte ihre erste Kollektion 1999 auf den Markt. Inzwischen ist ihre Swimwear, die sie jeweils im Herbst lanciert, in 55 Ländern und 400 Einzelhandels-geschäften weltweit erhältlich. Diesen Herbst bringt Odabash ausserdem ihre erste Sonnenbrillen-kollektion heraus.



Schönheit auf **Knopfdruck**

WIE VIELE BEAUTYNEUHEITEN kommt auch diese aus Asien: Es waren die Koreanerinnen, die nach einem Ritual suchten, um ihrer Haut 17 von 24 Stunden (7 Stunden Schlaf nicht mit eingerechnet) Feuchtigkeit zu verleihen. Die Lösung kommt aus einer Dose in der Form eines erfrischenden, entspannenden Sprühnebels. Genau das Richtige für heiße Sommertage. Und so erstaunt es nicht, dass im Moment viele grosse Kosmetikhersteller auf diese belebende Pflege setzen. Vom zellulären Wasser über Hautschutz in Sprühform bis hin zu anderen Sprays zum Auffrischen: Das Angebot ist gross. Auch Valmont hat einen neuen Feuchtigkeitsspray. Und die Generaldirektorin Sophie Vann-Guillon führt ihn auch gleich selber vor: Der Druck auf den Sprühkopf setzt Nebel aus mikroskopisch kleinen Wasserperlen frei. Schnell hält man das Gesicht in die wohltuende «Wolke», und schon



Eau Cellulaire, Institut Esthèderm; Eau de Raisin, Caudalie; Hydrabio Eau de Soins SPF30, Bioderma; Ultra Radiance, Benefit (Sephora/Manor); Eau Thermale Minéralisante, Vichy; Quick Fix Mist, Shiseido; Priming with a Hydrating Fluid, Valmont.

ist man erfrischt: eine Art Spa-Effekt aus der Dose. So, wie man sich im Büro mal eine Kaffeepause gönnt, um wieder relax an die Arbeit zu gehen, gönnt sich der Beauty-Profi während des Tages ein paar Spritzer aus der Dose, die für Energie und ein gutes Gefühl sorgen. Diese Geste wird fester Bestandteil des täglichen Beautyrituals, wo man im Rahmen von Zusatzpflege von «Layering», der Anwendung verschiedener Produkte übereinander, spricht. Dies ist perfekt für Menschen, die viel unterwegs sind. Den Spray muss man nicht einarbeiten, man kann ihn über dem Make-up anwenden. Das Produkt wirkt fixierend, wenn man es am Morgen aufsprüht, und verleiht einem den ganzen Tag eine strahlende Haut. Es befeuchtet, schützt, tonifiziert. Wenn also eine Dame auf der Strasse einen Spray aus der Tasche zieht, muss es nicht unbedingt ein Pfefferspray sein. Sie macht sich einfach etwas frisch. ☺

TEXT RENATA LIBAL

Eine Pariserin namens Rom

STICKEREIEN UND BORDÜREN – MIT DEN KOLLEKTIONEN MÉTIERS D'ART EHRT DAS MODEHAUS CHANEL DAS COUTURE-HANDWERK. DIESEN SOMMER DIENTEN GLEICH ZWEI STÄDTE ALS INSPIRATION.

TEXT RENATA LIBAL



SIND WIR IN ROM? Oder in Paris? Chanel ist es mit seiner neuen Métiers-d'Art-Kollektion, die letzten Dezember präsentiert wurde, gelungen, die Stimmungen beider Städte zu verbinden und in seine Couture-Kreationen einfließen zu lassen. Das Resultat: Der raffinierte Stil der Pariserin wird mit einem Hauch Italianität neu interpretiert.

Ein Rückblick auf die Schau: Es war ein milder Dezemberabend in der Ewigen Stadt, als das Publikum zwischen Marmorbüsten genüsslich am Champagner nippte. Ein wahrhaftiges Cinecittà-Filmset. Die wichtigsten Persönlichkeiten aus der Modeszene waren anwesend – die Damen in flachen Schuhen, um nicht zwischen den Pflastersteinen stecken zu bleiben. In Fellinis legendärem Teatro No. 5 (5 war auch die Lieblingszahl von Coco!), erwartete die 800 Gäste eine Überraschung: Lagerfeld liess Paris in Originalgrösse nachbauen – samt Cafés, Patisserie, und Metrostation. Inspiration für die Szenerie waren französische Schauspielerinnen wie Delphine Seyrig, Jeanne Moreau oder Anouk Aimée. Sie alle liebten das italienische Kino – und umgekehrt war es genauso.

Die gesteppten Kleider aus Leder mit Spitzen, die vorherbstlichen Tweed-Mäntel, die schmalen Bleistiftröcke aus schwarzem Lack und die plissierten, perlenbesetzten Kreationen erzählen eine sehr viel üppigere Geschichte als die üblichen Prêt-à-porter-Stücke des Labels. Die Kollektion Métiers d'Art ist eine jährliche Hommage an das Know-how aller Ateliers des Hauses. Unglücklicherweise fand dieses römische und zwölfte Défilé – frühere Schauplätze

sind etwa Edinburgh, Salzburg oder Dallas – ein paar Tage nach den Attentaten von Paris statt. Das machte den Anlass, der die französische Schneiderkunst in den Fokus stellte, noch bedeutender.

Kulinarik trifft auf Mode

Aber wie wird aus einer Ode an eine kreative Tradition ein Kleid, das man auch tragen kann? Model Louise war auf dem Laufsteg mit dem Modell Nr. 65 zu sehen. Ein puderverfarbenes Kunstwerk, das mit Blumen und Perlen besetzt ist. Die Geschichte dieses Kleids hat schon im Herbst 2015 begonnen, als Lagerfeld den elf Ateliers von Chanel mitteilte, was seine Grundidee ist. Jede Arbeitsstätte hat ihre Spezialität: Maison Michel fabriziert Hüte, Desrues fertigt Knöpfe, und Lemarié entwirft Federschmuck. Sie alle lieferten ihre Vorschläge. Hubert Barrère, seit 2011 künstlerischer Direktor der Stickerei Lesage, hatte zwei Ansätze: «Ich habe Pasta und Marmor als Inspiration vorgeschlagen, es gibt nichts Römischeres. Man wird die Themen in der Kollektion nicht als solche wiedererkennen. Die schmetterlingsförmige Pasta (Farfalle) wird zu traumhaften Blumen. Das ist Gastronomie à la Chanel.»

Ende November 2015, einige Tage vor der Präsentation, herrschte bei Lesage eine so geschäftige Atmosphäre, dass man zu

hören glaubte, wie die Nadeln durch den Stoff glitten. Alle waren konzentriert, während draussen die Polizei nach den Mittätern der Attentate suchte. Die totale Fokussierung auf die raffinierten Stücke brauchte es – trotz allem, entgegen allem. Teilweise arbeiteten vier Näherinnen von den etwa 40 – es gibt nur einen Mann – gleichzeitig an einer Stoffbahn. Sie alle waren damit beschäftigt, die Farfalle zu befestigen. Seit Marie-Louise und Albert Lesage 1924 das Atelier gründeten, wird hier alles von Hand hergestellt. Gewisse Techniken sind inzwischen geschützt, wie etwa eine bestimmte Art Perlenstickerei (Lunéville), bei der die Objekte von der Rückseite des Stoffs eingehäkelt werden. 70000 Muster befinden sich im Archiv des Ateliers, die grösste Anzahl, die je klassifiziert worden ist. Entworfen wurden sie für Elsa Schiaparelli, Balenciaga, Dior und Givenchy – und für Chanel, zu dem der Betrieb seit 2002 gehört.

27 Modelle der Linie Paris à Rome stammen von Lesage, fünf andere Häuser haben ebenfalls dazu beigetragen: der Schuhmacher Massaro, die Stickerei Montex, der Handschuhmacher Cause, Strickhersteller Barrie und Accessoirefabrikant Desrues. Diese Ode ans Handwerk zeugt in einer Welt voller Unsicherheiten vom Glauben ans Schöne und Wahre. ●

HANDARBEIT

Um das Modell Nr. 65, das verspielt und aufregend zugleich ist, fertigzustellen, waren 1125 Arbeitsstunden nötig. 10000 Fantasieperlen und 1150 Farfalle in Blumenform wurden im Atelier Lesage angehängt. Die Spitzen wurden schliesslich bei Chanel weiterverarbeitet, die verzierten Knöpfe angehängt und die rosa Schleife angebracht, um die Figur zu betonen. Dann endlich war das Kleid bereit für den Laufsteg.

MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE



**TONDA CHRONOR
ANNIVERSAIRE**
Roségoldgehäuse
goldenes Uhrwerk (openworked)
Schleppzeiger-Chronograph
Großdatum bei 12 h
Hermès Alligatorband

Made in Switzerland
parmigiani.ch

PARMIGIANI
FLEURIER

ASCONA GIOIELLI-OROLOGI HERSCHMANN | BASEL GÜBELIN | BERN GÜBELIN
INTERLAKEN KIRCHHOFER | KLOSTERS MAISSEN | LUZERN GÜBELIN, LES AMBASSADEURS
ST. GALLEN LABHART-CHRONOMETRIE | ST. MORITZ GÜBELIN
ZERMATT HAUTE HORLOGERIE SCHINDLER | ZUG LOHRI | ZÜRICH GÜBELIN, LES AMBASSADEURS

Lichtblick für die Haut

OBWOHL SONNENSCHUTZMITTEL NOCH KEINE 100 JAHRE ALT SIND, HABEN SIE SEIT IHRER ERFINDUNG DENNOCH EINEN ERSTAUNLICHEN SIEGESZUG ERLEBT.

TEXT SILVIA AESCHBACH

JEDES KIND WEISS HEUTE, dass man sich vor der Sonne schützen muss, denn die UV-Strahlen des Sonnenlichts gelten als Hauptursache für Hautschäden. Lange Zeit gab es allerdings keinen Bedarf an Sonnencreme, denn bis Ende des 18. Jahrhunderts galt Blässe als Zeichen des Wohlstandes. Braun gebrannt waren die Bauern und Sklaven, die draussen auf den Feldern arbeiteten, aber nicht die Wohlhabenden: Die zogen noble Blässe vor. Doch das jahrhundertealte Schönheitsideal änderte sich mit der Industrialisierung sehr schnell, denn diese verbesserte den Lebensstandard vieler Menschen. In den 1920er-Jahren galten Licht, Luft und Sonne plötzlich als wichtig für die Gesundheit, und die Ärzte rieten zu Sport und Sonnenbädern, um Krankheiten vorzubeugen. Allerdings war diese Form von Freizeitaktivitäten auch ein Zeichen von Wohlstand. Denn nur wer überhaupt Freizeit hatte, konnte diese draussen verbringen.

Der Einfluss der Mode

In den 1930er-Jahren kam die grosse Stunde der Sonnencreme. Wer sie wirklich erfunden hat, darüber kann heute nur noch spekuliert werden. In dieser Zeit waren die verschiedensten Badekleider verbreitet, die teilweise einen tiefen Blick auf die freiliegende Haut gewährten. Höchste Zeit also für einen Sonnenschutz. Als erste moderne auf UV-Filterstoffen basierende Sonnencreme gilt heute die Delial-Salbe, die 1933 von der deutschen Bayer-Tochter Drugofa entwickelt und eingeführt wurde. Da gibt es aber auch die Geschichte des Schweizer Chemiestudenten Franz Greiter, der 1938 den Piz Buin, der zwischen der Schweiz und Österreich liegt, bestieg, und sich dabei einen bösen Sonnenbrand holte. Angeblich entwickelte er danach in einem bescheidenen Labor die Rezeptur einer Creme, die ihn in Zukunft vor der Sonneneinstrahlung schützen sollte. Daraus entwickelte sich später die Produktlinie Piz Buin. Auch der französische Konzern L'Oréal findet, dass ihm der Ruhm der ersten Sonnencreme gehöre. Der damalige Firmenchef Eugène Schueller experimentierte an der französischen Riviera zuerst selbst mit verschiedenen Cremes, danach führten seine Chemiker das weiter und entwickelten 1938 eine Tinktur mit dem Namen Ambre Solaire, die noch heute, natürlich stark überarbeitet, im Handel ist.

Mit der Geburt des Bikinis Mitte der 1940er-Jahre kam dem Sonnenschutz eine noch grössere Bedeutung zu. Die Frauen, die es sich leisten konnten, bräunten sich jetzt regelmässig an südlichen Stränden. Einige Jahre später galten Brigitte Bardot, Sophia Loren oder Claudia Cardinale, die den Bikini als Statussymbol populär machten, als Ikonen. Eine gebräunte Haut, hiess es, war nicht nur gesund, sondern auch sexy. Doch in diesen Zeiten waren Sonnencremes und Co. vergleichbar teuer, deshalb wurden sie nur sparsam verwendet, was zu vermehrten Sonnenbränden führte. Doch nicht nur unter der natürlichen Sonne bräunten sich die Menschen, die sogenannte Höhensonne, ein kleines tragbares Solarium, stand in vielen Haushalten. Um die Wirkung der Strahlen zu verstärken, schmierten sich Bräunungshungrige mit im Haushalt üblichen Ölen ein.

Am 29. Mai 1953 bestieg der Sherpa Tenzing Norgay gemeinsam mit dem Neuseeländer Sir Edmund P. Hillary erstmalig den Gipfel des Mount Everest. Eine

Weltensensation. Eine Winterthurer Firma war von diesem sportlichen Kraftakt so begeistert, dass sie Tenzing Norgay anfragte, ob er seinen Namen für die jungen Produkte der Firma hergeben würde. Der Sherpa bejahte, und so ist der Name des Schweizer Sonnenschutzes, Sherpa Tensing, seit 1954 bis heute ein Begriff. Zwei Jahre später wurde vom Hamburger Strahlenphysiker Rudolf Schulze der Begriff «Lichtschutzfaktor» (LSF) eingeführt. Und zu diesem Zeitpunkt wurden die ersten Aufklärungskampagnen über Sonnenrisiken gestartet. Die Marke Piz Buin galt als Pionierin, aber erst seit 1966 wurde regelmässig mit Lichtschutzfaktoren gearbeitet. Damals lag der höchste Sonnenschutz bei 3 (!), heute liegt dieser bei 50. Es vergingen noch neun Jahre, bis Piz Buin 1975 den ersten wasserfesten Sonnenschutz propagierte. Ende der 1970er-Jahre stieg auch das Bewusstsein für die Sonnenrisiken. So muss jetzt auch der LSF auf den Produkten angegeben sein, und Ende der 1980er-Jahre wurden die Produkte mit winzigen Partikelfiltern versehen, die eine physikalische Schutzwirkung aufbauen sollten. Höher als 20 war er aber zu dieser Zeit nicht. Ab 1993 mussten die Sonnencremes, laut australischem Standard, auch in Europa 90 Prozent der UV-A-Strahlen absorbieren.

Innovative Produkte

In den folgenden Jahren wurden die Zusammensetzungen der Cremes immer ausgeklügelter: Vitamin E wurde eingeschleust, es wurde ein spezieller Schutz vor Sonne, Kälte und Wind beigefügt, clevere Technologien sorgten für eine hautschonende und vertiefte Bräune. So wie die patentierte Innovation der Lancaster Laboratories, die Full Light Technology, die darauf abzielt, 100 Prozent des heute bekannten Lichtspektrums zu filtern, um so die Hautalterung zu verlangsamen. Clarins ist im Bereich der Sonnenöle innovativ und hat das Schutzniveau im Sonnenspray Huile Embellissante für Körper und Haar erhöht (UVA/UVB 30). Das Trockenöl pflegt die Haut ohne Fettglanz. Auch Haut, die zu Akne neigt, muss nicht mehr auf Sonnenschutz verzichten. Kiehl's schützt mit der Ultra Light Daily UV Defense Mineral Sunscreen SPF 50. Die zart getönte Lotion überzeugt mit einem 100 Prozent mineralischen Filter. Und damit die Bräune länger hält, und die Haut auch nach dem Sonnenbad befeuchtet wird, gibt es von La Mer neue After-Sun-Produkte wie den After Sun Enhancer, ein leichtes Gel, das hilft, sonnengeschädigte Haut zu regenerieren. ☺



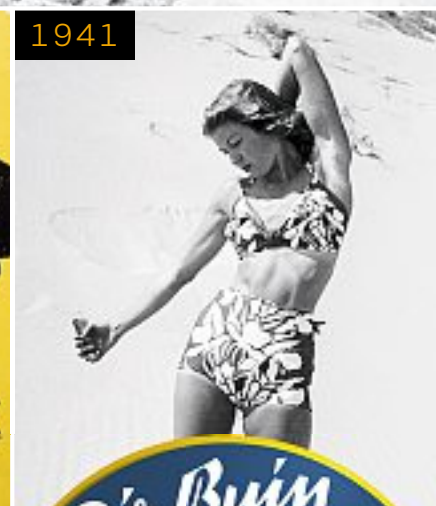
1901



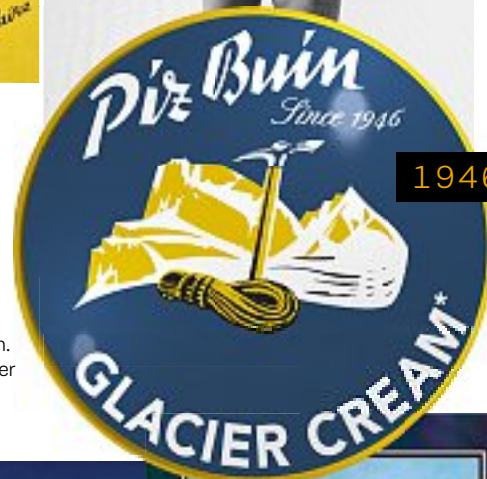
1935



1937



1941



1946

1901 Eine Strand-szene zu Beginn des 20. Jahrhunderts.

1935 Firmenchef Eugène Schueller im L'Oréal-Labor.

1937 Werbeplakat für Ambre Solaire.

1941 Eine Frau im Bikini beim Eincremen.

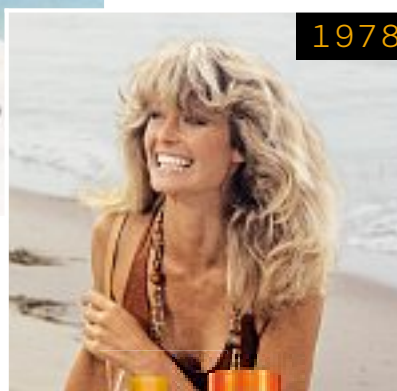
1946 Piz Buin ist einer der ersten Sonnencreme-Hersteller.



1953



1953



1978

1953 Nachdem der Sherpa Tenzing Norgay 1953 den Mount Everest bestieg, wurde die Sherpa-Tensing-Creme lanciert.

1953 Ein Werbeplakat des Herstellers Coppertone.

1978 Schön gebräunt: Schauspielerinnen Farrah Fawcett in «Charlie's Angels».

2016 V. l. n. r.: The After Sun Enhancer von La Mer; Sunscreen Care Oil Spray SPF 30 von Clarins; Sun Control Uniform Tan Cream Face SPF 30 von Lancaster; Cellular Swiss UV Protection Veil SPF 50 von La Prairie.



2016

60 SPRACHEN

und sogar die richtige für Kinder

EMIRATES ECONOMY

Der Spass beginnt in dem Moment, in dem Ihre Kinder an Bord gehen, denn sie erhalten VIP-Service, ihr Lieblingsessen, Spielzeuge und Spiele sowie spezielle Kinder-Programme.

Hello Tomorrow


Emirates



FOTOGRAFFEN MIT TIEFGANG

DER MEERESBIOLOGE LAURENT BALLESTA TAUCHT IN DIE BLAUEN TIEFEN UNSERES PLANETEN AB, UM NEUE WELTEN ZU ENTDECKEN – UND SICH SELBER.



Laurent Ballesta bei seiner Arbeit als Meeresbiologe und Fotograf, hier unter dem antarktischen Packeis. Die Aufnahme ist im Rahmen der Expedition Gombessa III entstanden. Die Unterwasser-Forschungsreise war Teil des Projekts Wild-Touch Expeditions-Antarctica, die von Luc Jacquet, zehn Jahre nach *Die Reise der Pinguine*, initiiert und geleitet wurde.

LAURENT BALLESTA IST wie eine kostbare Muschel, die man am Strand entdeckt und sich ans Ohr hält, um der Melodie des Meeres zu lauschen. Der Meeresbiologe führt uns in eine andere Welt. Eine nasse, kalte und dunkle Welt. «Undurchdringlich», flüstert der 43-jährige Franzose aus Montpellier, der jeden Tauchgang – und davon hat er bereits «Abertausende» hinter sich – als eine spirituelle Suche sieht. Eine davon hat ihn zum Quastenflosser gebracht, einem seit 410 Millionen Jahren existierenden Fisch mit einer einmaligen Schwimmtechnik. Als ihn Ballesta in den gefährlichen Fluten Südafrikas 2013 (Expedition Gombessa I) fotografierte, galt er als ausgestorben. Seit dieser bedeutenden zoologischen Entdeckung, «die grösste des 20. Jahrhunderts», hat der Wissenschaftler die Fortpflanzungsmechanismen des Zackenbarsches (Gombessa II) und die Ökosysteme der Antarktis (Gombessa III) erforscht. Von der auf Taucheruhren spezialisierten Marke Blancpain unterstützt, bereitet er sich nun auf eine neue Expedition vor. «Diese findet in Neukaledonien oder in Mikronesien statt», sagt er. «Wir werden uns auf den Nautilus konzentrieren. Es handelt sich dabei um eine Krakenart in einer Muschelschale, die sich seit 100 Millionen Jahren nicht weiterentwickelt hat. Dennoch weiss man nichts über seinen Lebenszyklus.» Die Herausforderung bestehe darin, der Erste zu sein, der ihn bei der Paarung und beim Laichen beobachtet und beim Schlüpfen der Eier dabei sei. «Das ist ambitioniert und ich habe auch noch nicht für alle Probleme, die es geben könnte, eine Lösung, aber ich habe einige Ansätze.»

Lange haben Sie von der Begegnung mit dem Quastenflosser geträumt. Wie war es, den Fisch dann endlich live zu sehen?

Die Realität war noch besser, denn wir stiessen nicht nur auf den Quastenflosser, sondern auf sein gesamtes Universum. Hätten wir nicht so lange davon geträumt, hätten wir die Mühe des Trainings und der technischen Überlegungen zum notwendigen Material nicht auf uns genommen. Ohne diese Vorbereitungen hätten wir ihn wohl auch nicht gesehen. Unsere Erwartungen wurden also sogar übertroffen. Es ist aber nicht so, dass diese Begegnung Euphorie ausgelöst hätte. Wenn man jahrelang auf etwas wartet, ist man erst mal erleichtert, wenn es tatsächlich eintrifft. Ausserdem verbiete ich mir Euphorie in 120 Metern Tiefe. Das wäre grotesk.

Finden Sie diesen alten, grossen, hässlichen Fisch schön?

Ich finde ihn atemberaubend. Mit seinen grünen Augen und den gestielten Flossen. Diese drehen sich wie Propeller, wenn er langsamer wird, was seinen Schwimmstil einzigartig macht. Ob er schön ist oder nicht, ist ein Werturteil. Sicher ist: Er ist faszinierend.

Auf den Fotos, die Sie vom Quastenflosser gemacht haben, sieht man, wie Ihre Kollegen bei seinem Anblick grosse Augen machen. Wie war das bei Ihnen?

Sie genossen es, sich dem Staunen hingeben zu können, obwohl wir am Arbeiten waren und alles präzise festgelegt war. Bei einigen Tauchgängen versuche ich jedoch, mir die Verwunderung zu verbieten, denn wer staunt, der sieht nichts. Ich bin aber dort, um zu beobachten und Aufnahmen zu machen. Ich muss also sehr konzentriert bleiben. In solchen Momenten sieht man mich eher stirnrunzelnd. Man sagt mir oft, ich würde unter Wasser wütend wirken.

Auf den ersten Blick scheinen Ihre Tätigkeit als Fotograf und die als Wissenschaftler unvereinbar.

Ganz und gar nicht, diese beiden Beschäftigungen passen sehr gut zusammen: Sie bilden eine Synergie. Die eigentliche Schwierigkeit liegt nicht darin, Aufnahmen zu machen oder Wissenschaft zu betreiben, vielmehr ist es das Eintauchen in diese tiefen und kalten Universen. Danach ist es eine eher simple Arbeit. Ich versuche in meinen Fotos sehr figurativ und in meinen wissenschaftlichen Untersuchungen einfach zu bleiben, indem ich mich beispielsweise frage, wie sich dieses oder jenes Tier ernährt. Man weiss, wie ein Löwe frisst. Wer ein aussergewöhnliches Foto von einem Löwen schiessen will, der muss früh aufstehen, und wer etwas Neues über ihn lernen will, ebenfalls. Mit Meerestieren wie dem Quastenflosser ist es jedoch anders. Denn diese Tiere sind schwer erreichbar. Wir haben das Glück, dass es auf unserem Planeten noch Orte gibt, an denen die klassische Arbeit als Naturwissenschaftler noch möglich ist. Das heisst, das Veranschaulichen und Verstehen der Dinge durch Beobachtung oder durch einfache Handgriffe.

Der französische Filmemacher Nicolas Hulot sagt, Sie hätten ein ausgesprochen gutes Auge, wenn es um das Entdecken neuer Arten geht.

Als er das sagte, habe ich ihm geglaubt. Aber als ich mein eigenes Team gebildet habe, musste ich feststellen, dass einige meiner Kameraden ein besseres Auge dafür haben als ich.

Hätten Sie den Quastenflosser fast übersehen?

Nein, am ersten Tag, während des ersten Tauchgangs, in der ersten Sekunde auf dem Meeresgrund habe ich ihn gesehen!

Er hat also quasi auf Sie gewartet.

Ja, es war unglaublich. Dies hat gezeigt, dass es nicht schwierig ist, ihn zu finden, sondern sein Universum zu betreten. Als wir verstanden hatten, dass wir uns auf Höhlen in einer bestimmten Tiefe konzentrieren müssen, hat sich die Suche auf ein kleines Gebiet beschränkt. Es erscheint doch etwas paradox, dass sich der Quastenflosser nur 120 Meter von uns entfernt befindet, das ist die Länge eines Fussballfeldes. Doch wenn man sich diese Distanz in der Vertikale denkt und Wasser hinzufügt, wird sie zu einer Art räumlich-zeitlichem Tor, das kaum zu durchschreiten ist.

Wieso fasziniert Sie dieser Fisch so?

Weil er alles besitzt, was ich anstrebe. In wissenschaftlicher Hinsicht ist er eine lebende Legende. Er ist das fehlende Glied, die grösste zoologische Entdeckung des 20. Jahrhunderts. Das ist enorm. Und aus der Sicht des Tauchens ist er mythisch. Er ist der Mount Everest. Wir sind in die Tiefen einer strömungsreichen Schlucht herabgetaucht. Wir mussten also unser Können und Wissen in Sachen Tauchen massiv erweitern, um an den Quastenflosser heranzukommen. Und zum Schluss gab es endlich ein Bild. Dieses Abenteuer hat alles vereint, was ich liebe: die Wissenschaft, das Tauchen und das Fotografieren.

Beim Besteigen des Everests sind Bergsteiger gestorben, so auch Taucher auf der Suche nach dem Quastenflosser. Hatten Sie nie Angst um Ihr Leben?

Wir hatten bei jedem Tauchgang Angst. Die Frage hat sich jedoch nie so gestellt. Als ich von einem Ort hörte, an dem ein Südafrikaner



BEGLEITER

«Die Minuten, die ich unter Wasser verbringe, sind die wertvollsten meines Lebens. Darum ist es gut, wenn es ein schönes Instrument ist, das diese misst.» Laurent Ballesta trägt, wie schon viele Taucher vor ihm, eine Fifty Fathoms der Uhrenmarke Blancpain am Handgelenk: die X Fathoms. Sie weist die gleichen Charakteristiken wie ihre Vorgängerin von 1953 auf, und verfügt über eine Anzeige der Tiefenmessung (bis zu 90 m).



vorgab, Quastenflosser gesehen zu haben, erschien mir das total unglaublich. Danach habe ich erfahren, dass zwei Männer beim Versuch, Fotos zu machen, gestorben waren. Ich habe mich also über den Ort informiert. Ich habe die Tauchbedingungen gesehen. Denn 120 Meter in die Tiefe zu tauchen ist eine Sache, die Bedingungen, die dabei herrschen, eine andere. Wir sind 120 Meter tief getaucht, es hatte vier Meter hohe Wellen, eine Strömung und wir befanden uns vor einer schroffen Küste, ohne die Möglichkeit, zurück ans Ufer zu gelangen.

Nach Ihrer Rückkehr aus Südafrika haben Sie in Polynesien das Mysterium um die Fortpflanzung des Zackenbarsches gelüftet.

Das war eine unglaubliche Expedition. Ich wollte schon immer mal einen sehr langen Tauchgang machen. Ich habe sogar mit dem Gedanken von einem 24-stündigen Tauchgang gespielt. Aber ich wollte dies an einem sinnvollen Ort machen. Ein Tauchgang in Polynesien ist wie zehn Jahre Tauchgänge an einem anderen Ort. Als ich das letzte Mal dort war, konnte ich hinschauen, wo ich wollte, überall gab es etwas zu sehen: Da kämpften zwei Zackenbarsche, ein anderer ass, einige paarten und wieder andere umwarben sich. Dann ist die Nacht hereingebrochen und die Haie sind aufgetaucht. Die Zackenbarsche waren so zahlreich, dass sie sich nicht einmal mehr im Riff verstecken konnten. Sie wurden die ganze Nacht maskiert. Das Riff erinnerte mich an Manhattan, das niemals schläft.

Wie fühlt man sich, wenn man nach so einer Expedition wieder an die Oberfläche auftaucht? Erschöpft?

Nein, denn wir sind gut vorbereitet. Die grosse Müdigkeit kommt erst ganz am Ende der Expedition. Wir haben fünf Jahre damit verbracht, die Mission Quastenflosser vorzubereiten, und dann war es plötzlich einfach vorbei. Es hat die Welt nicht erschüttert. Barack Obama hat mich nicht angerufen, um mir zu sagen, ich hätte die Welt gerettet.

Aber er hat vielleicht daran gedacht.

Glauben Sie? (*lacht*) Nach einer schönen Expedition, von der man so lange geträumt hat und die man angepriesen hat, um die Geschäftspartner zu überzeugen, macht sich schon eine gewisse Leere breit. Die «Post-Expeditions-Depression» ist mir bekannt. Die gehört inzwischen zum Job dazu.

Auf Ihren Tauchgängen in die Tiefen der Weltmeere haben Sie unzählige Tiere gesehen. Welches davon gleicht Ihnen am meisten?

Es wäre sicherlich ein neugieriges Tier. (*er überlegt lange*) Der Quastenflosser ist es nicht. Er ist weder scheu noch neugierig. Ganz anders als ich. Ich würde sagen, am ehesten ein Weddellrobbenbaby (*Anm. d. Red.: Das Weddell-Meer ist ein Teil des Südpolarmeeres*). Man sieht es in seinem Blick: Es ist neugierig, bleibt aber scheu hinter seinem Eishügel versteckt.

Sie haben es gewagt, in die kalten Tiefen der Antarktis abzutauchen.

Wir haben dort das Ökosystem unter dem Packeis erforscht. Wir sind auf 120 Meter runtergetaucht in -1,7 Grad kaltes Wasser. Das war wirklich sehr schwierig. Ich habe gedacht, wir würden das nicht schaffen, so sehr waren wir durch unsere Kleidung eingengt. Wir litten nicht unter der Kälte. Die heutigen Materialien schützen uns dagegen, sie schränken aber die Bewegungsfreiheit so stark ein,

Es wird unterschätzt, was es **in den Ozeanen** zu entdecken gibt

dass man sich kaum bewegen kann. Man kann nicht einmal mehr den Kopf drehen und man fühlt überhaupt nichts.

Das ist körperlich anspruchsvoll.

Ja, sehr. Ich habe während der Expedition sechs Kilo abgenommen.

Wie bereitet man seinen Körper auf eine solche Prüfung vor?

Durch tägliches Training. Gelegentlich schwimme ich, doch ich mache vor allem Ausdauer, Muskel- und Kraftaufbau.

Suchen Sie unter Wasser, was Sie auf der Erdoberfläche nicht finden können?

Ja, ich suche nach unberührten Erdteilen. Und auf der Erdoberfläche habe ich Mühe, diese zu finden. Ich müsste dafür ein ausgesprochen guter Bergsteiger sein.

Wie viele Prozente des Meeresgrundes sind noch unerforscht?

90% wurden vom Menschen noch nicht erkundet. Viele sind der Überzeugung, dass der Grossteil des Meeresbodens einer riesigen Wüste gleicht. Daran glaube ich nicht. Ausserdem gibt es in jeder Wüste auch Oasen. Und sollte es auch nur eine Art Wüste sein, dann bedeutet dies nicht, dass sie es nicht wert ist, erforscht zu werden. Théodore Monod hat sein Leben damit verbracht, Wüsten zu durchqueren. Was es in den Ozeanen noch zu entdecken gibt, und welche Tiere sich dort noch befinden mögen, wird unterschätzt. Was gibt es Banaleres als den grossen Weissen Hai? Jeder unternimmt Expeditionen rund um dieses Tier. Das ist Tourismus, nichts anderes. Niemand hat ihn je dabei beobachtet, wie er sich paart oder Junge zur Welt bringt.

Warum?

Weil der Ozean undurchdringlich ist. Man schafft es nicht, einem Hai in seine Welt zu folgen. Er entflieht uns. Das ist nicht wie ein Löwe in der Savanne. Unter Wasser funktioniert das nicht. Aus diesem Grund bleiben Tausende von Dingen, die es noch zu entdecken gibt. Und ich spreche hierbei nur von Tieren, die uns schon bekannt sind, nicht von den Tiefseemonstern, deren Existenz wir nicht kennen.

Sind Sie schon in der Schweiz getaucht? Welche Schätze haben Sie dabei entdeckt?

Mit all den Quellen, den Bergbächen, den Nebenflüssen und Flüssen sowie den grossen, tiefen Seen, die es in diesem kleinen Land gibt, findet man fast alle erdenklichen Süsswasserökosysteme. Ich habe wunderbare Erinnerungen an die Papyrusfelder am Ufer des Neuenburgersees. Ich habe dort Ringelnattern beobachtet, die Frösche fingen. Das war unglaublich. ©

UNTER DER OBERFLÄCHE

LINKS Der Quastenflosser in seiner ganzen Pracht. Fotografiert hat ihn als Erster Laurent Ballesta.

RECHTS Momentaufnahme eines Einführungsrituals unter Weddellrobben in der Antarktis: Die Aufnahme von Ballesta zeigt, wie die Mutter ihr Kleines auf einem seiner ersten Tauchgänge begleitet.



Ausstellung in Lyon

Bis am 31. Dezember 2016 können die Fotografien der Ausstellung «Antarctica» von Laurent Ballesta in Lyon bestaunt werden. Der Meeresbiologe hat letzten Oktober die Filmemacher Luc Jacquet und Jérôme Bouvier sowie den Fotografen

Vincent Munier begleitet, um das Publikum auf den globalen Klimawandel aufmerksam zu machen. In der Ausstellung kann die Biodiversität der eisigen Wüste entdeckt werden. «Antarctica!», Musée des confluences, Quai Perrache 86, Lyon.



Danke, liebe Haut, dass du mich den Sommer spüren lässt.



Deine Haut tut viel für dich.
Gib ihr etwas zurück.

MIGROS
Ein **M** schöner.

MODE

ELEGANTER KRAFTAKT

SCHLICHT SPORTLICH – BADEANZÜGE
FÜR ATHLETINNEN MIT STILGEFÜHL.

FOTOS KIPLING PHILLIPS STYLING VICTORIA STEINER @STYLE COUNCIL

Zweiteiliger Badeanzug Imperiale, Henne's, Visor-Hut, Y-5, Mini-Tasche, Chloé, Uhr Color aus schwarzem Aluminium, Silikonarmband, Quarzuhwerk, 40 mm, Calvin Klein, Peddel, Bugsurf.



Badeanzug Initiale, **Hermès**. Umhängetasche Smiles Cross Body, **Anya Hindmarch**. Sneakers Asyia, **Bally**. Trinkflasche, **Sigg**. Armcuff, **Ina Beissner**. Schweißband, **Nike**. Powerband, **Thera-Band**. Uhr Big Bang Pop Art, Automatik, 39 mm, Stahlgehäuse mit 42 Saphiren, mit drei Armbändern (Alligator und Kautschuk, diverse Farbkombinationen), auf 200 Exemplare limitiert, **Hublot**.

Badeanzug, **D nu D Paris**. Schultertasche Rockstud, **Valentino**. Sonnenbrille Type 02, **Syn Buddies**. Trilleppfriefe, **Powerzone**. Ball Jordan Hyper Grip, **Mike**. Schweißband und Overknees-Socken, **American Apparel**. Uhr Seamaster Planet Ocean Master Chronometer, 43,5 mm, Chronometer-Uhrwerk, bis zu 600 Meter wasserfest, Stahlgehäuse mit einer Lünette aus Kautschuk und Keramik und einem Kautschuk-Armband, **Omega**.

FOTO-ASSISTENZ
MICHA FREUTEL
STYLING-ASSISTENZ
ANJA FIEBIGER
MODEL
MARLA FABRI @AQUA
HAIR & MAKE-UP
RACHEL BREDY @
STYLE COUNCIL
ART DIRECTOR
GÉRALDINE DURA
BILDPRODUKTION
SOPHIE PERRAUDIN



Badeanzug, **Calvin Klein**. Armbänder Mia und Palazzo, **Aurélie Bidermann**. Schultertasche Ali Flap Mini, 3.1, **Phillip Lim**. Helm BMX, **O'Neal**. Ellbogen- und Knieschoner, **Endura**. Uhr Formula 1 Cristiano Ronaldo, limitierte Edition, 42 mm, Chronometer-Uhrwerk, schwarzes Titan und Armband aus Stoff, **TAG Heuer**.



Mondänes Hotel mit Blick auf die Reben: Das Capofaro Resort.

Genussvolle Ferien

SIZILIEN BIETET MEHR ALS HISTORISCHE STÄTTEN, SONNE UND STRAND. VIELE WEINGÜTER SIND ORIGINELLE UNTERKÜNFTEN AN WUNDERBARER LAGE, DIE AUCH MIT EXZELLENTEM ESSEN PUNKTEN.

TEXT PIERRE THOMAS

SIZILIEN STEHT für die Zeugen einer langen, wechselhaften Geschichte. Wie etwa das Amphitheater von Segesta, das als eines der weltweit schönsten antiken Theater gilt, oder das Tal der Tempel von Agrigento. Die griechische Anlage, die aus dem 5. Jahrhundert vor Christus stammt, ist abends am schönsten, wenn die Ruinen nach dem Sonnenuntergang von den Scheinwerflichtern beleuchtet werden. Die italienische Insel ist aber auch bekannt für die Krimis von Andrea Camilleri, dessen Commissario Montalbano sich höchst ungern beim Essen stören lässt. Die sizilianische Küche gehört zum kulturellen Reichtum der Insel wie die antiken oder barocken Stätten und die Literatur. Die lokale Vielfalt an Gemüse und Fisch, die Vorliebe für Olivenöl, das Glas Wein zum Essen – und die Siesta danach – machen Sizilien zu einer Hochburg gesunder Mittelmeerdiet. Die Winzer beanspruchten den Titel «Weinbaukontinent» für ihre Insel, wohl wissend, dass viele Besucher der Gastronomie und des guten Weines wegen anreisen. Vielleicht wollen sie damit die Festlanditaliener belehren, dass Sizilien mehr als nur Badeferien bietet. Fest steht: Der Weintourismus etabliert sich. In den letzten zwanzig Jahren haben die sizilianischen Weine eine wahre Revolution erlebt. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurden mit internationaler Unterstützung besonders ertragreiche Rebsorten angebaut, vor allem Chardonnay, Cabernet Sauvignon und Syrah. Dann besannen sich die Sizilianer auf die Vorzüge einheimischer Sorten, die sie mit EU-Hilfe anbauten und sorgfältig kelterten. Inzwischen wurde im Rebgebiet Siziliens an 22 Lagen die kontrollierte Ursprungsbezeichnung DOC verliehen. Eine davon darf die höchste italienische

Qualitätsbezeichnung DOCG tragen: der Cerasuolo di Vittoria, aus den roten Rebsorten Nero d'Avola und Frappato. Zudem werden unter dem Dach des Labels Sicilia DOC seit 2012 die besten Weine vereint, die auf der Insel angebaut und flaschiert werden – statt sie wie früher nach Genua und Marseille zu verschiffen, wo sie zur «Verstärkung» norditalienischen, französischen (und sogar Schweizer) Weinen beigemischt wurden.

Reiches Angebot

Mit rund 100000 Hektaren Rebland (das Sechseinhalbfache des Schweizer Reblandes) gehört Sizilien zu den grössten Weinregionen Italiens. Die Lese beginnt Ende Juli, wenn die südliche Hitze oft noch durch den aus Nordafrika wehenden Scirocco befeuert wird. Sie dauert, beispielsweise auf 1000 Metern Höhe an den Hängen des Ätna, bis Ende Oktober. Die Vielfalt der Weine ist beachtlich. Trockene Weisse (Catarratto, Inzolia, Grillo), süsse, likörartige Weissweine (Zibibbo, Muskateller von Alexandria, Muskateller aus Pantelleria, dessen Anbau 2014 als Weltkulturerbe anerkannt wurde, und Malvasia delle Lipari) sowie mutierte Weisse (dank neuem Interesse am Marsala vergine). Und die Roten: Nero d'Avola (die grosse lokale Sorte), Perricone, Nocera, die Ätna-Gewächse Nerello Mascalese und Cappuccio. Dazu kommen angenehme Rosé- und Schaumweine. Ein komplettes Sortiment also, vom Handelswein bis zum anspruchsvollsten Tropfen. Davon konnten sich diesen Frühling die Weinjournalisten anlässlich der grossen Degustation Sicilia en Primeur überzeugen, die seit zwölf Jahren alljährlich von Assovini Sicilia organisiert wird, einem Zusammenschluss von 60 Kellereien. Der Event fand im Verdura Golf & Spa Resort in Sciacca statt – einer der luxuriösesten Unterkünfte der Insel mit Meerblick. ☉

Wohnen im Weinberg

Locanda Gulfi, Chiaramonte Gulfi

Hotel mit zehn Zimmern und einem Restaurant in der Nähe von Ragusa, auf einem der originellsten Weingüter Siziliens: Wie einst wird der Wein in Amphoren aus Ton gekeltert. www.gulfi.it

Wine Relais Feudi del Pisciotto, Niscemi

Das Gut gehört dem Verleger Paolo Panerai, der als Winzer in Castellare im Chianti berühmt wurde. Zehn Zimmer, einige davon in gemauerten alten Zisternen eingerichtet. Zum Luxus gehört die absolute Ruhe in den Hügeln zwischen Caltagirone (bekannt für Töpfereien) und Vittoria, Zentrum des Anbaugesbietes DOCG Cerasuolo di Vittoria. www.winerelaisfeudidel-pisciotto.com

Barone di Villagrande Wine Resort, Milo (am Ätna)

Im Naturschutzgebiet am Osthang des Ätna, der Weinkeller von 1727 ist einer der ältesten der Region. Vier luxuriöse Zimmer mit Blick über die Weinberge zur Küste von Taormina. www.villagrande.it

Sirignano Wine Resort, Monreale

Die zehn Zimmer sind nach lokalen Rebsorten benannt. Kochkurse und Weidegustationen sind möglich. Nicht verpassen: das Flanieren auf der Promenade im nahen Alcamo. www.sirignanowineresort.it

Locanda del Castello, Sciacca

Elf Zimmer in einer alten Ölmühle (frantoio). Wunderbare Aussicht, regionale Produkte und günstige Preise (50 bis 90 Euro pro Zimmer). www.hotellocandadelcastello.it

Coste Ghirlanda, Pantelleria

Im Herzen der «Insel des Windes» liegt das Gut Coste Ghirlanda mit einem Restaurant und Unterkunft in drei Damusi, den seit Jahrhunderten bewährten ebenerdigen Häusern aus Vulkangestein. www.costeghirlanda.it

Capofaro Malvasia & Resort, Salina (im Bild)

Das Weingut Capofaro, auf dem wie auf allen liparischen Inseln die Malvoisiertraube besonders gut gedeiht, hat 20 Zimmer und ein Restaurant. www.capofaro.it

Meine Welt. Meine Karte.
Das sind wir, Topshots und Besitzerinnen einer Cornercard Reload.



crf/basel



cornercard

Für alle und alles die passende Karte.
cornercard.ch



Peter Knogl

DIE DREI SCHEINT SEINE GLÜCKSZAHL ZU SEIN: ER IST DER DRITTE KOCH IN DER SCHWEIZ MIT DREI MICHELIN-STERNEN – FÜR SEINE ARBEIT IM GRAND HOTEL LES TROIS ROIS IN BASEL.

TEXT PIERRE THOMAS



DER MANN, der 191 cm misst, hat zwar schon viel erreicht, aber immer noch Grosses vor: Kürzlich liess das Restaurant Cheval Blanc des Basler Luxushotels Grand Hotel Les Trois Rois den Zusatz «by Peter Knogl» anbringen. Der 48-Jährige erhielt vom Gastroführer «Gault Millau» den Titel «Koch des Jahres 2015», letztes Jahr bekam er zudem seinen dritten Michelin-Stern. Zum Interview treffen wir den «Saucenkönig», wie er auch genannt wird, jedoch nicht am Rheinufer, sondern im Casa de Campo Resort & Villas in der Dominikanischen Republik mit Blick auf das karibische Meer. Hier begann Ende Februar die «Tour Gastronomique» des Zigarrenherstellers Davidoff, die bis im Herbst auch bei Schweizer Spitzenköchen haltmacht, so etwa am 29. September bei Andreas Halter und Othmar Schlegel im Mahoi in Wollhusen.

Welche Zutat fehlt in Ihrer Küche nicht? Die Zitronen: die gelben, die grünen oder die **Yuzu (1)**, die ich aus Japan bestelle.

Reisen Sie gerne?

Ich liebe Thailand, sowohl das aufregende Bangkok wie auch das ruhige **Phuket (2)**. Die Kultur und Mentalität des Landes gefallen mir. In Phuket habe ich das Restaurant Tatonka entdeckt, das von Harold Schwarz eröffnet wurde. Er stammt auch aus Bayern, so wie ich, und ist heute ein guter Freund.

Sind Sie ein Kunstliebhaber?

Ich habe mehrere Jahre in Spanien gelebt und mag die Bilder von **Antoni Tàpies (3)**. Ich habe einige Reproduktionen seiner Werke.

Mögen Sie schöne Autos?

Als «Koch des Jahres 2015» darf ich einen **BMW Coupé 650i (7)** fahren. Der passt gut zu mir, denn er wurde in Bayern, unweit von Deggendorf, wo ich aufgewachsen bin, gebaut.

Sie tragen eine interessante Uhr.

Ich ziehe sie nur an, wenn ich unterwegs bin. Ich besitze mehrere Uhren. Diese **Mille Miglia (4)** von Chopard habe ich schon seit ein paar Jahren.

Mit welcher Speise verbinden Sie besondere Erinnerungen?

Hausgemachte Frites (5), sie erinnern mich an meine Kindheit.

Was steht bei Ihnen auf dem Tisch: Weiss- oder Rotwein?

Ich mag den Sauvignon blanc wegen seiner saftigen Säure. Auch die Bordeaux-Weisse und die weissen Burgunder trinke ich gerne. Frankreich bietet weltweit die besten Weissweine. Ich bin ein Fan des **Coche-Dury Meursault (8)**. Er kann zu einem kompletten 4- oder 6-Gang-Menü genossen werden.

«Das Auge isst mit», lautet das Sprichwort. Welches Geschirr verwenden Sie?

Ich ziehe ein neutrales Service vor. Ich arbeite mit Limoges-Porzellan von **J.L. Coquet (6)**. Um Saucen in den Vordergrund zu stellen, ist es wichtig, weisses oder schwarzes Geschirr zu verwenden und bei jedem Gang die Teller zu wechseln. ☺



Hotelcard – das Halbtax für Hotels

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



Bei der Bezeichnung «typisch Schwiiz» denkt man sofort an Käse, Schokolade oder Jodeln. Aber unser facettenreiches Land hat noch viel mehr zu bieten als Fondue, Toblerone oder Schwyzerörgeli.

Entdecken Sie die überwältigende historische, kulturelle und topographische Vielfalt der Schweiz mit der Hotelcard – Ihrem persönlichen Halbtax-Abonnement für Hotels! 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. Oder erleben Sie nach einem Bummel durch die typischen Gässchen von Ascona

„Dolce-Vita“ auf der berühmten Seepromenade. Ob im Berghotel für Wanderlustige, im Winter-Hotspot für Sportbegeisterte oder in der Wellness-Oase für Erholungssuchende: Dank der Vielfalt an Hotelangeboten sind Ihnen bei Ihrem nächsten Ausflug keine Grenzen gesetzt.

Hunderte Hotels buchbar

Mit der Hotelcard residieren Sie in allen Hotels auf 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

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

Gast und Hotel profitieren

Die Hotels bieten den Kundinnen und Kunden von Hotelcard ihre freien Zimmer zum ½ Preis an, weil sie auf diese Weise neue Gäste ansprechen und ihre Zimmerauslastung erhöhen können. Aber auch, weil für die Hotels – anders als bei anderen Internet-Buchungsportalen – bei Hotelcard keine Kommissionen fällig werden.

Denn beim Konzept der Hotelcard werden diese Vergünstigungen vollumfänglich dem Gast weitergegeben.

Hohe Verfügbarkeit

Die Hotels garantieren höchst mögliche Verfügbarkeit. 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. Reservationen 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 angegebenen Preise gelten dementsprechend nicht pro Person, sondern pro Zimmer.

Wundervolle Geschenkidee

Schenken Sie Ihren Liebsten Erholung, Zeit für sich und unvergessliche Momente. Mit der Hotelcard übernachtet die beschenkte Person ein ganzes Jahr lang in mehr als 550 Top-Hotels zum ½ Preis – und zwar wann, wo und so oft sie möchte. Bestellen Sie einen Geschenkgutschein unter www.hotelcard.ch: einfach, bequem und schnell und zaubern Sie Ihren Freunden, Verwandten und Bekannten ein Lächeln aufs Gesicht.

Das sind nur vier von über 550 Hotels zum ½ Preis:

★★★★★

Grand Hôtel du Golf & Palace

Crans-Montana | Wallis



Doppelzimmer Deluxe inkl. Frühstück ab

CHF 250.– statt CHF 500.– (pro Zimmer)

★★★★★

Villa Sassa Hotel, Residence & Spa

Lugano | Tessin



Doppelzimmer Comfort inkl. Frühstück ab

CHF 225.– statt CHF 450.– (pro Zimmer)

★★★★★

Stump's Alpenrose

Wildhaus | Ostschweiz



Doppelzimmer inkl. Frühstück ab

CHF 152.– statt CHF 304.– (pro Zimmer)

★★★

L'Hôtel de Ville

Château-d'Oex | Genferseegebiet



Doppelzimmer Cosy inkl. Frühstück ab

CHF 90.– statt CHF 180.– (pro Zimmer)

Die Vorteile der Hotelcard:

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

Hotelcard
für 1 Jahr

CHF 79.–
statt CHF 95.–

www.hotelcard.ch/encore

☎ 0848 711 717 (Rabattcode *encore06* angeben)

BLACK BAY BRONZE

SATINIERTES GEHÄUSE IN BRONZE
DURCHMESSER 43 MM
WASSERDICHT BIS 200 METER
MANUFATURWERK



Gehäuse aus einer Aluminium-Bronze-Legierung. Dieses Metall nimmt ästhetischen Bezug auf historische Schiffe und Taucherausrüstungen und gewährleistet die Entstehung einer dezenten und einzigartigen Patina, die die Gewohnheiten des Trägers der Uhr widerspiegelt.

Manufakturwerk TUDOR MT5601. 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